

Una aproximación estética a la presentación satírica de la raza, la mujer y las relaciones adolescentes americanas en el guion, los vestuarios y la dirección de actores de la película *Mean Girls* desde la perspectiva de Davis Ryalls¹

Andrea Durand | Cayetano García | Diego Gómez | Muriel Muñoz

Planteamiento

Este trabajo se propone hacer un análisis estético de los temas más prominentes en la película satírica *Mean Girls*, que se estrenó en el 2004. La base de la película es más profunda de lo que aparenta a primera vista. Es por eso que este trabajo busca analizarla desde tres puntos básicos: la manera en que la raza es presentada, las representaciones de la mujer y la manera en que estas interactúan; siempre teniendo en cuenta que todo esto se sitúa en el universo cultural americano. Para ello se partirá siempre desde un análisis de la sátira misma y su relación con la estética, ya que la consideramos un componente importante en dicha película.

Para este análisis tomaremos como base el texto “The Culture of Mean: Gender, Race, and Class in Mediated Images of Girls’ Bullying” (Davis Ryalls, 2011). Se trata de una tesis de postgrado que se centra en las representaciones mediáticas del género, la raza y la clase social, objetivo que cumple a través del análisis textual y la interpretación del contenido presentado por una variedad de series y películas,

¹ Primer puesto de la categoría Inicial. Profesor: Jaime Bailón. Curso: Estéticas contemporáneas, dictado durante el 2018.

entre las cuales se encuentra *Mean Girls*. Esta investigación emplea un enfoque sociológico dentro de guiones y narrativas para determinar los posibles motivos de estas representaciones. Entre estos enfoques destaca el uso de la perspectiva feminista y su cuestionamiento al proceso de cosificación de la mujer. Asimismo, la autora realiza un análisis sobre los parámetros de lo que es considerado aceptable y deseado físicamente en las adolescentes, que generalmente son impuestos por los cánones de belleza. Estos son los que determinan qué grupos son los que se encuentran incluidos en estas narrativas y cuáles no. Se enfoca en la población excluida de esta narrativa y va más allá de la binariedad racial (blanco y negro), examinando la vulnerabilidad de otros grupos raciales como latinos y asiáticos.

Justificación

Es un hecho innegable que el siglo XXI ha sido testigo del resurgimiento del feminismo. Y esta nueva oleada del movimiento promueve y exige cada vez más cambios en casi todos los ámbitos de la vida social, política y económica. El cine, por supuesto, no está exento de las repercusiones e influencias del nuevo feminismo, de manera que este siglo ha traído consigo una enorme cantidad de cambios en las representaciones cinematográficas de las mujeres, las relaciones entre ellas y la raza, tema que el feminismo ahora también abarca. Teniendo en cuenta dichos cambios, creemos que *Mean Girls* es la película ideal para realizar un análisis estético sobre los temas antes mencionados, ya que es una sátira que busca exaltar precisamente lo que denuncia el feminismo: las representaciones vacías y altamente estereotipadas de las adolescentes que se dedican a difamar las unas a las otras para el beneficio de los hombres. No solo eso, sino que es importante que se estudien a profundidad las repercusiones que una película de esta índole tiene sobre los jóvenes que la ven.

Adicionalmente, se tiene que es una película sumamente popular y los inte-

grantes de este grupo la conocemos bien, por lo que consideramos interesante analizar sus componentes formales, principalmente el humor y la sátira. Entender cuándo una comedia puede considerarse arte o qué hace que una película como *Mean Girls* sea un clásico de la comedia moderna nos llamó bastante la atención como comunicadores, pues cabe la posibilidad de que nos encontremos involucrados en producciones parecidas en el futuro. Creemos que tenemos ya suficientes conocimientos sobre el lenguaje audiovisual y gráfico como para analizar los componentes formales de la película, además de que este trabajo nos permitirá profundizar en ellos.

1. Breve aproximación histórica a las representaciones de la mujer en el cine de Hollywood a partir de 1930

1.1 El rol tradicional de la mujer

Al iniciar este capítulo, es necesario comprender que las representaciones de la mujer en el cine siempre han estado directamente relacionadas con el contexto histórico y temporal en los cuales las películas son realizadas. Por ello, el sentido de esta aproximación histórica serán los cambios en la representación de la mujer en el cine y su relación con ciertos eventos históricos y fenómenos sociales como el feminismo.

El cine y la sociedad se han influenciado mutuamente a lo largo de la historia, y producto de su relación nacieron o se reforzaron una serie de estereotipos acerca del papel que juega la mujer dentro de la sociedad. Según Gila (2006), el cine es tan influyente que sus personajes y los roles que estos cumplen en la pantalla llegan a influir de manera poderosa en las actividades de la vida real desempeñadas por la mujer (p. 92). Es preciso mencionar entonces que, aunque con notables excepciones, los roles femeninos siempre han sido tradicionalmente sumisos, secundarios y estereotipados (Khun, 1996). En cuanto a la producción de películas, no

se permitía que las mujeres desempeñen funciones de liderazgo ni que adquirieran mayores responsabilidades, pues se concebía a la mujer como individuo limitado a las labores domésticas y secundarias, generalización que no era ajena a la industria cinematográfica. Por ende, el cine se convirtió en un reflejo ideológico de la situación de la mujer en cada periodo histórico (Rodríguez, 1994). En consecuencia, las transformaciones en la representación cinematográfica de las mismas han estado siempre muy unidas a las transformaciones sociales, políticas y económicas de los roles femeninos.

Durante los años treinta, surge en Hollywood un movimiento llamado “La Legión Nacional de la Decencia”. Esta era una organización dedicada a identificar y combatir contenido objetable en el cine, desde el punto de vista de la Iglesia católica. La Legión Nacional de la Decencia redactó su propio Código de Producción, conocido como el Código Hays, el cual estaba destinado a definir los límites sobre aquello que se podía filmar: aquello que la Iglesia católica aprobaría y lo que censuraría. Este código fue presentado y posteriormente aceptado por la Asociación de Productores Cinematográficos, con lo que se implementó la censura católica desde la etapa misma de la preproducción de las películas desarrolladas en la época. Como resultado, no se podía rodar ni proyectar películas que no estuvieran aprobadas con anterioridad por la Liga de la Decencia.

En consecuencia, el cine de Hollywood se llenó de referencias no explícitas, mensajes ocultos y dobles sentidos con fin de evitar la censura. El código contribuyó en mayor medida a censurar gran parte del cine hecho por mujeres y del tipo de representación que recibían, lo que dificultó su acceso a este arte. Paradójicamente, el código protegía de forma indirecta la utilización del cuerpo femenino en nombre de las buenas costumbres, pero también contribuyó de forma decisiva a devolver a la mujer a su papel tradicional dentro de las narraciones. Mary Beth Haralovich, catedrática de la Universidad de Arizona, ha llegado a la conclusión de que el cierre narrativo está siempre supeditado a la resolución de conflictos que tienen como

eje principal la relación mujer/hombre, para lo cual realizó el análisis de más de diez películas de la Warner Brothers de las décadas de los treinta y cuarenta:

Si una mujer adopta un papel no normativo en el mundo de la producción y del control económico, cederá ese control a un hombre al final de la película. El amor romántico parece ser el papel normativo que influye con más fuerza en su decisión (Haralovich, 1979, pag 13)

Por tanto, no solo se intenta restituir a la mujer a su papel en el vínculo mujer/hombre, sino que el proceso del enamoramiento en sí mismo constituye un elemento estructurado de la narración entera. Así pues, parece existir una tendencia en la narrativa clásica de Hollywood a restituir a la mujer a “su sitio”. Aún más, a menudo es la mujer quien constituye el motor del relato, el problema que pone en marcha la acción de la película. Un claro ejemplo de esto es la trama de *Alma en suplicio*, película por la que la actriz Joan Crawford ganó el Óscar en 1945. En esta la reconstrucción del relato de la vida de Mildred, la protagonista, es condición previa para que el detective pueda conocer la verdad y resolver un asesinato. En este sentido, la resolución del conflicto depende de la resolución del “problema femenino” planteado en el relato: la mujer debe volver a su lugar para que se restaure el orden en el mundo.

En el cine clásico de Hollywood, esto se logra mediante diversas acciones: para conseguir la vuelta de la mujer al orden tradicional esta puede enamorarse, “atrapar a un hombre”, casarse o aceptar cualquier otro papel que sea normativamente femenino. Si no ocurre así, es posible que sea castigada por su transgresión narrativa y social con la exclusión, la marginalidad legal o incluso la muerte. En *Alma en Suplicio*, por ejemplo, se evidencian ambas formas de resolver el problema femenino. Mildred es devuelta al mundo familiar en la secuencia final al reunirse con su anterior marido. Su hija, por el contrario, es castigada no solo por haber cometido un asesinato, sino por su desenfrenada sexualidad y por haber mantenido una relación con el amante de su madre, quien es la motivación tácita del crimen

que la narración sigue.

Es importante destacar que los grandes estudios se veían beneficiados por la censura impuesta por el Código Hays, lo que explica que lo hayan aceptado tan fácilmente. Por un lado, preferían ser autorregulados por un organismo creado por ellos mismos a someterse a una censura impuesta por el gobierno. Por otro, la férrea aplicación del código hacía que la mayoría de películas independientes y extranjeras no consiguiesen el certificado de aprobación, por lo que la exhibición de esas películas era muy restringida y minoritaria comparada con las grandes producciones de los estudios. Mae West, actriz y cantante de la primera mitad del siglo XX, fue una de las que más despertó la ira de los conservadores y amantes de la censura. Especialista en el doble sentido, la provocación y la sátira; los personajes a los que daba vida no correspondían a la realidad de la época. Más bien, parecían reírse de la mitificación sexual de la *femme fatale* a la que parodiaba. Pero su éxito radicaba en el atrevimiento y el descaro de unos diálogos que ella misma recomponía de arriba hacia abajo. La presión de la censura, a la que tuvo que burlar en numerosas ocasiones, terminó por eliminar la magia de una gran actriz que basaba su éxito en la naturalidad y la espontaneidad de unas actuaciones en las que la sátira era el recurso más empleado. Algunos directores decidieron, con dificultad, eludir el código y liberar a su producción de este. Es notable el caso del director británico Alfred Hitchcock, que en 1940 produce en Hollywood la película *Rebecca*, considerada como la primera película que involucra el romance gótico y que está dirigida a un público principalmente compuesto por mujeres (Coppel, 2007).

A partir de los cincuenta, el código empezó a quedarse anticuado y el público empezaba a demandar películas de corte más realista, por lo que la aplicación de este empezó a relajarse poco a poco y se hizo una reforma. En los años 60, se volvió completamente obsoleto y fue abolido completamente en 1966. Fue precisamente en las décadas de los años 60 cuando la mujer no solo incursionó en el cine frente a la cámara con roles más preponderantes, sino también detrás de

ella. Las mujeres comenzaron a desempeñar roles de producción y dirección de filmes, gracias al espíritu revolucionario que propiciaron en aquella época los movimientos feministas que surgieron en Estados Unidos. Las productoras de cine asumieron una postura netamente feminista y lo plasmaban en sus producciones, las cuales muchas veces eran orientadas al género documental (Martín, 2008). En cuanto a la manera en que se representaba a las mujeres, el cine de la época propuso dos modelos predominantes: el modelo de *femme fatale*, mujer que usa su sexualidad para atrapar al hombre y que fue popularizada por Marilyn Monroe y Rita Hayworth, y el de “vecina de al lado”, personificado por Claudette Colbert o Doris Day (Eco, 2004). Eran habituales los primeros planos de ellas sin que en ningún momento se rompiera el desarrollo narrativo, que continuaba al mismo tiempo que se les mostraba. De esta forma, el cine define a la mujer como una imagen, como un espectáculo que captura miradas y un objeto de deseo que debe ser controlado y, finalmente, poseído por un sujeto masculino.

Los primeros estudios sobre el papel que representan las mujeres en el cine los encontramos en la década de los setenta son trabajos que surgen unidos a los primeros festivales de cine feminista o de mujeres y que toman como centro de análisis las películas de Hollywood. Molly Haskell, reconocida crítica de cine y autora de varios libros con temática feminista, realizó un extenso análisis de los estereotipos femeninos en el cine durante el siglo XX en su libro *From Reverence to Rape* (Haskell, 1975) y concluyó: “Las mujeres siempre protagonizan personajes débiles, románticos, vicarios con respecto al protagonista masculino, sin autonomía narrativa, y que están dispuestas a abandonar sus propios anhelos por el amor de los hombres”. De esta manera, vemos cómo la representación de mujer se basa en ideales patriarcales y naturalizados por la audiencia. Esta tendencia continuó a lo largo de la década de 1980.

No obstante, en la década de 1990 inició en Estados Unidos una tercera ola de feminismo, que se tradujo en el cine como un cambio en el paradigma de represen-

taciones femeninas en el cine popular y los medios masivos. De pronto nacieron y se popularizaron roles de mujeres “empoderadas” que desafiaban los papeles tradicionales y frecuentemente se burlaban de ellos también. Ejemplos perfectos de personajes de este calibre se pueden encontrar en la película *Matilda* (1996). Aquí se pueden apreciar tres tipos de mujeres empoderadas en una sola película: primero, la misma Matilda, que desafía a su familia y lucha desde su posición de niña contra el entorno corrupto e ignorante que la rodea. No solo eso, sino que utiliza sus poderes para empoderar a otra mujer, la señorita Miel. La ayuda a encontrar su voz y confrontar a la fuerza que la oprime para recuperar lo que legítimamente era suyo. Ella es el segundo tipo de mujer representada en esta película: la que ha perdido la voz y la fuerza, pero que las recupera para el final del filme. Es, además, una mujer soltera y totalmente devota a su trabajo. El último tipo de mujer representada se ve en la Maestra Tronchatoro. Aquí hay una mujer perpetradora de violencia, que incita un ambiente tóxico y que se dedica a hacerle la vida imposible a la “mujer buena”, la señorita Miel. Este es un rol muy nuevo, pues es una mujer completa y deliberadamente repelente que vive sola en un desorden absoluto y que tiene mucho poder en sus manos.

No es exactamente el caso de Matilda, pero muchos de estos nuevos personajes exploraban, además, las contradicciones sociales a las que deben enfrentarse las mujeres y, en particular, las adolescentes, de manera que oscilan entre la victimización y el empoderamiento (Sibielsky, 2010). Aquí podemos ver el caso de Cher en la película *Clueless* (1995), cuya historia gira precisamente alrededor de su experiencia en un momento de la secundaria en el que se enfrenta a varios desafíos académicos, sociales y familiares, donde ella es tanto víctima como empoderada y perpetradora de algunos tipos de violencia. Esto también es muy particular de esta nueva ola de representación.

Según Sibielsky (2010), el origen de este tipo de representación femenina se puede encontrar en la literatura. Entre 1990 y 2002, se publicaron un grupo de

libros que pusieron en el foco de atención de la sociedad a la situación de las jóvenes en las secundarias de Estados Unidos. Estos no solamente indagaban en las formas de violencia de las que las jóvenes eran víctimas, sino que por primera vez se les empezó a estudiar como perpetradoras de la violencia. Se investigó de una manera muy particular de qué manera se relacionaban las chicas y qué clases de violencia eran las más frecuentes en sus interacciones cotidianas. Actos tan aparentemente simples como los chismes, el sabotaje, la exclusión, las amenazas, los rumores, la extorsión o la humillación frente a otros compañeros se empezaron a tomar en serio por primera vez en la historia de Estados Unidos. Entre los libros dentro de esta categoría se encuentran *How Schools Shortchange Girls*; *Schoolgirls: Young Girls, Self-Esteem and the Confidence Gap*; y *Queen Bees and Wannabes: Helping Your Daughter Survive Cliques, Gossip, Boyfriends and Other Realities of Adolescence*. En este último ahondaremos más adelante, pues la película que constituye nuestro objeto de análisis está basada en él. Todas las problemáticas y las teorías planteadas por estos libros empezaron a encarnarse en personajes cinematográficos de películas que estaban, sobre todo, dirigidas al público joven del que hablan.

1.2 El nuevo feminismo individualista y las representaciones en el cine: contradicciones e incongruencias

El gran inconveniente de las distintas visiones que presentaban estos libros y, por consiguiente, gran parte de la producción masiva acerca del tema es que todos presentan a las chicas mismas como el problema y, por ende, dan una lista de posibles soluciones que se basan en el empoderamiento y la transformación de las adolescentes. Pero lo que ninguno toma en cuenta es que nada de eso funcionará si es que la sociedad no se reforma también para hacerles espacio a las mujeres ya “empoderadas”. Se trata, entonces, de un feminismo más individualista (postfeminismo, lo llama Davis Ryalls) que se enfoca en el poder del cuerpo de cada una

en lugar del cambio social (Murphy, 2015). El resultado en el cine es un grupo de personajes que supera obstáculos y termina sufriendo una gran transformación que mágicamente arregla todo y les otorga un nuevo y bien merecido lugar en la pirámide social. Como cita Davis Ryalls (2011), según Kelly y Pomerantz, se trata de películas (y aquí se incluye a *Mean Girls*) que dejan que las chicas encuentren una manera de sobrevivir en su universo sin jamás hacer una crítica al poder o proveer alguna suerte de entendimiento de la manera en que se construye el género. Como resultado de este fenómeno donde se empodera a las mujeres pero no se reforma la sociedad, se genera un doble discurso del que los personajes femeninos adolescentes son también víctimas: la exigencia de que sean fuertes e independientes, pero que no pierdan su feminidad en ningún momento (Murphy, 2015).

Aquí podemos ejemplificar con la película *Legally Blonde* (2001). Toda la trama gira en torno a Elle Woods, una mujer cuyo novio no le quiere proponer matrimonio porque la considera “demasiado rubia”, es decir, demasiado tonta. Entonces, ella se propone demostrarle su inteligencia y recuperarlo, para lo cual ingresa a la Escuela de Derecho de Harvard y paulatinamente va transformándose. Estudia, se vuelve más inteligente, consigue un trabajo, resuelve un caso y, al final, se queda con un chico que la aprecia de verdad. Así, logra todos sus objetivos a través de su propia transformación y encuentra un lugar nuevo en la sociedad, como si esta la hubiera estado esperando toda la vida. Lo hace, por supuesto, sin dejar de lado el rosado y la feminidad por un segundo.

Adicionalmente, y siguiendo a Murphy (2015), se tiene que en este momento en el cine se puede apreciar una fuerte contradicción ideológica que se produce como resultado del choque de la segunda (1960-1980 aproximadamente), y la tercera ola feminista o el postmodernismo (1990 en adelante). Esta se debe a que la Segunda ola alega que las mujeres jamás obtendrán su cuota de poder en la sociedad hasta que estas sean representadas en igualdad de términos que los hombres —léase igualdad de edades promedio, de posiciones de poder, de aspiraciones de vida,

entre otros—. Ejemplo de la segunda ola del feminismo es la película *The Stepford Wives* (1975), cuya trama es una crítica abierta a la sociedad de roles tradicionales de género. Utilizan una metáfora —la de las mujeres robots— para graficar de qué manera se espera que las mujeres se vuelvan seres purgados de toda personalidad y ambición de convertirse en algo más en la vida que un ama de casa y una esposa ideal. La tercera ola, sin embargo, no apela precisamente a eso. Rompe con los valores tradicionales y argumenta que la celebración y utilización de la sexualidad femenina por la propia mujer representada para controlar su contexto constituye un elemento de poder.

En *Mamma Mía* (2008), por ejemplo, se acepta el hecho de que Donna, la protagonista, se haya acostado con tres hombres seguidos en su juventud y que no sepa cuál de ellos es el padre de su hija. Se toma como algo normal que se atribuye a una mujer libre, independiente y en búsqueda de aventura durante su juventud. Según Davis Ryalls (2011), muchos de los trabajos cinematográficos del postfeminismo podrían considerarse una suerte de crítica a la segunda ola del feminismo, a la cual acusan de haber creado una “cultura de la victimización”. Estos son en la actualidad los dos tipos generales de mujeres que se representan en el cine, y cada una recibe críticas y quejas de las adherentes al bando opuesto. No hay entonces una forma de representación que tenga suficiente consenso como para ser considerada la “correcta”.

1.3 El papel de las mujeres en las películas más taquilleras de Hollywood 1980-2009

En cuanto al papel que las mujeres suelen ocupar en las películas de Hollywood más exitosas, Nulman (2013) condujo un estudio enfocado en la representación de la mujer en el cine globalizado. Para ello, empezó por reconocer una serie de temas constantes en las películas más taquilleras de la década de 1990 y del 2000. El primero de estos temas transversales es que las mujeres rara vez son los personajes

principales. Y segundo, que usualmente tienen vínculos maternales y/o amorosos con los protagonistas. Estos dos primeros descubrimientos se ven casi siempre intrínsecamente unidos en las películas. Algunos de los ejemplos que menciona el autor son *Mi pobre angelito* y *El sexto sentido*, dos películas en las cuales las mujeres de mayor importancia eran las madres de los niños protagonistas y su rol era, precisamente, ser madres y nada más. En la película *Independence Day*, las tres mujeres que aparecen tienen vínculos románticos con los protagonistas masculinos. El tercer tema común se refiere a la búsqueda de la aventura, aspecto en el cual muchas veces se encuentran confrontadas con personajes masculinos que suelen ser más valientes que ellas. El cuarto tema constante es que las mujeres suelen necesitar que las rescaten, pero son en algún punto de la trama salvadoras ellas mismas. En estos dos últimos temas ubicamos, por ejemplo, a las películas de *Star Wars*, *Transformers*, *Harry Potter*, así como también *Men in Black*, donde la mujer protagonista necesita que la salven de los aliens, pero al final termina salvado a los hombres de ellos cuando vienen a salvarla.

Nulman (2013) luego compara estos resultados con aquellos de las películas más taquilleras de la década de 1980 y las coincidencias no faltan. Los personajes suelen tener vínculos maternales o amorosos con los protagonistas masculinos y sus roles son bastante instrumentales: existen o para apoyarlo o para ser el motivo que los lleva a la acción. Se trata entonces de personajes generalmente planos de los que probablemente se podría prescindir sin afectar drásticamente el sentido de la trama. Aquí podríamos hablar, por ejemplo, de *Indiana Jones*, donde el único personaje femenino está ahí porque Indiana tiene un interés romántico en ella y eso impulsa la acción. Coinciden también en el tercer tema en común: en la mayoría de estas películas las mujeres suelen ir en búsqueda de la aventura. Los puntos en los que difiere esta década con las que se mencionaron son dos: que las mujeres en 1980 suelen tener un rol más periférico y ciertamente menos importante que los de sus contrapartes masculinos; y que, si bien la mayoría de películas

incluyen a mujeres que necesitan ser rescatadas, algunas otras no incluyen a las mujeres como salvadoras. Un ejemplo ideal de estas dos ideas se ve reflejado en *Back to the Future*, donde el único personaje femenino relevante de verdad es la mamá de Marty, a quien ambos personajes masculinos salvan. Este último aspecto es en el que más se diferencian los dos periodos de tiempo analizados por Nulman (2013).

En este asunto ahonda un poco. Recalca que el tipo de rescate que suelen hacer los personajes de ambos géneros estudiados es diferente, pues a las mujeres se les atribuye un estilo de rescate más tradicionalmente femenino que se asocia con temas de empatía, sexualidad, amor e instinto maternal. Los hombres, en cambio, rescatan por medio de la inteligencia, la fuerza y el poder. De nuevo, podemos ejemplificar con *Mi pobre angelito*, donde el niño salva su hogar de los ladrones a través de la astucia y la inteligencia. La madre, en cambio, que está buscando regresar a casa por su hijo logra todo a través del instinto maternal, el amor incondicional y el sacrificio de su comodidad por su hijo.

Se concluye, entonces, que a pesar de que los tiempos han avanzado y con ellos los movimientos sociales en pos de la igualdad de género, esto está lejos de conseguirse tanto en la vida real como en las representaciones cinematográficas. Más allá de eso, la situación social de la actualidad es tan compleja que ni siquiera se tiene una idea clara de lo que es una representación correcta, por lo que todo producto audiovisual será víctima de la crítica y el escrutinio por parte de alguno de los lados de la contienda ideológica.

2. La sátira

Un componente importante en este análisis estético es la sátira, la cual consideramos importante definir. Según la Real Academia Española, la sátira es cualquier composición o discurso que busca censurar o ridiculizar a alguien o algo. Otros

diccionarios señalan que sus principales características son la picardía, la agudez y lo mordaz (WordReference, s.f.). Para Hutcheon (1985), “la sátira es una forma de humor que esconde un juicio negativo”. La sátira está presente en la mayoría de las artes visuales y presenta una gran variedad de formas y sentidos (Idárraga, 2014). Sin embargo, creemos que conocer de manera literal la definición de “sátira” es insuficiente. En el presente capítulo, analizaremos algunos estudios anteriores realizados acerca de este tipo de composición, sobre su impacto en la cultura y la sociedad, y finalmente su relación con la estética.

2.1 Sátira, ironía y humor

Debido a que *Mean Girls* es una película satírica, consideramos importante ahondar en este tema. Encontramos en muchas de las definiciones y en el transcurso de la historia de la sátira la utilización de los términos “humor” e “ironía”. Idárraga (2014) señala que la sátira nace de los dos términos y los considera sus impulsores. La ironía ha significado una amenaza para los sistemas que busca romper, pues es una forma de denuncia, una rebeldía que se evidencia a través de contradicciones o del entendimiento de lo contrario a lo que se dice o muestra. Está hecha de tal manera que el público usualmente logra comprender que se está ridiculizando lo representado porque el creador busca evidenciar una protesta específica y quiere que el público comprenda su manera de entender la situación. Requiere que el espectador tenga un cierto bagaje cultural, una colección específica de conocimientos que le permita establecer relación donde no existe una evidente. El humor, por otro lado, no necesariamente es una protesta, sino simplemente una manifestación cómica de un aspecto particular de la existencia y la sociedad. “Si, por un lado, el humor devela lo cómico de la condición humana, la ironía aporta el componente crítico” (Idárraga, 2014).

La efectividad de estos componentes usualmente está ligada con el uso adecuado de los recursos retóricos, los medios y los componentes formales. Es co-

mún, entonces, ver la satirización mediante el estereotipo, la exageración y la tipificación. Sin embargo, estos mismos estereotipos se pueden contradecir con el pensamiento de que la utilización de la ironía, el humor y la sátira puede ser considerada como un “homenaje a la inteligencia del observador, pues el artista lo considera capaz de captar auténtico sentido de sus imágenes; lo considera con la suficiente imaginación para detectar los indicios que lo llevarán a lo que está detrás de lo evidente y lo obvio.” (Idárraga, 2014).

2.2 Bagaje cultural y la sátira

Siendo la sátira un tipo de composición lingüística y de expresión del pensamiento, esta estará muy ligada al ámbito cultural y al ámbito personal del lector y del autor. Asimismo, es necesario determinar la situación histórica y social que influye en su sentido. Echevarría (2011) señala que la sátira ha servido siempre como estrategia discursiva, al igual que la parodia y la ironía. Esto se debe a que la comprensión de cualquier discurso y su interpretación adecuada son importantes. Entonces, los autores utilizarán diversas estrategias, como las mencionadas anteriormente, para permitir una fácil comprensión de su composición. Un discurso que no puede ser descifrado por el receptor es un discurso sin sentido alguno. Esto demuestra el carácter puramente social del lenguaje.

Para la autora, la sátira tiene una tarea ridiculizadora de los comportamientos sociales y crítica de las informaciones y de las convenciones. Finalmente, menciona que estas estrategias de comprensión lingüística “funcionan como mecanismos de percepción del mundo, construyendo representaciones de ese mundo y ofreciendo figuras de identificación; son portadores de una ideología” (Echevarría, 2011). Ballart (1994) resalta que la sátira se convierte en un juego intelectual entre el creador y el espectador, que se extiende a un nivel verbal y a un nivel basado en los hechos: la ironía situacional. Para que este juego intelectual funcione, el narrador tiene que buscar una determinada emoción en el espectador y también debe

tener una definida estructura comunicativa basada en la doble codificación y decodificación: “sus destinatarios pueden ser los lectores que ingenuamente aceptan los enunciados literales o bien aquellos que decidan trascenderse en busca de una lectura en clave irónica”.

2.3 Sátira y sociedad

Entender la sátira nos lleva a analizar sus orígenes y cómo se ha ido desarrollando en el transcurso de la historia. El *Journal of Parents and Teachers* presentó en 1993 una guía sobre educación social en la cual ponen hincapié en el impacto que ha tenido la sátira en las sociedades democráticas a través de los tiempos. Señalan, acerca de sus principales apariciones, que el satirismo que hoy conocemos “es la versión moderna del bufón de la corte, que hacía reír al rey. Con humor, el bufón tenía licencia para poner ante los ojos del monarca sus debilidades y defectos”. Desde la Edad Media, la sátira, o el trabajo del bufón, sirvió como recurso vigilante y de protesta a través del humor

Por otro lado, la sátira ha sido una estrategia fundamental y eficiente para atraer a los jóvenes a los problemas sociales y a generar más conciencia e interés. La guía, finalmente, considera que la sátira hoy en día funciona mejor que los medios más serios. Pero la realidad obtiene un tono cínico que puede generar conflicto. Por ejemplo, McClennen (2012) considera que la sátira utilizada en los medios actuales, como en los *talkshows* o películas cómicas, revela la condición humana desde un ángulo político que requiere la reflexión de la audiencia. Para la autora, la risa no es el fin último que persiguen los chistes de este corte, sino que es un medio que finalmente debe llevar a la reflexión. Otro ejemplo claro es el trabajo realizado por Charles Chaplin en *El Gran Dictador* (1940), en la cual satirizan al régimen nazi y a su líder, Adolf Hitler.

2.4 Sátira y estética

Para algunos de autores la sátira podría significar un alejamiento de lo estético, debido a su constante cuestionamiento de las reglas de la armonía en el universo artístico (Ballart, 1994). Sin embargo, John Morreall (1981) considera que el humor, propio de la sátira, es la mejor experiencia estética y posee el mismo valor que cualquier otra experiencia estética, así sea esta más armónica. La experiencia estética permite a la audiencia tener un punto de vista acerca de la condición humana, pero el humor en un contexto satírico provee la crítica social necesaria para descubrir lo que sería tapado por tabúes o lo que no es comúnmente aceptado por la sociedad. Se entiende entonces que utilizando la experiencia estética de la sátira la verdad se percibirá como menos amenazadora y la inducción a la reflexión se hará más amena.

Adicionalmente, Gordon (2012) plantea una hipótesis acerca de los componentes estéticos de la sátira. El humor dentro de la sátira es estético mientras estimule la imaginación del público que debe pensar de una manera crítica y creativa acerca de la condición humana. Asimismo, considera que evaluar estéticamente el impacto en la audiencia es más eficiente que analizar los motivos e intenciones del que realiza la expresión satírica. Esto se evidencia aún más al saber que los motivos estéticos no pueden ser separados de los motivos prácticos. Esto es decir que si la sátira resulta una experiencia estética o no dependerá más de la lectura que realice el público que de la manera en que la construya el creador del producto.

Para comprender a mayor profundidad la relación entre el humor y la estética, tenemos el ejemplo peruano de *Pataclaun*. Este programa televisivo se encontró al aire de 1997 a 1999, en tiempos donde la democracia peruana se encontraba convulsionada. Los personajes de esta serie eran extraídos de la realidad social peruana: Machín, el jefe de familia; Wendy, la ama de casa; Gonzalete, el cura; Queca, la “pituca” y Tony, el galán. Sin embargo, eran una versión completamente satirizada

y crítica de estos. *Pataclaun* es reconocido por su habilidad de despertar el pensamiento crítico en sus espectadores a través del humor y la sátira, confiando en la capacidad de comprensión del público para decodificar los subtextos presentados. Esta comedia es trabajada a partir de la ridiculización del contexto social y político del país, y a su vez, se buscan transmitir mensajes inteligentemente contruidos, y disfrazados de humor, para despertar la reflexión del espectador sobre las problemáticas en la sociedad peruana, es aquí donde se evidencia su valor estético. Estas son las principales características diferenciales entre *Pataclaun* y otros programas de comedia peruana como *La Paisana Jacinta* que utilizan desmedidamente el humor negro y el refuerzo de estereotipos negativos sin invitar al público a realizar algún esfuerzo intelectual. En el caso del personaje de *La Paisana Jacinta*, no se hace más que construir una representación grotesca y alejada de la realidad de la mujer andina y, sin más, presentarla como el chiste. No existe algún trasfondo reflexivo o crítico. Es una burda parodia de la mujer andina cuyo único fin es que el público se burle de su apariencia, cultura, habla y forma de pensar. Los logros de programas como este se reducen a la promoción de estereotipos negativos que fomentan la discriminación hacia grupos sociales minoritarios y marginados, y al fortalecimiento de un status quo segregacionista (De los Heros, 2016).

3. Análisis de los aspectos formales en relación a los temas tratados

3.1 Guion y narrativa

Antes de iniciar el análisis, creemos relevante aclarar que la versión del guion disponible al público por Internet tiene una gran cantidad de elementos y escenas que se cambiaron para la versión que finalmente se utilizó. Desafortunadamente, no contamos con acceso a esta última versión, por lo cual el análisis del guion se realizará a partir de la versión disponible al público y, en casos muy relevantes,

a partir de lo que se observa en la película. Esto último especialmente para las escenas que cambian drásticamente entre el guion y el resultado final. Asimismo, es notable recalcar que el guion ha sido trabajado de manera en que se adapta al lenguaje empleado por los adolescentes americanos que estudian en escuelas secundarias públicas. El universo verbal de la película incluye desde tonos de voz específicos hasta jergas y palabras inventadas que permiten caracterizar de mejor manera a los personajes. Esto también ha permitido fortalecer la imagen de la película que hoy en día es categorizada como filme de culto. Existen un sinnúmero de citas del guion que son rememoradas y reproducidas por los fanáticos, y que se han convertido en parte de la cultura popular.

En este punto realizaremos un análisis de algunos de los discursos que hemos podido identificar dentro del guion y los diálogos de *Mean Girls*. Estos incluyen referencias sobre grupos raciales, relaciones de poder adolescentes, jerarquías sociales y problemáticas de género. Para realizar esto, tomamos como base el trabajo de Davis Ryalls (2011), por lo cual consideramos importante incluir un análisis global de las representaciones en *Mean Girls* según dicho autor antes de ahondar en temas específicos del guion y otros aspectos formales.

En términos generales y siguiendo el análisis de Davis Ryalls (2011), se entiende que el mundo y los personajes de *Mean Girls* están contruidos de manera muy particular y en concordancia con los valores (o antivalores) del postfeminismo. El resultado es una serie de personajes femeninos que utiliza la agresividad verbal y la lógica para controlar y agredir a otros personajes femeninos, y los hombres se encuentran apartados de toda esta violencia. De hecho, según Davis Ryalls, los chicos blancos de clase media son presentados muchas veces como el centro moral de la narrativa. Este es el caso de Aaron, por ejemplo, que nunca entiende bien lo que está sucediendo, pero jamás se hace partícipe de la violencia voluntariamente. Esto contrasta mucho con el personaje de Regina, que utiliza su inteligencia para manipular a los demás (incluyendo a sus padres). Asimismo, el mundo femenino

(“girl world”, como lo llama Cady, la protagonista) que se crea es uno donde las mujeres pretenden tener la autoestima baja constantemente porque comprenden que eso es lo que se espera de una “buena chica” en una sociedad patriarcal; a pesar de que, tal como lo dice Ms. Norbury, ninguna de ellas tiene realmente problemas de autoestima. Todo esto se hace visible en la evolución de Cady: cuando llega de África no conoce las reglas de este mundo y no sabe lo que se espera de ella, por lo cual no pretende encontrar fallas en ella misma. Cuando al principio Regina le dice que es bonita, Cady simplemente le agradece, pues no sabe que lo que se espera es que automáticamente lo niegue y como consecuencia es atacada por Regina (“Entonces estás de acuerdo, crees que eres muy bonita”). Eventualmente, Cady aprende las reglas, se adapta y hacia el final de la película también está pretendiendo tener baja autoestima. Además, se entiende que en muchos filmes el problema de las *mean girls* es uno que pertenece casi exclusivamente a las chicas blancas y de clase media o alta, lo cual se ve perfectamente reflejado en la película en cuestión.

3.1.1 Referencias raciales en el guion y los diálogos

Antes de continuar con este capítulo, consideramos de suma importancia aclarar que comprendemos que las “razas” no existen biológicamente en el ser humano y no es nuestro afán insinuar aquello. No obstante, lo utilizamos para referirnos a grupos de gente que comparten ciertas características culturales y de fenotipo, puesto que comprendemos que la idea de las razas nace de la necesidad humana de categorizar las cosas de su entorno. Entonces, si bien las razas no existen en el plano biológico, sí existen en el plano del imaginario social colectivo y es este plano el que se utiliza en *Mean Girls* para crear el universo donde se sitúa la trama.

Siguiendo el análisis de Davis Ryalls, es posible notar que el mundo femenino aquí (y el mundo de los personajes relevantes en general) está construido casi exclusivamente con personajes blancos, pero en realidad la construcción racial en

el universo de *Mean Girls* trasciende lo superficial. El tema racial en esta película es recurrente y está sumamente presente en los diálogos. Cabe aclarar, sin embargo, que se habla casi exclusivamente de blancos y negros, y ocasionalmente de asiáticos. Hay presencia latina, pero en ningún momento de la película se hace referencia directa a ellos. Entonces, el discurso racial aquí es más bien el resultado de un grupo de discursos basados en una caricaturización de lo afroamericano y, a veces, de lo blanco también. Por ejemplo, se sabe que los afroamericanos suelen tener nombres bastante particulares que los padres inventan para ellos. En los momentos introductorios de la película, el coordinador de la secundaria, un afroamericano, entra al salón y pronuncia mal el nombre de Cady. Cuando esta lo corrige, el coordinador le pide disculpas y habla de un sobrino suyo llamado “Anfernee” que se enoja cuando lo llama “Anthony”. Es una adición al diálogo totalmente irrelevante para la acción, pero se incluye como una suerte de introducción al humor y la actitud irreverente que adopta la película hacia las sensibilidades raciales. Otra gran caricaturización se ve encarnada en el personaje de la mamá de Regina, interpretado por Amy Poehler. Un estereotipo muy común de los padres blancos es que no saben disciplinar a sus hijos, buscan complacerlos siempre y estos los controlan por completo. El personaje en cuestión se pasa toda la película intentando parecer “cool” ante Regina y las Plásticas. Le ofrece alcohol a Cady, y cuando entra al cuarto y se encuentra con Regina y su novio en un momento apasionado les pregunta si “¿necesitan algo? ¿Bocadillos? ¿Un condón? Háganmelo saber. Por Dios, los quiero”. De nuevo, esta no es una referencia directa al hecho de que sea blanca, pero todo el personaje está construido alrededor de ese estereotipo y este se refleja a lo largo de la narrativa.

La siguiente referencia racial ocurre en la escena de la cafetería donde se le explica a la protagonista (y al espectador) la estructura social de la secundaria, señalando cada uno de los distintos grupos. Durante la explicación se habla de los “nerds asiáticos”, “asiáticos cool”, y “negros atractivos hostiles”. Mientras dura esta

explicación, la cámara muestra a los grupos. Es importante notar que los únicos que tienen personajes no caucásicos son aquellos que mencionan directamente a la raza en el nombre del grupo, es decir, los tres ya antes señalados. Los demás —chicas que se comen sus sentimientos, chicas que no comen nada, deportistas, *wannabes* desesperadas, drogadictos, geeks de la banda sexualmente activos, y las Plásticas— son grupos casi exclusivamente de gente blanca. No obstante, frecuentemente se incluye a los latinos dentro de los grupos de blancos; aunque, como se ha mencionado previamente, no se hacen referencias directas sobre ellos en ningún momento de la película.

Una de las escenas más icónicas de la película sucede en la misma cafetería cuando las Plásticas le preguntan a Cady de dónde viene y esta les responde que se ha mudado de África. En ese momento Karen, una rubia sumamente estereotípica (con poca o ninguna capacidad intelectual) pronuncia las palabras: “Si eres de África, entonces, ¿por qué eres blanca?”. A lo que otra de las Plásticas le responde: “Oh por Dios, Karen, no puedes solamente preguntarle a la gente por qué es blanca”.

Hay tres escenas en las que Fey juega con el pensamiento americano blanco de que toda la gente negra es de África y toda la gente de África es negra: la primera es la que acabamos de describir del diálogo en la cafetería; la segunda es una escena del principio donde la profesora quiere introducir a Cady a la clase y asume que alguien que se ha mudado de África no puede ser blanca por lo cual en lugar de señalarla apunta a una chica negra que resulta ser de Michigan; la tercera ocurre cuando Cady quiere conectar con un grupo de chicas afroamericanas y las saluda en suajili. Asimismo, esto es una satirización casi directa del hecho de que la raza es casi un tabú en Estados Unidos, un tema excesivamente delicado, sobre todo si se trata de un blanco quien está hablando y que es además un tabú que está muy ligado con la ignorancia.

Adicionalmente, es interesante notar que el guion disponible en la web tiene

una cantidad mucho mayor de referencias estereotipadas de la vida en África de las que se hacen realmente en la película en la que al referirse a este continente solo se habla de los animales y del aislamiento de Cady. Se puede inferir que estos cortes se hicieron porque dichas menciones estereotipadas cruzaban una línea y pasaban a ser ofensivas, por lo cual tampoco funcionaban bien como elemento satírico. Por ejemplo, en el guion original se describe a Cady en una de las primeras escenas en una cabaña en África dentro de la cual hay una gran variedad de animales salvajes. Hay otro momento donde Damian le pregunta a Cady si es que en África hay centros comerciales y esta le responde que de vez en cuando pasaba un señor con una carretilla vendiendo pistolas y partes de computadoras.

Según Rodrigo Bedoya en la entrevista que llevamos a cabo, *Mean Girls* resalta entre las películas de secundaria americanas, que suelen estar destinadas a un público blanco, debido a que es más inclusiva racialmente y tiene una mirada más diversa. En muchas películas de este corte se opta por una de dos vías. La primera es incluir a gente negra, pero jamás referirse directa ni indirectamente a su raza. Si se menciona, normalmente es con la palabra “afroamericano” en vez del término “negro”. La segunda vía es simplemente no incluir a gente negra en el elenco. *Mean Girls* rompe con esto y en la escena de “si eres de África, ¿por qué eres blanca?” hace una referencia directa al tema de la raza a partir de una emisora que es, además de todo, estereotípicamente blanca y rubia.

Lo asiático, en cambio, es menos tabú. A los orientales se les suele colocar en papeles muy marcados: el genio de las matemáticas y la tecnología, o la persona popular y deportista. Tampoco se suele hacer referencia directa a su raza. En este caso, *Mean Girls* sigue la línea general de las demás películas en todo el filme menos en la escena del mapa en la cafetería, donde se les menciona como “asiáticos nerds” y “asiáticos cool”. Por lo demás, los personajes orientales que tienen alguna relevancia aquí son los que pertenecen al equipo de matemáticas de la secundaria.

Entonces, las referencias raciales en el guion de *Mean Girls* tienen dos posi-

bles lecturas. La primera de estas es la que se sigue del *Análisis Crítico del Texto* siguiendo las líneas, en este caso, de Van Dijk (1994). Este habla acerca de cómo los grupos de poder en la sociedad aprovechan a los medios para imponer y propagar la ideología y estructura social que les conviene. Esta teoría podría aplicarse a la película en la medida en que *Mean Girls* está escrita y dirigida por Tina Fey, una mujer americana y blanca, sin duda perteneciente a un grupo hegemónico y, por consiguiente, una persona con acceso a discursos que miembros de grupos marginales no tienen acceso. Entonces, las menciones estereotipadas y el hecho de que todos los principales sean también blancos, y que se les presente como los poderosos de la pirámide social de la secundaria podrían leerse como mensajes escondidos entre líneas. En todo esto se ahondará más en el siguiente apartado: discursos de poder.

No obstante, la opinión de este grupo (siguiendo también las líneas de opinión de Bedoya) es que la explicación planteada anteriormente no es atinada para describir el caso de *Mean Girls*. Todo lo contrario de hecho. Esta opinión parte de que se trata de una sátira, lo cual quiere decir que no está tratando de imponer esta visión segmentada y hasta cierto punto racista de la realidad, sino criticarla a través de la burla y la ironía. Entonces no se proponen y refuerzan las estructuras sociales que otorgan y mantienen el poder de los grupos hegemónicos; al contrario, estas se ridiculizan y se exponen como un elemento clave del caos que reina en la secundaria, es decir, en la sociedad. Esta es la segunda lectura que se puede hacer de la película y su narrativa en cuanto al tema de la raza, y es con la que nosotros concordamos. Sin embargo, sí es verdad que seguramente existe algún público para el cual la sátira no sea evidente. En su caso, lo más probable es que realicen la primera lectura.

3.1.2 Referencias a estructuras sociales y de poder en el guion

En este punto nos dedicaremos a analizar la estructura y los discursos de poder

expresados a través de las líneas del guion de *Mean Girls*. De esta manera podremos comprender con mayor amplitud el universo social de este *high school* y algunos de los recursos empleados en los diálogos para construir estas dinámicas entre los personajes. La estructura social presentada en este filme constituye una especie de reflejo, un tanto exagerado, de la realidad de las escuelas secundarias públicas norteamericanas. El personaje principal, Cady, llega a la escuela de North Shore sin ningún tipo de pista sobre cómo se maneja esta sociedad. Proviene de un contexto en el cual las normas eran establecidas por sus padres y en el que los encuentros de socialización con personas de su edad eran reducidos en comparación al adolescente americano promedio, ya que por la mayor parte de su vida había sido educada desde casa. Por este motivo nos encontramos con una adolescente completamente foránea al típico mundo adolescente estadounidense y es este es uno de los recursos más exquisitos dentro de la narrativa *Mean Girls*. Es también uno de los motivos por los cuales Cady se encuentra tan vulnerable hacia el entorno que se le es presentado en esta secundaria pública. Existen una serie de reglas establecidas, tanto implícitas como explícitas, que se le ven impuestas y que están diseñadas principalmente por la élite social de la escuela.

Se puede percibir una clara división de grupos sociales en North Shore entre los dominantes y los dominados —dos polos opuestos: la hegemonía y los desadaptados—. Es necesario cumplir con ciertos requisitos para posicionarse en alguna de estas categorías sociales. La principal parece ser el atractivo físico, un factor determinante en la adquisición de popularidad y, por lo tanto, poder. Es necesario también complementar esta característica con una adecuada red de contactos, quienes interactúan con uno e influyen en la posición que se obtendrá en la pirámide social. Estos parecen ser los componentes que llamaron la atención de las Plásticas hacia Cady en un primer lugar, sobre todo el del atractivo físico. Fue identificada como una amenaza y, a su vez, como una candidata ideal para ser incluida en el grupo dominante, por lo cual las Plásticas decidieron mantenerla cerca y se

convirtieron en la red de contactos que necesitaba.

Los grupos hegemónicos son los principales configuradores de los discursos de poder. Estos les permiten conseguir y mantener el dominio de su sociedad inmediata. Rojas (2016) menciona en *El poder del discurso y el discurso del poder*, que “el discurso es el instrumento y efecto del poder”. Con esto hace referencia a que estos discursos son los que en un primer lugar permiten llegar al poder y también que es esta predominancia y dominio la que permite que los discursos expresados tengan un impacto real. Asimismo, como señala Teun A. van Dijk (1994), configuran estructuras sociales y moldean la mentalidad de los que se hallan subordinados, y de esta manera se ven disciplinados y acatan efectivamente el sistema y las normas establecidas por aquellos que se encuentran en el poder. Inevitablemente, estos discursos fomentan las relaciones de desigualdad de condiciones y la construcción de jerarquías sociales. Como consecuencia, las libertades de aquellos que no tienen acceso al poder se ven limitadas y directamente afectadas por el orden establecido.

Podemos hallar este tipo de discursos en el guion de *Mean Girls*, expresados entre los personajes de la escuela secundaria a la que asiste la protagonista. Las adolescentes que se encuentran en la cima de la pirámide social, identificadas popularmente como las Plásticas, son las principales propulsoras de este tipo de lenguaje de dominancia. Establecen una serie de normas de comportamiento que debían ser seguidas por aquellas que son incluidas en su exclusivo grupo y quieren mantenerse en él. De fallar el cumplimiento de estas reglas, se veían inmediatamente rechazadas y se les revocaba los privilegios a los que tenían acceso por pertenecer a la hegemonía escolar. Un ejemplo de esto es el caso del estricto código de vestimenta o lo que Cady identifica como parte de las reglas del *mundo de las chicas* que implicaba, como señala Gretchen: “No usar un *tank top* dos días seguidos, usar cola de caballo solo una vez a la semana, los miércoles usar rosado y únicamente pantalones jean los viernes”. Progresivamente nuestra protagonista

se ve forzada a adaptarse a este nuevo ambiente, sus reglas y maneras de comunicarse para sobrevivir. Aprende de estas e incorpora los códigos sociales establecidos en su comportamiento, mimetiza el lenguaje de los grupos hegemónicos y sus actitudes, aplica sus discursos de poder y también genera propios; de esta forma va adquiriendo mayor control sobre esta sociedad de la secundaria.

Siguiendo lo que propone Davis Ryalls (2011) en su estudio, notamos que es principalmente Regina George, la líder de las Plásticas, quien llega a ser calificada de “dictadora”, quien habilidosamente utiliza los discursos de poder para controlar y manipular su entorno a gusto. Disfruta y se beneficia directamente de los privilegios que estos le otorgan. Los emplea de manera indirecta, como cuando busca dejarle a Cady en claro su dominio sobre Aaron. Se hallaban en la cafetería y repentinamente Regina le hace una sugerencia al chico: “¿Por qué usas ese peinado? Tu pelo luce mucho más sexy peinado hacia atrás” e inmediatamente le exige a Cady que le repita lo que acababa de decir. Sin ningún tipo de acción directa, esta líder demuestra su poder sobre los demás (en este caso, sobre Aaron y Cady). Ella es quien domina el juego y arma las reglas. Asimismo, en múltiples ocasiones rompe estas normas y demuestra que se considera en la potestad de no cumplirlas. Por ejemplo, en un momento de la trama empieza a engordar y rompe el código de vestimenta de su grupo porque su ropa regular no le queda. Al llegar a la cafetería, asume que solo por ser ella estará exonerada del castigo que supone romper dicho código.

En toda sociedad con presencia de un grupo dominante podremos siempre hallar una oposición de agrupaciones que se resistan al sistema. Este es el caso de Janis y Damien, un conjunto marginado de la narrativa escolar que se ve reducido a las etiquetas de “lesbiana” y “el chico gay con sobrepeso”, y se encuentra en la base de la pirámide social. Estos eran conscientes de su posición y a la vez del dominio que ejercen las Plásticas sobre North Shore, manteniéndose críticos hacia este, oponiéndose a su reinado. Sin embargo, en su discurso podemos identificar

contradicciones: a pesar de estar supuestamente en contra del régimen, ambos personajes suelen caer en los discursos de poder impuestos por las Plásticas, los acatan y en muchos casos los replican.

Por otra parte, cuando un miembro de determinado rango social realizaba una acción que implicaba involucrarse con algo o alguien considerado de un menor nivel era señalado como “suicidio social”, dado que iba en contra de lo socialmente aceptado, definido en la normativa social pactada por el grupo de poder de la escuela. Este era un discurso que parecía ser compartido por todas las partes de la jerarquía, pues siempre había alguien por debajo de uno. Como cuando Damian le advierte a Cady: “No puedes unirte al equipo de las olimpiadas matemáticas, es suicidio social”. Él, aún siendo parte del grupo marginal, mantiene un discurso jerárquico.

Otro punto importante en lo que respecta al vocabulario empleado en el guion es el uso de la palabra “slut” y otras denominaciones de similar significado que forman parte del diccionario social. Las adolescentes en esta película emplean este lenguaje para condenar a sus compañeras por mostrar comportamientos que no son considerados adecuados en una mujer, como involucrarse romántica o sexualmente con alguien que no es su pareja y que esta información se haga pública o simplemente el hecho de ir contra las reglas impuestas por la hegemonía. El *slut shaming* parece estar normalizado en esta sociedad y son también las Plásticas quienes promueven este tipo de vocabulario, a partir del cual construyen gran parte de sus discursos. Son etiquetas de rápida y ligera asignación que tienen repercusiones directas en la manera en la que la sociedad escolar percibe a las mujeres y sus relaciones.

Finalmente, estas lecturas y análisis de las estructuras sociales y del poder son realizadas en base a la perspectiva del libro *Queen Bees and Wannabees* del cual el guion de *Mean Girls* fue adaptado. En este se trabajan los patrones de comportamientos de las adolescentes americanas y funciona, básicamente, como

una guía para comprender su universo lleno de reglas y contradicciones. Fey ha conseguido mediante el uso de la sátira y una línea narrativa dinámica presentar los temas tratados por Wiseman y transmitirlos con gracia al guion, teniendo como resultado una pieza cinematográfica humorística que ha trascendido en la cultura popular y que mantiene un gran trasfondo sociológico.

3.2 Dirección de actores y casting

Luego de establecer la forma en la que los personajes interactúan y los diferentes tipos de discursos presentes en el guion narrativo, consideramos importante precisar la tarea de dirigir a los actores de la película analizada. El encargado de la dirección de actores tiene la responsabilidad de dar vida a los personajes creados por los guionistas y que, por consecuencia, cumplan con la visión de estos. Davis Ryalls (2011) plantea que la relación entre las mujeres en los medios se ve muchas veces mal representada, acrecentando estereotipos. Muchos directores generales vienen con una preparación muy técnica por lo que ignoran cómo trabajar efectivamente con actores. Por otro lado, directores con antecedentes en producción suelen tener una visión peyorativa hacia los actores (Weston, 1996). Muchos expertos en la materia establecen que es necesario establecer una cierta libertad entre el director y los actores, la cual permitiría cumplir con la visión del director y poder nutrirse con la experiencia previa de los actores para construir un mejor producto. Ivars (2015) señala en su trabajo sobre la dirección de actores dos citas acerca de esta relación complicada entre los actores y los directores:

El director y guionista Oliver Stone afirma que “hay cosas que, simplemente, no puedes escribir, como la manera que tiene un actor de mirar a otro actor. Y esas pequeñas cosas, lo son todo en una película”. En muchos casos, el modo de construcción de los actores no es igual al de los directores, ya que requieren de un trabajo mucho más minucioso y detallista e, incluso, individualista. En estos casos es el director el que ha de salvaguardar la visión en

conjunto, como explica muy bien el director canadiense David Cronenberg: “Al principio veía a los actores como enemigos, porque me parecía que no entendían la presión que yo estaba soportando, todos ellos parecían preocupados por cómo tenían el pelo, el maquillaje y el vestuario, unas cosas, que por descontado, me parecían totalmente banales. Pero con el tiempo comprendí que estaba equivocado. Esas son sus herramientas y son tan importantes para ellos como son para mí la cámara y las luces. Para un director lo que importa es el filme, para un actor es el personaje” (párr. 3).

En el caso de *Mean Girls*, la película contó con la directora de actuación californiana, Marci Liroff, quien cuenta con más de sesenta créditos tanto en televisión como en películas (IMDb, s.f.). Ella ha trabajado con directores prestigiosos como Steven Spielberg, Christopher Nolan y Ridley Scott. Habiendo estudiado en la Universidad de Denver, la directora cuenta con una formación integral en distribución, ventas y marketing de películas. Asimismo, Liroff cuenta con una gran trayectoria dirigiendo actores en películas de comedia como *Pretty in Pink* (1986) y *The Cutting Edge* (1992), por lo que la contactaron para que sea la responsable en *Mean Girls*. En una entrevista con la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, señaló que su trabajo permite que la audiencia se identifique con los actores y que exista una conexión con el storytelling de la película sin perder el factor de transparencia con la visión del director (Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, 2015).

Liroff, como muchos directores de actores y de casting, se basó en la técnica conocida como Método Stanislavski, la cual es impartida a muchos de los actores presentes en el rodaje, como Tina Fey, Amy Poehler y Rachel McAdams. Este método consiste en que el actor, por orden de su director, puede controlar aspectos en su comportamiento como las emociones y la inspiración artística teniendo en cuenta la concentración, la relajación, el estado mental creativo y el sentido de la verdad. Esta técnica se basa en la horizontalidad entre los actores y los directores

centrándose en los objetivos del artista y en los sentimientos verdaderos del intérprete (Ivars, 2015). Todo esto se ve reflejado en la naturalidad de las actuaciones y la dinámica en las relaciones entre ellos que va muy bien con el tema tratado en la película y con su elemento satírico. Finalmente, el buen trabajo en este campo se evidencia en el hecho de que los adolescentes se vieron y se siguen viendo identificados en la pantalla, un elemento muy importante que la llevó a convertirse en una película de culto. Es gracias a la dirección de actores que funcionan tan bien los elementos del guion y la narrativa que explicamos anteriormente.

3.2.1 Vestuario

Indesligable de la figura del actor y herramienta complementaria de la actuación son los atuendos. Según el reconocido crítico de cine Ricardo Bedoya, el vestuario cumple funciones informativas, a la vez que sugiere ideas y suscita emociones, pues caracteriza a los personajes y es también una antesala de lo imaginario. Dicho esto, podemos afirmar que en esta película el vestuario cumple una función plástico-decorativa, una tarea informativa y una dramática. Por ello, su concepción es inseparable de la de los decorados, la iluminación, el color o la composición del encuadre.

En *Mean Girls*, la dirección de vestuario estuvo bajo el cargo de Mary Jane Fort quien tiene más de dos décadas de experiencia como diseñadora y ha trabajado en producciones de renombre como *Grounded for Life* (2001-5), *Fear the Walking Dead*, *Scary Movie 2* y, por supuesto, *Mean Girls*, probablemente su trabajo más conocido. Mary Jane Fort estuvo involucrada en el proyecto desde la etapa de preproducción, trabajando mano a mano con el director y con la propia Tina Fey para idear aquello que vestirían las protagonistas y cómo relacionarlo con la línea narrativa.

En una entrevista para la revista *Nylon*, Fort declaró que la principal influencia en el vestuario de la película fueron las casas de moda europeas de las cuales habría sustraído los colores y las formas adaptándolas a la cultura y estilo de

vida norteamericanos. Además, el vestuario también está notablemente influenciado por la estética de los años 50, época en la que según Fort “las adolescentes pasaban horas y horas cuidando sus uñas, tratándose el cabello y preparando conjuntos, tan solo para ir a la escuela”. De esta forma, el diseño del vestuario estuvo influenciado por una combinación del pasado y futuro, pero con una esencia contemporánea.

En *Mean Girls*, los vestuarios son signos primordiales de la apariencia. Por eso, muchas veces cumplen roles de ostentación o juegan un papel central en el reconocimiento del espectador. Gracias a ellos nos ubicamos en el tiempo y el lugar en el que se desarrolla la narración, percibimos los índices sociales y el entorno cultural en el que está ambientada la película. Desde la primera escena, el espectador es capaz de reconocer el espacio del típico *high school* norteamericano a partir de la ropa de los protagonistas, quienes visten prendas deportivas, casacas *varsity*, camisas de franela y uniformes de porrista. El vestuario también funciona como elemento que diferencia a los distintos grupos que coexisten en la escuela: mientras que las Plásticas utilizan ropa mucho más ceñida y corta que el resto de los protagonistas, los *outcasts* usan ropa holgada y de tono oscuro de estilo vintage.

Mean Girls está profundamente marcada por una simbología relacionada al color rosa. Cada miércoles, como parte de sus normas grupales, las Plásticas visten alguna prenda de color rosado como si de un hábito religioso se tratase. Así, el hecho de que las Plásticas utilicen prendas de color rosa es una metáfora social que roza los bordes de la hipocresía, pues las Plásticas son crueles, manipuladoras y promiscuas, pero se presentan a sí mismas en prendas de color rosado para enfatizar cualidades de ingenuidad, pureza e inocencia que en realidad no poseen.

El vestuario también es un claro indicador de la transición de Cady, quien pasa de ser una *outcast* a una Plástica, hecho que se ve reflejado en su selección de prendas. A medida que la protagonista empieza a convertirse en parte de este

grupo, deja de lado su ropa de tonalidades terreas (las cuales usaba sin problema hasta su llegada a Estados Unidos) por unas de color pastel, mayormente rosa bebé, color que simboliza la inocencia femenina y la puridad sexual, cualidades que pierde a medida que se convierte en una Plástica.

En *Mean Girls*, la imagen de belleza femenina está delimitada por los cánones establecidos por las chicas Plásticas. Ellas encabezan los parámetros a seguir en cuanto la forma de vestir y a la belleza. Gretchen Wieners, una de las Plásticas, le indica explícitamente a la protagonista que no debe usar un *tank top* dos días seguidos, que solo puede usar cola de caballo una vez a la semana, los miércoles vestirse de rosado y únicamente usar pantalones jean los viernes. Efectivamente, para tener este estilo se debe contar con una buena posición social por medio de la cual se pueda acceder a todos estos artificios que crean una imagen de belleza a seguir. Es así como se puede afirmar que la imagen que se construye alrededor del vestuario está ligada a factores como el dinero, la clase, la posición social y el estilo. La belleza y el vestuario se convierten en un objeto de consumo social y cultural, en el cual se persigue un ideal difícil de alcanzar para la mayoría de las chicas del común y encarnado a cabalidad por las Plásticas.

Según Davis Ryalls (2011), junto a la representación de la agresión social entre chicas adolescentes en este tipo de películas, se encuentra también ideas sobre lo que constituye el éxito para la juventud actual en el contexto neoliberal contemporáneo. El neoliberalismo define a la libertad y al éxito en términos del individuo, sin tener en cuenta las restricciones estructurales sobre el logro individual (por ejemplo, la pobreza, la salud deficiente, educación inadecuada y responsabilidades domésticas desiguales entre hombres y mujeres). En un exhaustivo análisis sobre este tipo de representación en películas como *Mean Girls*, y sus consecuencias en las creencias y actitudes en los adultos emergentes, Behm-Morawitz y Mastro (2008) concluyeron que este tipo de películas se construyen sobre los cimientos de representaciones de género muy estereotipadas, como las exploradas en la pelí-

cula (la chica cruel, la rubia tonta, la inocente, etc.).

La exposición de las masas a este tipo de películas, argumentan los autores antes mencionados, difunde el mensaje de que el éxito en el mundo adolescente femenino puede ser alcanzado a través de distintos medios. Precisamente, en *Mean Girls* uno de estos medios sería el vestuario, el estar a la vanguardia de las nuevas tendencias, y el adquirir ropa y accesorios que no son del alcance de la gran mayoría. Si bien el desarrollo narrativo de la película configura a la venganza y a la agresión como medios principales para acceder al éxito en el mundo femenino, esto está estrechamente acompañado por el vestuario y lo que este significa —tácitamente— para el resto de chicas que comparten el ambiente escolar con las protagonistas.

4. Análisis de campo

Luego de realizar el análisis de los componentes formales de la película, el paso siguiente es estudiar el campo en el cual se desarrollan estos componentes. De esta manera, dividiremos este análisis en tres componentes: referentes, formación de Tina Fey (así como también principales centros de formación en Estados Unidos para estudios de cine) y reconocimientos de la película. Por otro lado, siendo *Mean Girls* una película norteamericana, consideramos interesante que los tres elementos antes mencionados sean comparados con la industria cinematográfica de Latinoamérica y, en especial, la peruana. Sustentamos este análisis tanto con fuentes secundarias como con entrevistas con tres expertos en el tema. En primer lugar, a Rodrigo Bedoya, docente de comunicación en la Universidad de Lima y crítico de cine, activo participante en festivales peruanos de cine. En segundo lugar, entrevistamos a Livia Lovell, distribuidora peruana con residencia en Londres, quien ha trabajado en su rubro durante las últimas tres décadas y ha escrito análisis acerca de la distribución de películas y series de televisión en América Latina.

Uno de estos análisis publicados se titula *Television Flow in Latin America* (Flujos de televisión en América latina) (1984). Finalmente, contamos con la participación de Giannina Antola, peruana basada en Londres, quien es la gerente de ventas de TM's International, brazo de distribución de medios de Tele München Group (Alemania). Antola cuenta con varios años de experiencia como distribuidora y ha trabajado con empresas de telecomunicaciones como Endemol International, Essential Entertainment, Alchemy TV y Rysher Entertainment.

4.1 Contextualización de la industria cinematográfica latinoamericana en relación con la hegemonía hollywoodense

Entender el estado actual de la industria cinematográfica latinoamericana y, en especial, la de Perú es esencial para señalar los referentes para hacer cine y comedia. Para el docente de la Universidad de Lima y crítico de cine, Rodrigo Bedoya, la industria cinematográfica está viviendo un fenómeno particular en todo el mundo. Se está abriendo paso a películas con temas nuevos y más interesantes, pero a su vez más independientes que buscan competir con las películas taquilleras de Hollywood. Este fenómeno, para Bedoya, ha sido una respuesta directa al poder hegemónico de la industria americana y de fondos internacionales. Sin embargo, estas películas independientes, cada vez más diversas, se enfrentan al problema de conseguir un lugar de exhibición rentable. Para él, los festivales han significado una alternativa interesante, pero no considera que al crear más festivales se disminuiría el problema, pues el común denominador de la gente no asiste a ellos, por lo cual más festivales no equivale a un público más masivo o diverso.

En nuestra entrevista con Livia Lovell, ella señala que el éxito de la industria cinematográfica de un país va de la mano con su prosperidad económica. Lovell mencionó que México y Argentina son dos grandes ejemplos de crecimiento, en donde el cine ya no es una cuestión de élite, sino que se ha vuelto cada vez más popular. En México, país con una industria cinematográfica importante y líder en

Latinoamérica, se cuenta con una capacidad productora importante que permite la producción completa de cintas mexicanas. Sin embargo, su cercanía a los Estados Unidos ha significado que la capacidad del mercado de exhibición no sea tan aprovechada. Además, la industria mexicana se enfrenta a una falta de iniciativas conjuntas, a la debilidad legal de la industria y a la falta de políticas que promuevan la producción cinematográfica (Martínez et al., 2010). Por otro lado, la industria argentina también se enfrenta estas dificultades. El estudio realizado por Barnes et al. (2014) señalan que si bien la industria experimentó un crecimiento notable en 1990, tuvo que enfrentar una fuerte crisis entre los años 2001 y 2002. Esto tuvo un impacto en el número de películas estrenadas hasta el 2008, el cual a diferencia de México es muy pequeño (cuarentena aproximadamente) (Barnes et al., 2014).

Al igual que la argentina, la industria cinematográfica peruana sufrió un cambio drástico al comenzar la década de los noventa. Según Akamine (2017), “los multicines pasaron a dominar la escena, con el objetivo de convertirse en focos de divertimento. La exhibición cinematográfica no siempre operó tal como lo hace ahora. La historia dice que, a mitad de los noventa, el modelo de negocio cambió y, con él, sus prácticas comerciales”. Esto se relaciona con lo expuesto anteriormente sobre el factor hegemónico de la industria hollywoodense. Los cines independientes fueron desapareciendo, mientras que los multicines crecían en cantidad como ocurrió en Estados Unidos veinte años antes que en Perú. Consecuencia de esto, Akamine (2017) señala, luego de entrevistarse con directores y productores peruanos, que existió un “cambio de chip” importante. Para Giannina Antola, se debe considerar a la industria peruana cinematográfica como nueva. Hasta hace poco era casi imposible financiar una película localmente y el cine realizado, según Antola, solo podía interesar a los grandes festivales de cine independiente y así recuperar su inversión. Hoy en día ya existe una ayuda del Estado, aunque sea pequeña, que plantea proyectos de premiaciones con el fin de ayudar a financiar el desarrollo de una película. Livia Lovell menciona en la entrevista a Ibermedia,

quienes realizan concursos para todo América Latina con la finalidad de impulsar proyectos cinematográficos. Para Lovell, recién se está viviendo un cine comercial peruano, ya que en la actualidad ya se puede recuperar la inversión en el mercado o hacer ganancias respetables. Hoy en día, para negociar la exhibición de una película en Perú es necesario hablar con un gerente que “sabe que su obligación no es proyectar propuestas interesantes, sino generar el máximo retorno a los accionistas de sus holdings”, por lo cual la tarea sigue siendo complicada.

Entonces, parece haber una estrategia para que las películas peruanas independientes que no cuentan con el mismo presupuesto que las taquilleras americanas no encuentren un lugar de exhibición. Rodrigo Bedoya señala que, si bien no existe una estrategia fija, es importante es encontrar lo que más satisface al público y tener una campaña publicitaria grande. Sin embargo, muchas productoras peruanas no cuentan con el dinero para realizar ambas actividades, por eso sostiene que se debe “manejar los propios recursos para pelear por un puesto en la cartelera”. El “boca a boca” es un recurso indispensable especialmente para películas más pequeñas y con un presupuesto menor y la creación de expectativa, como entrevistas con los actores o el director, son dos recursos muy importantes y útiles según Livia Lovell. La supervivencia de una película en la cartelera peruana depende principalmente de los cuatro primeros días desde su estreno. Akamine (2017) señala que este proceso consiste en que si la película “no alcanza una asistencia estimable en ese periodo —al menos de 700 a mil espectadores por sala—, en la segunda semana se le confina a horarios imposibles o se le retira de la cartelera dejando en el aire los acuerdos entablados con la distribuidora y el productor” (párr. 22). En la entrevista con Giannina Antola, se mencionó que hoy en día la televisión o la prensa no son el único medio de promoción, pues se pueden usar redes sociales como Facebook o Instagram, así como el marketing de personalidades con *bloggers* o *influencers*. Para la experta la promoción se ha vuelto un tema más complejo pero el presupuesto ya no es la única limitación.

4.2 Referentes cinematográficos destacados

Luego del análisis a la industria cinematográfica latinoamericana, es necesario mencionar algunos referentes destacados y para eso debemos relacionarlos con la escritora del guion de la película *Mean Girls*, Tina Fey. Fey ha logrado consagrarse como una de las escritoras de comedia más importantes de nuestro tiempo, utilizando la sátira para tocar temas como el machismo, el racismo y las relaciones adolescentes. Rodrigo Bedoya menciona que se deben considerar como referentes internacionales al analizar este género a las películas de comedia juvenil de la década de los ochenta. Principalmente el cine de John Hughes: títulos como *Sixteen Candles* (1984) o *Pretty in Pink* (1986) son algunos ejemplos de sátira juvenil que han influenciado grandemente al trabajo de Fey.

En una entrevista en el 2001, Hughes destacó la importancia de la participación del público en sus montajes. “Leer” correctamente las relaciones entre los personajes para así entender lo que se quiere representar es un ejemplo de cómo se utiliza la sátira correctamente, como expusimos en los capítulos anteriores (Hughes, 2001). El trabajo de Hughes ha sido analizado numerosas veces debido a su impacto en el género de la comedia. Sus películas juveniles han sido aclamadas por el público y la crítica ya que toca temas serios de la vida de los adolescentes, escapándose del cliché de temas como la aceptación social, los grupos sociales (*cliques*) o el primer amor, para tocar temas como la desigualdad entre clases sociales. Para Livia Lovell, las obras de Hughes tienen impregnadas los valores culturales de la época y permiten un análisis crítico de las representaciones del género y las clases sociales. De hecho, es casi imposible encontrar el trabajo de algún escritor de guiones juveniles que no encuentre inspiración en Hughes o, más recientemente, en Fey (Thijssen, 2016). *Sixteen Candles* (1984) trata sobre una adolescente insegura que se levanta en su cumpleaños número dieciséis para darse cuenta que sus padres habían olvidado el día especial. *Pretty in Pink* (1986) cuenta

la historia de una joven pobre proveniente de una familia uniparental que se enamora de un joven rico y privilegiado. Ambos se encuentran navegando en las repercusiones sociales de su amor prohibido.

Por otro lado, Bedoya considera que en la década de los noventa aparecen películas interesantes que sirven también como referente a sátiras exitosas. Películas como *Superbad* (2007) u obras de Ben Stiller o Adam Sandler. Sin embargo, la película mencionada es un gran referente en el tema de la representación del género y la masculinidad. *Superbad* cuenta la historia de dos jóvenes “perdedores” que tienen el deseo de realizar una fiesta de graduación que les permita integrarse mejor con sus compañeros del colegio y conseguir a las chicas de sus sueños. El estudio realizado por Huemmer (2015) señala que esta película es un claro ejemplo de la representación del deseo juvenil de una masculinidad ideal para amoldarse mejor a los estándares sociales propios de su generación. Asimismo, la narrativa de la película puede ser bien analizada por categorías establecidas por Freud, demostrando la correcta utilización de la sátira (Huemmer, 2015).

Con respecto a referentes latinoamericanos, Rodrigo Bedoya menciona el cine de Nicolás López; ejemplos como *Qué pena tu vida* (2010) que sin ser juveniles ejemplifican cómo es la sátira en nuestro continente. Es más difícil encontrar ejemplos como *Mean Girls* en el cine latinoamericano y más aún en el peruano. Sin embargo, los componentes satírico y de comedia inteligente pueden considerarse características de películas uruguayas como *Acné* (2008) o *La Perrera* (2006). En el caso de la cinematografía satírica argentina, resalta el guionista y director Damián Szifrón con películas como *Tiempo de valientes* (2005). En el cine brasileño, las obras de Jorge Furtado.

La manera de hacer sátira en Latinoamérica y en Estados Unidos es muy diferente y se evidencia en los referentes presentados anteriormente. Tanto para Antola como para Lovell, fue imposible precisar una película satírica con *target* adolescente en Latinoamérica. Por otro lado, para el crítico Rodrigo Bedoya ha

habido intentos para crear sátiras parecidas a las americanas; sin embargo, los temas son muy diferentes e imposibles de adaptar a la cultura latinoamericana. El *high school* americano representado en el cine tiene reglas muy claras. Es casi un género y sigue tradiciones marcadas desde los setentas y ochentas, como pudimos ver en las obras de John Hughes y en el mismo *Mean Girls*. Una de estas reglas es explicada en el trabajo de Davis Ryalls (2011), en el que basamos nuestro análisis estético.

El autor señala que hay una tendencia muy marcada en la representación femenina en el cine y la literatura: la representación de lo “moderno” normalmente se vincula directamente con los países desarrollados, mientras que lo “tradicional” se representa ligado con los países subdesarrollados, a los cuales se les representa de manera sumamente simplista, como antifeministas y opresores de la mujer. Esto se ve claramente en la manera en que *Mean Girls* presenta la vida africana de Cady, y en base a eso se construye su visión del *high school* americano como un mundo nuevo donde ella no pertenece. En cualquier caso, en Latinoamérica y en Perú no existe este mundo, pues la experiencia de la secundaria es sumamente distinta a la de Estados Unidos, y no cuenta con una serie de reglas y estándares tan universalmente aceptados como los americanos. La juventud en el cine peruano no se presenta desde la concepción de lo normal y lo cotidiano, sino que es vista desde una perspectiva más marginal y abordando temas sociales. Ejemplos como *Mañana te cuento* (2005) y su secuela, *Mañana te cuento 2* (2008) son ejemplos de representación juvenil que escapan del universo escolar.

4.2 La formación de Tina Fey

Además de hablar específicamente de Fey, consideramos importante mencionar cuáles son los centros educativos e instituciones en las cuales se formaron los creadores de los referentes de la sátira mencionados previamente y considerados más prestigiosos por los expertos entrevistados. No nos limitamos a la costa oes-

te de Estados Unidos, en donde fue producida *Mean Girls*, sino que también, como una suerte de comparación, incluimos a los centros ubicados en Latinoamérica.

El docente de la Universidad de Lima y crítico de cine Rodrigo Bedoya mencionó en la entrevista que el instituto de CalArts es la más prestigiosa en el rubro de cinematografía. En su página web, señalan que buscan formar creadores íntegros listos para encontrar y experimentar con nuevas formas de expresión con el apoyo del personal académico y técnico de calidad que comparte su conocimiento con pasión (CalArts School of Film/Video, 2018). Los alumnos de este instituto trabajan en los rubros audiovisuales del *live action* hasta la animación, en documentales socio-políticos y de observación, en instalaciones de poesía y lírica y otras formas de experimentación. Este instituto fue fundado por Walt Disney en 1961 y cuenta con 1447 alumnos (2016). Uno de sus egresados más notables es el director y animador Tim Burton. Atendió al instituto en la década de los ochenta para estudiar animación de personajes. Burton presentó *Stalk of the Celery Monster* (1979), cortometraje que atrajo la atención de los ejecutivos de la división de animación de Walt Disney (Kashner, 2014).

La escritora de la película analizada, Tina Fey, estudió en la prestigiosa Universidad de Virginia, la cual es considerada una de las veinticinco mejores universidades de todo Estados Unidos. Fundada por Thomas Jefferson en 1819, es una de las universidades más exigentes y selectivas en cuestiones de admisión. Fey se graduó en 1992 de la Facultad de Artes Dramáticas. El poeta y escritor Edgar Allan Poe también atendió esta universidad en 1826 dentro de la Facultad de Arte y Literatura.

Por otro lado, consideramos importante mencionar a The Second City como institución importante en la industria de la comedia. The Second City es una empresa teatral originada en 1959 en Chicago, Illinois. Esta agrupación es reconocida como el punto de inicio de muchos comediantes influyentes de la actualidad como Amy Poehler, Bill Murray, Alan Arkin y Tina Fey quien pertenece a la agrupación

desde 1992. The Second City se enorgullece en considerarse como la organización más influyente y prolífica en el imperio de la comedia en el mundo que forma comediantes de una manera única y los acompaña hasta el estrellato (The Second City, s.f.). Esta institución ha producido el programa en vivo de comedia más reconocido a nivel mundial, *Saturday Night Live*, el cual cuenta con más de cuarenta temporadas desde su inicio en 1975. El programa con formato de variety/sketch consta de un grupo variado de comediantes recurrentes que realizan sketches cómicos que abarcan temas políticos y de actualidad. Asimismo, cada capítulo tiene a una celebridad como anfitrión y una banda o solista invitado. Algunos anfitriones destacados son Donald J. Trump, Hillary Clinton, Melissa McCarthy, Tom Hanks, Betty White y Alec Baldwin (Garza, 2015). Luego de un exitoso período en The Second City, Tina Fey siguió los pasos de otros grandes de aquella institución para mudarse a Nueva York y formar parte de *Saturday Night Live* desde el 2000 hasta el 2005. El éxito de Fey en el *SNL* fue tan grande que logró convertirse en la primera escritora cabeza dentro del programa. No tardó mucho tiempo en que la casa productora, NBC, le ofreciera su propia serie de televisión, *30 Rock* (2006) (Public Broadcasting Service, s.f.)

Algunas instituciones educativas importantes en América Latina para Rodrigo Bedoya, docente de la Universidad de Lima, son la Escuela Internacional de Cine y TV San Antonio de los Baños, y la Universidad Autónoma de México. La primera, ubicada en la provincia de Artemisa, Cuba.

Está considerada como una de las más importantes instituciones de formación audiovisual en el mundo. Fue creada por el Comité de Cineastas de América Latina, como filial de la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano y con el apoyo del gobierno de la República de Cuba. Se inauguró el 15 de diciembre de 1986. Concebida originalmente para estudiantes de América Latina, África y Asia, la EICTV puso en práctica la filosofía docente de «aprender haciendo», con profesores que son cineastas en activo y transmiten sus

conocimientos avalados por el ejercicio y la experiencia. En la actualidad, su matrícula está abierta a interesados en el audiovisual de todo el mundo.”

(EICTV, s.f.)

El Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), de la Universidad Autónoma de México, es el más antiguo de América Latina. Fundado en 1963, el CUEC busca formar cineastas especializados en diferentes ramas de expresión audiovisual con sentido estético y social que busquen impactar de manera sensible e inteligente a la sociedad mediante la promoción de la cultura cinematográfica (CUEC, s.f.). Algunos egresados destacados de la escuela de cine de la Universidad Autónoma de México son: Issa López, escritora del cortometraje *Efectos Secundarios* (2006); Emmanuel Lubezki, ganador de tres Premios de la Academia consecutivos por su labor como director de fotografía en *Gravity* (2013), *Birdman* (2014) y *The Revenant* (2015); y finalmente, Alfonso Cuarón, ganador de dos Premios de la Academia por la película *Gravity* (2013).

4.3 Reconocimientos y distribución de la película

En la entrevista con Gianinna Antola, esta señaló que las películas satíricas, en especial las de la década del 2000, usualmente no cuentan con el reconocimiento típico con premios destacados como los de la Academia o los Globos de Oro. Sin embargo, el reconocimiento que se les debe atribuir se basa en su promoción y a haber alcanzado la popularidad tal para poder ser consideradas como películas de culto. Al analizar la página IMDb, podemos corroborar esta información. En el 2005, la película obtuvo nominaciones y premios de la cadena de MTV, como los *MTV Movie Awards* o los *Teen Choice Awards*. Ambas premiaciones apuntan a un público objetivo adolescente.

Con un presupuesto de US\$17 000 000 asignado por *Paramount Pictures*, la película logró recaudar US\$ \$86 047 227 en los Estados Unidos y US\$ 129 042 871 a nivel mundial. El estudio encargado de la producción y promoción de la película

fue *Paramount Pictures*. Este estudio forma parte de las operaciones de entretenimiento de Viacom Inc., una de las mayores compañías de entretenimiento y medios de comunicación, y una de las principales en la producción, promoción y distribución de entretenimiento, noticias, deportes y música.

Mean Girls fue lanzada en VHS y DVD en Norteamérica el 21 de septiembre de 2004, cinco meses después de su estreno en las salas de cine. Para promocionar la película, se lanzaron también dos ediciones especiales de colección: una de pantalla ancha y de pantalla completa. Ambas cuentan con varias escenas eliminadas, una compilación de bloopers, tres comerciales de TV, el tráiler de la película y varios teasers. Una versión en Blu-ray de la película fue lanzada el 14 de abril de 2009. Si bien la producción es el área que se lleva la mayor parte del presupuesto de realización de cualquier película, cada vez crece más el gasto para la promoción de la misma. Aquí es donde entra en juego el trailer y en esto las producciones de Hollywood son las auténticas maestras. Desde meses antes del estreno de cualquier producción estadounidense, la maquinaria publicitaria empieza a funcionar a través de medios muy diversos: vallas publicitarias, carteles y displays en los cines, banners en sitios web y sobre todo los teasers y los trailers. De las formas de promoción mencionadas anteriormente, *Mean Girls* utilizó casi exclusivamente la transmisión de teasers y trailers a través de televisión y anuncios en la vía pública.

Como tal, una película de culto suele ser admirada por determinado subgrupo o fandom. Los seguidores de la película han creado *gifs* y otros tipos de material visual para publicarlos en Facebook, Twitter o Tumblr, redes sociales cuya aparición es muy posterior al estreno de la película. En agosto de 2013, la Casa Blanca emitió un tweet con una foto de la mascota del presidente Barack Obama, un perro llamado Bo, con la leyenda "Bo, stop trying to make fetch happen", que corresponde a una línea del guion dicha por el personaje de Rachel McAdams. En junio de 2018, la cuenta oficial de Twitter de la Embajada de Israel en los Estados Unidos, generó controversia al responder a un tweet del líder Iraní Ali Khameni en el que

calificaba al Estado de Israel como un “tumor canceroso”, con un gif animado de la frase “Why are you so obsessed with me?”, extraída también de la película. El día 3 de octubre también ha sido denominado como el “Día de *Mean Girls*”, en referencia a una línea del guion de la película. La audiencia celebra este día vistiendo prendas de color rosa, siguiendo una de las líneas dichas por el personaje de Amanda Seyfried en la película. Varios diseñadores de moda, entre ellos Donatella Versace y Moschino, han seguido esta tendencia al incorporar frases de la película en sus artículos de colección. Livia Lovell señala que este fenómeno de culto ha estado presente en otras películas como *Clueless* (1995), *Pretty in Pink* (1986), y otras más recientes como *Pitch Perfect* (2012), *Easy A* (2010) y *The Bling Ring* (2013).

5. Conclusiones

- La representación de la mujer en el cine ha atravesado diversas transformaciones a lo largo del tiempo, y cada vez los roles y personajes que estas suelen desempeñar son más diversos y menos estereotipados. No obstante, en la actualidad la representación de la mujer se encuentra en una suerte de encrucijada donde se enfrentan la segunda y tercera ola del feminismo. Entonces, la situación social de la actualidad es tan compleja, que ni siquiera se tiene una idea clara de lo que es una representación correcta, por lo que todo producto audiovisual será víctima de la crítica y el escrutinio por parte de alguno de los lados de la contienda ideológica.
- Desde los 90, las películas cuyas historias giran alrededor de mujeres se basan en un feminismo individualista, que resulta en personajes que sufren una transformación personal y superan obstáculos que les permiten encontrar un nuevo lugar en la pirámide social como por obra de magia.
- Teniendo en cuenta que la sátira permite que todo objeto pueda verse de forma estética y que presenta a la verdad de una manera más amena, se

podría afirmar que *Mean Girls* es una película estética. Esto se debe a que el humor presente en el filme provoca la imaginación del público y los invita a realizar una verdadera crítica social de los temas presentados.

- *Mean Girls* adopta una actitud irreverente frente a las sensibilidades raciales, y hace una sátira basada en una serie de estereotipos y caricaturizaciones de lo afroamericano y lo blanco. Asimismo, Fey juega con el concepto bastante generalizado en el pensamiento americano de que todos los negros son de África y todos en África son negros. Todo esto se puede observar en el guion y específicamente en el diálogo entre los personajes.
- Las dinámicas sociales y de poder en *Mean Girls* se presentan como un reflejo, un tanto exagerado, de la realidad de las escuelas secundarias públicas norteamericanas. Los recursos utilizados por Fey para construir estas relaciones entre personajes como el lenguaje, los juegos de poder y el universo social retratado nos permiten comprender con precisión la manera en la que funcionan los discursos de poder, las jerarquías sociales y otras formas de acceder al “éxito” en el mundo social femenino.
- La dirección de actores en la película *Mean Girls* permitió que la relación entre las actrices se vea más natural y orgánica, y al mismo tiempo se ajustó a las visiones del director y de la escritora. La horizontalidad entre los actores se pudo evidenciar a lo largo de la película.
- El vestuario es una parte indelible de la producción de una película y de la caracterización de los actores. En *Mean Girls*, el vestuario cumple tres funciones: decorativa, informativa y dramática, cada una de ellas estrechamente relacionada con la estética de la película, el reconocimiento del espectador y el desarrollo narrativo. También es el medio por el cual se expresan distintas simbologías y metáforas sociales, que refuerzan los estereotipos sobre el cual se construye la narración.
- La industria cinematográfica latinoamericana se encuentra en un fenómeno

de oposición frente a la hegemonía de la industria Hollywoodense. Cada vez se tocan temas más diversos e interesantes; sin embargo, la distribución y la exposición de las cintas latinoamericanas se encuentran obstaculizadas por el sistema de los multicines, los cuales dan preferencia a las películas más taquilleras. Por ende, las películas más pequeñas recurren a métodos de promoción como el “boca a boca” y la utilización de redes sociales.

- No se ha realizado una película como *Mean Girls* en Latinoamérica o Perú, debido a que el mundo del *high school* en las películas estadounidenses se encuentra muy marcado con reglas y formas estéticas que no son comunes a la realidad peruana. Si bien los jóvenes peruanos o latinos buscan verse reflejados en la pantalla grande, muchas de las películas que se aproximan al mundo adolescente lo enfocan desde un punto de vista más marginal y marcado por el deseo de la ascensión social.
- El reconocimiento que se le debe atribuir a *Mean Girls* no se encuentra en premios como los de la Academia, sino que se basa en el éxito de su promoción y haber alcanzado la popularidad y trascendencia necesarias para poder ser considerada como una película de culto. Esta se logra por la influencia que ha tenido en otras películas y en la cultura popular, así como su contribución a representar de manera distinta el mundo adolescente, pues las chicas de la película no son solo víctimas, sino también perpetradores de la misma agresión social que padecen día a día.

Referencias

- Academia de las Arte y las Ciencias Cinematográficas. (2015). *Creative Spark: Marci Liroff* [Video]. Estado Unidos de América: Academy Originals.
- Akamine, J. (2017). ¿Cómo se mueve la industria cinematográfica en el Perú?. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/eldominical/actualidad/mueve-industria-cinematografica-peru-41316>
- Ballart, P. (1994). *La figuración irónica en el discurso literario moderno* [Disertación doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona].
- Barnes, C., Borello, J. A., & Llahí, A. P. (2014). La producción cinematográfica en la Argentina: Datos, formas de organización y tipos de empresas. *H-Industri@*, 8(14), 2. http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/hindustria/hindustria_v8_n14_02.pdf
- Behm-Morawitz & Mastro. (2008). *Mean Girls?* The Influence of Gender Portrayals in Teen Movies on Emerging Adults' Gender-Based Attitudes and Beliefs. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85, 131-146.
- Brecker, A. (2015). Political satire makes young people more likely to participate in politics. Trevor Noah's The Daily Show is likely to continue that trend. [Blog] *LSE USCentre*. <http://blogs.lse.ac.uk/usappblog/2015/04/03/political-satire-makes-young-people-more-likely-to-participate-in-politics-trevor-noahs-the-daily-show-is-likely-to-continue-that-trend>
- Coppel, E. P. (2007). "La mujer" en el cine gótico: Rebecca (Rebecca, Alfred Hitchcock, 1940). *Secuencias: Revista de historia del cine*, (25), 92-93.
- CUEC. (2018). QUÉ ES EL CUEC. *Centro Universitario de Estudios Cinematográficos*. <http://www.cuec.unam.mx/index.php/quienes-somos/>
- Davis Ryalls, E. (2011). *The Culture of Mean: Gender, Race, and Class in Mediated Images of Girls' Bullying*. [Tesis de doctorado, University of South Florida].
- De Los Heros, S.. (2016). Humor étnico y discriminación en La paisana Jacinta. *De Gruyter*. <https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/soprag.2016.4.issue-1/soprag-2015-0011/soprag-2015-0011.pdf>

- Del Amo, M. (1997). La mujer en la literatura y en el cine. *De la ciència, del món i d'altres cultures: relacions internacionals, ciència, història de l'Islam i món àrab contemporani*. 121-126.
- Echevarría, M. C. (2011). Medios de comunicación y sus visiones de mundo. El sentido anclado en estrategias discursivas dialógicas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 314-325. http://www.revistalatinacs.org/11/art/935_Argentina/14_Mirta.html
- Eco, U. (2005). Historia de la belleza. Lumen.
- Fey, T. (2003). *Mean Girls* [Guion cinematográfico]. http://www.icateens.org/sites/default/files/Mean_Girls%20Screenplay.pdf
- Garza, F. (2015). *The 20 Best 'Saturday Night Live' Hosts of All Time Steve Martin*. <https://www.complex.com/pop-culture/2015/04/snl-hosts-ranked/steve-martin>
- Gila, J. (2006). La Mujer Actual en los Medios: Estereotipos Cinematográficos. *Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación*, 89- 93
- Gonick, M. (2004). The Mean Girl Crisis: Problematizing Representations of Girls Friendships. *Feminism & Psychology*, 14, 395-400.
- Gordon, M. (2012). What Makes Humor Aesthetic?. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(1), 62-70.
- Haralovich, M. B. (1979). *Women's proper place: defining gender roles in film and history*. [Artículo no publicado, University of Wisconsin-Madison].
- Huemmer, J. (2015). Beyond Boobs and Beer: Analysis of Masculine Rites of Passage in the Film Superbad. *Southwestern Mass Communication Journal*, 31(2). <http://swecjmc.wp.txstate.edu/files/2016/05/huemmer.pdf>
- Hughes, J. (2001). *An Interview With John Hughes* [Entrevista]. Melbourne, Australia.
- Hutcheon, L. (1985). *A Theory of Parody*. New York/London: Routledge.
- Idárraga, F. (2014). *La ironía en la imagen: Otto Dic y David LaChapelle*. [Tesis para maestría, Universidad Nacional Sede Medellín].
- Ivars, C. (17 de abril de 2015). 5 claves sobre dirección de actores. *CineUpdate*. ht-

[tps://www.cineupdate.es/2015/04/07/5-claves-sobre-direccion-de-actores/](https://www.cineupdate.es/2015/04/07/5-claves-sobre-direccion-de-actores/)

Kashner, S. (11 de febrero de 2018). The CalArts Class Who Created a Great Renaissance of Animation. *Vanity Fair*. <https://www.vanityfair.com/culture/2014/03/calarts-animation-1970s-tim-burton>

Kuhn, A. (1996). Cinema culture and femininity in the 1930s. *Nationalising Femininity: culture, sexuality and British cinema in the Second World War*, 177-92.

Martin, P. T. S. (2008). Mujeres detrás de cámara. Una historia de conquistas y victorias en el cine latinoamericano. *Nueva sociedad*, (218), 107-121.

Martínez Piva, J. M., Padilla, R., Schatan, C., & Vega Montoya, V. (2010). La industria cinematográfica en México y su participación en la cadena global de valor. *CEPAL*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/4903-la-industria-cinematografica-mexico-su-participacion-la-cadena-global-valor>

Meyer, M., Waldron, L. and Stern, D. (2014). Relational Aggression on Film: An Intersectional Analysis of *Mean Girls*. *The Popular Culture Studies Journal*, 2(1), 5-28.

Moratalla, T. D. (2012). Íconos femeninos en el cine: del estereotipo femenino a las imágenes de la mujer. *Crítica*, 62(978), 63-69.

Morreall, J. (1981). Humor and aesthetic education. *Journal of Aesthetic Education*, 15(1), 55-70.

Murphy, N. (2015). *The role of women in film: Supporting the men - An analysis of how culture influences the changing discourse on gender representations in film*. [Tesis de licenciatura, University of Arkansas].

Nulman, E. (2013). Representation of women in the age of globalized film. *Journal of Research in Gender Studies*, 4(2), 898-918.

Pelaez, S. (2015). *La sátira y la ironía como expresión del gusto popular*. [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica de Pereira]. <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/handle/11059/6070>

Penn State News (19 de diciembre de 2012). *Satire is shaping the next generation of american citizens*. <https://phys.org/news/2012-12-satire-american-citizens>.

html#jCp

Public Broadcastin Service (s. f.). *Pioneers of Television: Tina Fey*. <http://www.pbs.org/wnet/pioneers-of-television/pioneering-people/tina-fey/>

Rodríguez, V. M. A. (1994). La mujer en el primer lustro de la historia del cine: referencias pictóricas del siglo XVIII y XIX. En *La mujer en los siglos XVIII y XIX: VII Encuentro de la Ilustración al Romanticismo*. Cádiz, América y Europa ante la modernidad, 363-370. Servicio de Publicaciones.

Rojas, C.. (1984). M. Foucault: el discurso del poder y el poder del discurso. *Universitas philosophica*, 2(3). San Martín, P. T. (2008). Mujeres detrás de cámara: Una historia de conquistas y victorias en el cine latinoamericano. *Nueva sociedad*, 218, 107-122.

Sibielski, R. (2010). *What are little (empowered) girls made of?: the discourse of girl power in contemporary US popular culture*. [Disertación doctoral, Bowling Green State University].

Smith, A (2009). *Girl Power: Feminism, Girlculture And The Popular Media* [Tesis de posgrado, University of North Texas].

The Second City (s.f.). *Tina Fey*. <https://www.secondcity.com/people/other/peopleothertina-fey/>

Thijssen, K. (2016). *hooked on Hughes: A feminist consideration of Sixteen Candles, The Breakfast Club and Pretty In Pink*. (Publicación N° 3037320) [Tesis de licenciatura. Radboud University]. https://theses.uhn.nl/bitstream/handle/123456789/3890/Thijssen%2C_K_1.pdf?sequence=1

Van Dijk, T. (1994). Discurso, poder y cognición social. *Cuadernos de la Maestría en Lingüística*, 2, 1-92. <https://www.textosenlinea.com.ar/academicos/Discurso%20poder%20y%20cognici%C3%B3n%20social.pdf>

Veerassamy, V. (2018). An Analysis of Power In 'Mean Girls'. *Medium*. <https://medium.com/@visakanv/an-analysis-of-power-in-mean-girls-a55c6dff0884>

Weston, J. (1996). *Directing actors: Creating memorable performances for film and television*. Michael Wiese Productions.

Anexos

Entrevista 1: Rodrigo Bedoya

Realizada el 15 de Octubre del 2018

Docente de Comunicación de la Universidad de Lima y reconocido crítico de cine. Participante activo en diversos festivales peruanos e internacionales de cine. Bedoya ha escrito diversas veces en diarios nacionales acerca de la industria cinematográfica. En la entrevista se le preguntó acerca de las referencias cinematográficas y de formación, así como sobre la industria cinematográfica peruana.

1. Usted ha sido jurado en el Festival de Cine de Lima en diversas ocasiones, ¿cómo crees que ha crecido la industria cinematográfica latinoamericana y, en especial peruana, en los últimos años?

Se está abriendo paso a películas y temas mucho más interesantes. Estas son minoritarias, pero aún existen. La más notorias no son las más interesantes, es cuestión de buscar. Existe una dinámica interesante, a diferencia de las que más llaman. Es un fenómeno mundial respuesta de la hegemonía estadounidense y de los fondos internacionales. El cine cada vez es más diverso pero cada vez hay menos lugares para verlos. Es importante buscar espacios para exhibir estas películas. Si bien los festivales son una buena opción, es imposible tener tantos.

Netflix se presenta como una buena ventana y plataforma que ha sabido aprovechar la "línea americana", dándole el reconocimiento a series que no tenían tanta llegada. Ha sido más beneficioso para la televisión. Para el cine, ha sido un recurso de exhibición importante para películas más independientes. Probablemente nadie las vería si no fuera por Netflix. Caso "Roma", muy poco la verán en el formato ideal. Ojalá abarque en temas más interesantes y diversos.

2. ¿Cuáles son los centros educativos para cine más reconocidos y prestigiosos en la costa oeste de USA?

El centro educativo que más resalta es CalArts y Gallard. La universidad de Nueva York.

3. ¿Cuáles son los centros educativos para cine más reconocidos y prestigiosos en la Latinoamérica y, en especial, Perú?

San Antonio de los Baños, Universidad Autónoma de México. Europa es el mejor sitio para estudiar.

4. En el 2017 estuvo en una mesa redonda acerca de las estrategias del cine peruano. ¿Cuáles son las principales estrategias que hacen que una película sea un éxito en taquilla?

No hay una estrategia fija, ya que no se sabe lo que al público le va a gustar. Se puede trabajar para encontrar lo que le gustaría al público. Es importante tener una campaña grande de promoción, las películas más exitosas tienen campañas grandes. Sin embargo, no todas las películas peruanas tienen dinero para realizar campañas grandes. Si no hay dinero, es importante manejar los propios recursos. Pelear para que la película se mantenga en cartelera. Si se tiene una película chiquita, intentar que no se coma a su propio público, no se canibalice, y aprovechar la boca a boca.

5. Si tuviéramos el mismo presupuesto de una película comercial americana, ¿podría hacerse en la industria cinematográfica peruana?

No, son públicos muy distintos. Es importante chequear que tanto pegó *Mean Girls*. Hay otras sensibilidades que están en juego.

6. *Mean Girls* ha sido considerada una comedia de culto, ¿qué factores cree que le otorgaron este status de culto?

La película pone en centro a un personaje que se siente más “outcast”, más

cercano a los perdedores. Es una de las primeras películas, después de los noventa, con este tipo de personaje y propone otra perspectiva, ya que en los noventa se fijaban más en personajes más exitosos. Continuidad como “Easy A” o “Super Bad”, poniendo a los exitosos con más humanidad o realismo.

Con respecto a los temas tratados, como la raza, *Mean Girls* es una película inclusiva. Tiene una mirada racial más diversa, a diferencia de otras películas de su tiempo. Las comedias de high school, suelen estar destinadas a un público blanco.

7. La película utiliza la sátira como arma para tocar temas algo controversiales como el machismo, el racismo y las relaciones adolescentes. Tina Fey escribió el guión, consagrándose como una de las escritoras de comedia más importante de nuestro tiempo. ¿Qué otros referentes internacionales tenemos que considerar al analizar este género?

Comedia juvenil de los años ochenta, especialmente de John Hughes, como “Sixteen Candles” o “Pretty in pink”. Protagonizadas con Joan Cusack. Tina Fey ha sido influenciada por estas y sabe lo que hace. Los noventa tienen películas interesantes como referentes, como “Super Cool”, u obras de Adam Sandler o Ben Stiller como una nueva comedia. Hoy en día Melissa McCarthy o Amy Schumer.

8. ¿Existen referentes latinoamericanos para realizar una sátira peruana?

Cine de Nicolás López, como “Que pena tu vida”, lamentablemente ha estado involucrado en temas de acoso sexual. El cine uruguayo sabe hacer películas satíricas muy inteligentes. “Acné” o “La Perrera”. En Argentina, Szifrón y su “Tiempo de valientes”. En Brasil, Jorge Furtado.

9. ¿Qué diferencias hay entre la manera de hacer sátira en USA y Latinoamérica, en especial en las estrategias narrativas?

No existe, pero ha habido intentos. “Mañana te cuento” es un ejemplo. Son mundos muy distintos. El high school americano representado en el cine, tiene reglas muy claras. Es casi un género, sigue tradiciones desde los setentas y ochentas. En

el Perú no tiene estos mundos tan marcados y no ha explotado estos universos. La juventud en el cine peruano es vista desde una perspectiva más marginal, tocando temas sociales.

El tema racial en el público de estas películas peruanas, es más homogéneo. No considera que debería haber cuotas. La raza no es usualmente un tema. Hacer comedia es muy difícil, pero usualmente se utilizan recursos como burlarse de los poderosos, como lo hace *Mean Girls*. Uno se puede reír de todo, pero se tiene que encontrar una forma. No es reírse de, sino reírse con, al encontrar un nivel de empatía y de humanidad. La comedia es empatía, no es caricatura o risa intencional. Tiene que ser empático hasta de lo que se puede reír. Los estereotipos están bien al enriquecerse o salirse de él. Que sea más distinto o con más riqueza.

Entrevista 2: Livia Lovell

Realizada el 15 de noviembre del 2018

Distribuidora peruana con residencia en Londres, quien ha trabajado en su rubro durante las últimas tres décadas y ha escrito análisis acerca de la distribución de películas y series de televisión en América Latina. Uno de estos análisis publicados se titula "Television Flows in Latin America (Flujos de televisión en América latina)" (1984).

1. ¿Cómo crees que ha crecido la industria cinematográfica latinoamericana y, en especial peruana, en los últimos años?

El éxito de la industria cinematográfica de un país, va de la mano con su prosperidad económica. México y Argentina son dos grandes ejemplos de crecimiento, en donde el cine ya no es una cuestión de élite, sino que se ha vuelto cada vez más popular. En México, país con una industria cinematográfica importante y líder en Latinoamérica, se cuenta con una capacidad productora importante que permite

la producción completa de cintas mexicanas. En Latinoamérica están apareciendo concursos que buscan financiar proyectos nuevos y de jóvenes talentos. Por ejemplo, Ibermedia, quienes realizan concursos para todo América Latina con la finalidad de impulsar proyectos cinematográficos. En Perú recién se está viviendo un cine comercial peruano, ya que en la actualidad, ya se puede recuperar la inversión en el mercado o hacer ganancias respetables.

2. ¿Cuál es el mayor reto logístico y técnico para promocionar una película?

La película se tiene que promover quizás antes de que la película está filmada —importante hacer conocer la historia sobre la producción de la película para crear expectativa— entrevistas con actores, con el director, productor; crear expectativa enganando al público.

3. ¿Cuáles son las principales estrategias que hacen que una película sea un éxito en taquilla?

El “boca a boca” es un recurso indispensable especialmente para películas más pequeñas y con un presupuesto menor y la creación de expectativa, como entrevistas con los actores o el director, son dos recursos muy importantes y útiles. También es importante es que se postulen a premios internacionales ya que si ganan tienen mayor posibilidad de éxito - Lo mas importante es que el producto sea bueno: una buena historia, un buen libreto es básico . Promoverla en las redes sociales, quizás con la música de la película.

4. ¿Cuáles son algunos de los referentes que tenemos que tener en cuenta al estudiar películas satíricas, y en especial, sobre adolescentes? ¿Existen referentes importantes en latinoamérica?

Películas latinoamericanas dirigidas a adolescentes, no conozco. Sin embargo, creo que la más importante es *Pretty in Pink*, de Hughes. Las obras de Hughes tienen impregnadas los valores culturales de la época y permiten un análisis críti-

co de las representaciones del género y las clases sociales

5. ¿Considerarías a *Mean Girls*, una película de culto?

Una película de culto se basa en que tanto a influido en futuras películas y en la cultura general. *Mean Girls* es un monstruo, un fenómeno realmente interesante de analizar. Pero que no solo se debe a su distribución sino a los mismos fans. Este fenómeno de culto ha estado presente en otras películas como “Clueless” (1995), “Pretty in Pink” (1986), y otras más recientes como “Pitch Perfect” (2012), “Easy A” (2010) y “The Bling Ring” (2013).

Entrevista 3: Giannina Antola

Realizada el 17 de noviembre del 2018

Peruana basada en Londres, quien es la gerente de ventas de TM`s International, brazo de distribución de medios de Tele München Group (Alemania). Antola cuenta con varios años de experiencia como distribuidora, ha trabajado con empresas de telecomunicaciones como Endemol International, Essential Entertainment, Alchemy TV y Rysher Entertainment.

1. ¿Cómo crees que ha crecido la industria cinematográfica latinoamericana y, en especial peruana, en los últimos años?

Si hablamos de la industria peruana, se debe considerar como nueva. Hasta hace poco era casi imposible financiar una película localmente y el cine realizado, sólo podía interesar a los grandes festivales de cine independiente y así recuperar su inversión. Hoy en día, ya existe una ayuda del estado, aunque sea pequeña, que plantean proyectos de premiaciones con el fin de ayudar a financiar el desarrollo de una película.

2. ¿Siguen existiendo limitaciones y problemas en cuanto a la promoción de una película? ¿Cuáles son algunos de estos?

El principal problema es el económico. Muchas de las películas no pueden gastar en promoción y se crea un problema ya que no hay ganancias importantes.

3. ¿Cuál es el mayor reto logístico y técnico para promocionar una película?

Principalmente es balancear los tiempos de producción con los de promoción.

4. ¿Cuáles son las principales estrategias que hacen que una película sea un éxito en taquilla?

La televisión o la prensa no son el único medio de promoción. Hoy en día se pueden usar redes sociales, como Facebook o Instagram, así como el marketing de personalidades, con bloggers o influencers. Para la experta, la promoción se ha vuelto un tema más complejo pero el presupuesto ya no es la única limitación. Es importante crear la mayor expectativa antes que salga a los cines. Si ha ganado premios internacionales es una opción. Entrevistas al talento etc, facebook, bloggers todo lo que se pueda hacer para llevar al público a las salas. Una vez sale a los cines - están en las manos del pública. La película tiene que interesar. El "word of mouth" es clave. El público no va a ir a verla si oye que es mala.

5. ¿Cuáles son las principales estrategias de promoción de comedias y sátiras adolescentes?

A través de talento local adolescente como influencers, sponsorship, bloggers, redes sociales. Si la música es importante. La radio también es una buena fuente.

6. ¿Cuáles son algunos de los referentes que tenemos que tener en cuenta al estudiar películas satíricas, y en especial, sobre adolescentes? ¿Existen referentes importantes en latinoamérica?

Películas latinoamericanas recientes con target adolescente ni idea. Las clásicas antiguas son breakfast Club, St Elmo's Fire, Clueless, Ferris Bueller's Day off,

Pretty in Pink, mas recientes Pitch Perfect, Easy A, The Bling Ring

7. ¿Consideras que *Mean Girls* es una película de culto? ¿Es esto un reconocimiento para la película?

Por supuesto. Sin embargo se debe tener en cuenta algo. Las películas satíricas, en especial las de las década del 2000, usualmente no contaron con el reconocimiento típico como premios destacados, como los de la Academia o los Globos de Oro. Sin embargo, el reconocimiento que se les debe atribuir se basa en su promoción y haber alcanzado la popularidad tal para poder ser consideradas como películas de culto.