

La asimilación de identidades visuales en animación a través de servicios VBD en Disney+

Marcos García-Ergüín Maza, Universidad de Burgos, mgmaza@ubu.es, <https://orcid.org/0000-0002-8876-3584>
//Recepción: 21/05/2023, Aceptación: 23/07/2023, Publicación: 09/10/2023

Resumen

Con la asimilación industrial de los servicios VBD (Vídeo Bajo Demanda) para la distribución y exhibición de largometrajes animados, las plataformas se han configurado como un nuevo medio de relación. La irrupción de estos servicios ha derivado en resultados cinematográficos que han asumido dos líneas determinantes: la representación de una cultura estimulada con identidades y rasgos antes diferenciados, y un carácter gráfico unificado frente a la variedad técnica que antes determinaba el estilo de cada producto. Así, este estudio expone cómo las obras cinematográficas de animación, por medio del flujo de las nuevas plataformas y de Disney+, han adaptado sus narrativas y su estructura visual para proporcionar un resultado que incorpora la globalización cultural y gráfica de la inmediatez digital.

Palabras clave

Disney+; identidad; VBD; estilo; animación

The assimilation of cultural and visual identities through feature films on Disney+ Abstract

By the industrial assimilation of the VOD (Video On Demand), platforms have been configured as a paradigm shift. The budget increased by Netflix and the irruption of Disney+ have led to cinematographic results that have assumed two determining features: the representation of a culture with different identities, and a graphic character that assumes the technical varieties that were determined before. Thus, this study exposes how animation films, through the flow of new platforms, have adapted their narrative and visual structure to provide a result in accordance with the digital immediacy.

Keywords

Disney+; identity; VOD; style; animation

Introducción

La incorporación de las plataformas en línea para servicios de entretenimiento ha propiciado una reestructuración de la industria audiovisual (Iordanova y Cunningham, 2012; Jenkins, 2008), “Es la suscripción de Vídeo Bajo Demanda la que se ha consolidado como el principal modelo de consumo” (Clares-Gavilán y Medina-Cambrón, 2018, p. 911). Además, el medio cinematográfico ha asumido la codificación digital convirtiendo al de animación —ya íntegramente generado con tecnología CGI (Computer Generated Images)— en un tipo de producto elaborado por dispositivos enteramente digitales para ser consumido por otros también digitales (Levi Strauss, 2000).

El desarrollo de un contexto con una velocidad diferente ha provocado cambios en las identidades (Turkle, 1997). La industria de la animación, ya interconectada y globalizada buscando nuevas estrategias comerciales, también se ha visto en la necesidad de modificar sus estrategias en base a los servicios de las plataformas.

En nuestro planteamiento, atenderemos a los referentes pertenecientes al mayor distribuidor de animación, que estrenó su propio servicio en 2019, Disney+, para constatar si a través de su plataforma se ha dado una transformación de su estética gráfica, tan homogénea años atrás. Para ello, nos aproximaremos a los largometrajes estrenados desde la creación de Disney+, los que han compartido y combinado su estreno con el servicio digital y, sobre todo, los lanzados únicamente a través de la plataforma.

El contexto de las plataformas digitales

Las plataformas de VOD¹, o SVOD², han sido estudiadas junto con el desarrollo del mercado tanto por Tryon, (2013), Barker y Wiatrowski (2017), como por Jenner (2018), pero sobre todo acercándose a Netflix como objeto de estudio. Bien es cierto que este servicio fue el primero en establecerse frente a los medios tradicionales, ahora bien; nos ilustra el progreso del mercado y de sus sucesoras en tanto en cuanto son ya, sin lugar a duda, el principal medio de entretenimiento a través del mercado televisivo (Tefertiller y Sheehan, 2019).

La situación pandémica contribuyó al asentamiento o a la implementación de nuevas plataformas. Entre ellas, destaca Disney+, proveniente del gigante industrial Disney. La firma, aunque ya

poseía en EEUU el servicio HULU, con uno de los mejores resultados de fidelización, en 2019 decidió lanzar la mencionada Disney+. Esto, aunque iba en contra de su modelo tradicional, “se puso especialmente de manifiesto en 2020 cuando la pandemia del coronavirus obligó a cerrar salas” (Vacas-Aguilar, 2021, p. 5). Un punto de inflexión que asimiló la relación del audiovisual con la red y la cultura contemporánea, o *hipercultura*.

“La sensación de lo *hiper*, y no de lo *trans*, *inter* o *multi*, refleja de modo exacto la espacialidad de la cultura actual” (Han, 2018, p. 22). Esto nos lleva a que el servicio de VBD Disney+ y su pronta instauración se están haciendo eco de las particularidades de este nuevo marco, influenciado por unas identidades interconectadas (Vidal, 2015) y un carácter gráfico que no se refiere al uso de estilos, ni a las diferentes técnicas gráficas, sino al conjunto de ambos conceptos; o lo que es lo mismo, a los estilemas³, en cuanto repetidos y constantes a través del nuevo medio digital.

La conjetura de que el sistema VBD, Disney+, como nuevo espacio de relación con el espectador y medio de exhibición, ha adoptado derivas propias de la hipermodernidad, se puede constatar mediante a) el retrato identitario y b) el carácter gráfico. Es decir, siempre que las identidades culturales que contextualizan los argumentos recojan una multiculturalidad equilibrada e igualitaria, y si se da un carácter gráfico convertido en estilema global mediante la incorporación de otros. Como consecuencia, nuestra mirada se va aproximar a las cintas de animación planteadas por Disney+, independientemente del estudio que tutele el proyecto (Pixar o Disney Animation).

De la identidad cultural y el carácter gráfico

Retrato identitario

Planteamos que se está dando una exhibición hipercultural; concretamente, un diálogo entre representaciones identitarias, no la imposición de una sobre la otra. De este modo, estudiaremos el contenido y la relación en la representación de esas identidades para determinar si se manifiesta una única de forma aislada, si se plantea una confrontación o si se da un diálogo y existe espacio para las que sean representadas.

Carácter gráfico

Los largometrajes estrenados en la plataforma

1. VOD (*Video On Demand*) o VBD (*Vídeo Bajo Demanda*).

2. SVOD (*Subscription Video on Demand*).

3. El grafismo o el estilo que antes se configuraba generando incluso un sello nacional o regional, marcaba un patrón al que llamamos estilema.

Disney+ asumen el CGI (Computer Generated Images) como técnica y acabado estético principal. El aspecto digital, 3D, o generado exclusivamente por ordenador, ha desembocado en una representación de la realidad y de la imagen sin imperfecciones. Estos acabados conllevan un resultado estético que, aun siendo enteramente digital desde sus orígenes en el proceso creativo, se basa en la imitación de la imagen referencial de forma mimética.

Por otro lado, el flujo digital ha permitido el diálogo entre grafismos diferentes en el mismo producto audiovisual, aunque se haya impuesto el CGI a nivel industrial. Esto se aprecia en casos del estudio Pixar, donde ya en *Del Revés (Inside Out)*, Pete Docter, 2015) se articula una escena en la que los protagonistas cambian de estilo pictórico, o en el más reciente caso de *Soul* (Pete Docter y Kemp Powers, 2020).

La implementación de estas propuestas viene de la mano del éxito cosechado por *Spider-Man: un nuevo universo (Spider-Man: Into the Spider-Verse)*, Peter Ramsey, Bob Persichetti y Rodney Rothman, 2018), en donde la relatividad y los mundos paralelos del argumento confluyen no en un *multi* ni en un *inter*, sino en un *hiper*-universo, que sirve de excusa para la interacción entre diferentes representaciones gráficas —3D, bidimensional, *anime*, *noir*— del personaje, y construyen un *hiper*-estilo gráfico.

Tras el desarrollo de disney+: resultados y discusión

Las primeras cintas estrenadas por Disney Animation con la plataforma Disney+ operativa, *Raya y el último dragón (Raya and the Last Dragon)*, Carlos López Estrada y Don Hall, 2021) y *Encanto* (Byron Howard y Jared Bush, 2021), se construyen en torno a un personaje femenino, retornando a los arquetipos clásicos (Calero, 2004) e identitarios del propio estudio (Giroux, 1999). No obstante, dan a entender un giro en la orientación y la percepción de la feminidad a través de protagonistas que exhiben su empoderamiento: mujeres en consonancia con los estereotipos anteriormente sólo masculinos, o diferentes a los que históricamente se les presuponian (Aguado y Martínez, 2015).

Raya se estrenó a la vez tanto en Disney+ como en las salas, pero mediante la necesidad de realizar un pago extra. *Encanto*, por el contrario, se mostró primero en los cines para ser exhibida un mes después en la plataforma. En la trama de *Raya y el último dragón* la protagonista hereda la responsabilidad de reunificar un reino dividido en otros cuatro. El argumento, aunque contextua-

lizado en un mundo imaginario, está basado en conceptos y culturas orientales, incluida la incorporación del estilo cinematográfico *wuxia* para el desarrollo de la acción. En cualquier caso, aunque no se matiza ni se muestra un carácter asiático en concreto —siendo una construcción mestiza de comunidades y culturas— se realiza un esfuerzo en exhibir la comida como elemento diferenciador o distanciador. De manera contraria, *Encanto* no se basa en el factor antropológico de la gastronomía, sino en la literatura hispanoamericana y el realismo mágico. Así, el contexto folklórico sudamericano no permite establecer la relación temporal, tal y como sucede en las narraciones de dicha corriente, y las propiedades mágicas o chamánicas, en cuanto a locales y tribales, de la familia de la protagonista, también femenina, se presentan como la definición identitaria de una colectividad que mira al pasado.

No obstante, Pixar varía estos fundamentos en *Onward* (Dan Scanlon, 2020). *Soul* (Pete Docter y Kemp Powers, 2020) y *Luca* (Enrico Casarosa, 2021). De este modo, se reivindica la cultura juvenil y fantástica, la comunidad afroamericana en Nueva York y la cultura mediterránea, respectivamente. En este sentido, hay que recordar que los personajes se han ido imponiendo como antropomórficos y, en oposición a la *multi* o la *trans*-culturalidad, han hecho hincapié en la desaparición de lo existente (Baudrillard, 2009), o en las comunidades pertenecientes a nuestra memoria colectiva: una adolescencia imaginativa de la clase media norteamericana en *Onward*, la musicalidad del jazz y el barrio neoyorquino para la identidad afroamericana en *Soul*, o la nostalgia del verano y la infancia en el Mediterráneo de *Luca*. Es decir, hay una necesidad de definir e identificar el lugar y sus habitantes porque focalizan la mirada y dan sentido de pertenencia.

Ahora bien, 2022 ha sido el año de lanzamiento de *Turning Red* (Domee Shi), donde no se ha enfatizado la recreación de una sociedad, estableciendo así los límites y los códigos propios, sino que se ha retratado una familia de origen oriental en un país, Canadá, en el que los personajes son inmigrantes, generando de este modo una comunidad que dialoga para el intercambio y la conversación entre miembros dispares que funcionan en un todo. De hecho, aunque el argumento comienza con la delimitación de las reglas impuestas por la familia de Mei, el desenlace se exhibe como el desarrollo fluido de la aceptación y la interrelación de los diferentes códigos entre la comunidad china y la occidental, y un devenir canadiense que acepta el mantenimiento de las tradiciones de cada grupo

y los hace interactuar como un conjunto.

Turning Red expone un conflicto entre las mujeres de una familia inmigrante, más concretamente, entre Mei y su Madre, tal y como sucediera en *Brave* (Brenda Chapman y Mark Andrews, 2012), pero sin definir el tiempo y el lugar, que en aquel caso se trataba de una Escocia medieval. La protagonista se evade del conflicto mediante la necesidad de ser parte integrante de una sociedad encarnada a través de sus amigas, que funcionan como la representación de las seguidoras de una banda de pop occidental. Esta *boys band* juvenil, precisamente, se opone a la tradición sancionadora oriental que le impide a Mei ser una joven más, manifestada en la maldición congénita y heredada de convertirse en un panda rojo, y se proclama como parte activa del desenlace para crear la consecuente aceptación entre culturas e identidades que dan a parar en el retrato de una hiperculturalidad global. Una cultura generada exclusivamente en el *aquí y el ahora*, que el individuo contemporáneo exalta mediante la renovación constante de elementos culturales (Bauman, 2013) “al apropiarse de las cosas a través de la eliminación de la distancia” (Han, 2018, p. 55). Así, el contenido visual de *Turning Red* funciona como una amalgama de expresiones juveniles de la pre-adolescencia, no sólo con la representación de revistas, música, redes sociales y otros elementos propios de cualquier colectivo juvenil, sino incorporando también estilemas que anteriormente eran diferentes. Todo el film conjuga tonalidades de color pastel para la recreación gráfica de los lugares, como si de un filtro se tratase, dotando de los códigos de color del *kawaii* y del manga a toda la obra, y convirtiendo y transformando esos rasgos que ya no son exclusivamente orientales.

Por otro lado, aunque *Turning Red* no escapa de la técnica CGI en la búsqueda de una realidad referencial que se aproxime con el renderizado a una imitación del mecanismo fotográfico —exceptuando el carácter *cartoon* de los personajes—, 2022 ha contraído y definido las alteridades gráficas para darles forma de nuevo en un estreno a través de la plataforma Disney+. De esta manera, *Chip 'n Dale: Rescue Rangers* (Akiva Schaffer) se ha convertido en el segundo largometraje a estrenar directamente a través de la plataforma en el que se plantea el propio concepto del *reboot* como una ontología cinematográfica. Concretamente, el argumento nos traslada a un momento actual en el que Chip y Chop se reencuentran para resolver la desaparición de Monterey Jack en el contexto de una industria animada en decadencia y la transformación de referentes históricos, que

traducen su grafismo y técnica original a una más contemporánea y renovada mezclando o reelaborando diferentes técnicas y personajes de procedencia diversa —CGI, *live action*, *stop motion*, etc.—. Así, Chop ya no tiene la forma de la serie televisiva original, sino que, tal y como él justifica en la propia narración, se practica una cirugía CGI y abandona la forma bidimensional para traducirse en una versión aumentada en 3D. Como consecuencia, a lo largo del metraje se nos presentan diferentes versiones de personajes del imaginario colectivo y la cultura popular animada reinterpretados por otros estilos o grafismos.

Chip 'n Dale: Rescue Rangers recurre a la nostalgia para la articulación de los gags cómicos y su estrategia comercial metacinematográfica. De este modo, la reelaboración del producto de animación —en este caso serie televisiva— se produce con el incremento de la actual “cultura de la copia” (Welchman, 2008). Y es que la reinterpretación o el remake, que se ha convertido en una de las estrategias de la industria actual y la cultura contemporánea (Martín Prada, 2008), ha llevado a los estudios de animación asociados a Disney a recuperar antiguos éxitos con la intención de incorporar a todos los públicos, tanto los que disfrutaron del éxito original como a los nuevos.

Ahora bien, “el reciclaje continuo y las alusiones o citas dentro del propio medio fílmico no es una práctica enteramente contemporánea” (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 124), sino que se ha reproducido y forma parte de la arquitectura visual de la posmodernidad, y ahora de la hipermodernidad. El remix y la evocación metacinematográfica, con alusiones a otras obras, forman parte de la elaboración habitual para la fidelización de un público quienquiera que sea, pero no así los estilemas culturales y los diferentes grafismos. La mezcla entre técnicas de animación (*pixilación*, *stop motion*, *live action*, CGI) ya habían sido conjugada en casos muy conocidos, como en *¿Quién engañó a Roger Rabbit? (Who censored Roger Rabbit?*, Robert Zemeckis, 1988), o en la citada anteriormente y más actual, *Spider-Man: un nuevo universo*, pero, aunque en la primera se planteasen como la relación entre dos conceptos del mismo medio —animación y *live action*— en *Spider-Man* se enfatizaba la procedencia de los diferentes estilos no sólo como técnicas, sino como condicionantes culturales, es decir; como estilemas (*anime*, europeo, etc). Únicamente *Chip 'n Dale* los asume para articularse como un todo que es capaz de comportar y hacer funcionar la variedad de recursos, no por su diferencia, sino por su diálogo, globalizado y conectado,

que pertenece a todas aquellas identidades que antes se configuraban como alteridades a la normatividad general de Disney.

Conclusiones

Hasta los estrenos íntegramente VBD, no se había tomado todavía como base la cultura únicamente visual. De la misma manera, tampoco los gags ni las críticas habían sido tan inmediatas como en *Chip n' Dale*. Así, *Turning Red* y *Chip n' Dale* se configuran como los únicos largometrajes estrenados directamente en VBD, y sus recursos identitarios y gráficos —que considerábamos exponentes definitorios e introducíamos en el apartado 4— suponen la constatación de un cambio. Por otro lado, en estas dos cintas se aúnan diferentes estilos y técnicas, y, por lo tanto, estilemas, dentro de una misma producción. Y a pesar de que históricamente han supuesto un concepto diferenciador, no se

presentan en oposición, como una lucha entre diferencias y alternativas. En *Turning Red* se aúna la cultura popular juvenil occidental y la *kawaii*, y, por lo tanto, el grafismo CGI occidental y el propio del oriental y del estilema manga. Y *Chip 'n Dale, por contra*, reúne más diversidad visual, y su mezcla equilibrada se convierte en la esencia narrativa.

De este modo, las identidades visuales han terminado por establecer un diálogo fluido entre conceptos que antes eran individuales o se establecían como alteridades. La digitalización y los nuevos modos de difusión VBD, tal y como sucede en Disney+, están implementando un cambio paradigmático basado en: a) la interconexión de estilos en un concepto visual y gráfico cambiante durante las narraciones, b) la normalización de culturas no occidentales, c) la confluencia de estilos en diálogo y d) la popularización de grafismos y culturas de otros medios digitales.

Referencias bibliográficas

- Aguado, D. y Martínez, P. (2015). Se ha vuelto Disney feminista? Un nuevo modelo de princesas empoderadas. *Área Abierta*, 15(2), 49-61. https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2015.v15.n2.46544
- Andrew A. y Vicky J. (Directores). *Shrek*. [Película]. Katzenberg, J., Warner, A. y Williams, J. H. (Productores). (2001). DreamWorks Animation.
- Barker, C. & Wiatrowski, M. (2017). *The Age of Netflix: Critical Essays on Streaming Media, Digital Delivery and Instant Access*. McFarland & Company.
- Baudrillard, J. (2009). ¿Por qué todo no ha desaparecido aún?. Libros del Zorzal.
- Bauman, Z. (2013). *Vida líquida*. Austral.
- Calero, C. (2004). La mujer dibujada. Arquetipos y modelos femeninos en el cine de animación de Disney. *Revista Latente*, 2, 17-36.
- Casarosa, E. (Director). (2021). *Luca* [Película]. Warren, A. (Productor). Walt Disney Pictures.
- Chapman, B. y Andrews, M. (Directores). (2012). *Brave* [Película]. Sarafian, K., Lasseter, J., Stanton, A. y Docter, P. (Productores). Walt Disney Pictures.
- Clares-Gavilán, J. y Medina-Cambrón, A. (2018). Desarrollo y asentamiento del vídeo bajo demanda (VOD) en España: el caso de Filmin. *El profesional de la información*, 27(4), 909-920. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.19>
- Docter, P. (Director). (2015). *Del revés/Inside Out* [Película]. Rivera, J. (Productor). Walt Disney Pictures.
- Docter, P. y Powers, K. (Directores). (2020). *Soul* [Película]. Murray, D., Scanlon, D. y Hart, K. (Productores). Walt Disney Pictures.
- Domee, S. (Director). (2022). *Turning Red* [Película]. Collins, L. (Productor). Walt Disney Pictures.
- Giroux, H. (1999). *The Mouse that Roared: Disney and the End of Innocence*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Han, Byung-Chul (2018). *Hiperculturalidad*. Herder.
- Howard, B. y Bush, J. (Directores). (2021). *Encanto* [Película]. Spencer, C., Merino Flores, Y. y Lee, J. (Productores). Walt Disney Pictures.
- Iordanova, D. & Cunningham, S. (2012). *Digital Disruption: Cinema Moves On-line*. St. Andrews Film Studies.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Ediciones Paidós.
- Jenner, M. (2018). *Netflix and the Re-invention of Television*. Palgrave MacMillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-94316-9>
- Levi Strauss, D. (2000). *Photography and Belief*. David Zwirner Books.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2009). *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Anagrama.
- López Estrada, C. y Hall, D. (Directores). (2021). *Raya y el último dragón/Raya and the Last Dragon* [Película]. Shurer, S. y Del Vecho, P. (Productores). Walt Disney Pictures.
- Martín Prada, J. (2008). La creatividad de la multitud conectada y el sentido del arte en el contexto de la Web 2.0, *Estudios visuales: Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, 5, 66-79.
- Ramsey, P., Persicjetti, B. y Rothman, R. (Directores). (2018). *Spider-Man: un nuevo universo/Spider-Man: Into the Spider-Verse* [Película]. Steinberg, C., Pascal, A., Arad, A. y Lord, P. (Productores). Sony Pictures.
- Scanlon, D. (Director). (2020). *Onward* [Película]. Rae, K. (Productor). Walt Disney Pictures.
- Schaffer, A. (Director). (2022). *Chip 'n Dale* [Película]. Hoberman, D. y Lieberman, T. (Productores). Walt Disney Pictures.
- Tefertiller, A. & Sheehan, K. (2019). TV in the Streaming Age: Motivations, Behaviors, and Satisfaction of Post-Network Television, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(4), 595-616. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1698233>
- Thomas, F. & Johnston, O. (1981). *The Illusion of Life: Disney Animation*. Abbeville Press.
- Tryon, C. (2013). *On-Demand Culture: Digital Delivery and the Future of Movies*. Rutgers University Press.
- Turkle, S. (1997). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Touchstone.
- Vacas-Aguilar, F. (2021). El mercado del vídeo en streaming: un análisis de la estrategia de Disney+, *El profesional de la información*, 30(4), 1-17. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.13>
- Vidal, F. M. (2015). Una aproximació ontològica de la interfície d'Internet i les implicacions en el disseny. *grafica*, 3(6), 131-153. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.33>
- Welchman, J. C. (2008). Contra la representación. *Exit Express*, 38, 27-30.
- Zemeckis, R. (Director). (1988). *¿Quién engañó a Roger Rabbit?/Who censored Roger Rabbit?* [Película]. Spielberg, S. y Marshall, F. (Productores). Touchstone Pictures.