

Los arquetipos como herramientas para la construcción de historias: análisis del mundo diegético de “intensamente”

 institucional.us.es/ambitos/

20/3/2017

Tomás Atarama-Rojas

[Universidad de Piura \(Perú\)](#)

tomas.atarama@udep.pe

Lucía Castañeda-Purizaga

[Universidad de Piura \(Perú\)](#)

claudia.lucia.castaneda@gmail.com

Claudia Agapito-Mesta

[Universidad de Piura \(Perú\)](#)

claudia.xam@gmail.com

English Version: The archetypes as tools for the construction of stories: analysis of “inside out’s” diegetic world.

Resumen

Las películas de ficción cuentan su historia mediante mundos y personajes ficticios, por ello tienen que convencer al público de que lo que ven en la pantalla no es diferente al mundo en el que viven ni a sus acciones o emociones; y para lograrlo necesitan de los arquetipos. Este artículo pone en relevancia la función de los arquetipos en la construcción del mundo diegético de “Intensamente”; sus personajes principales se desarrollan de manera coherente y convincente, es decir, deciden y actúan acorde con su personalidad, como cualquier persona, reforzando así la verosimilitud del mundo en el que se desenvuelven.



Palabras clave

Arquetipos, mundo diegético, Intensamente, guion, ficción audiovisual.

Abstract

Fiction movies tell their story through fictional worlds and characters, therefore, they have to convince the audience that what they see on the screen is not different from the world they live in, or their actions or emotions; and to achieve that they need the archetypes. This article stands out the archetypes function in the construction of the diegetic world of “Inside out”. Its main characters are developed in a coherent and convincing way, that is, they make decisions and act according to their personality, just like any person, reinforcing the verisimilitude of the world in which they operate.

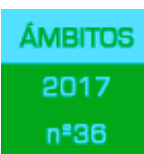
Keywords

Archetypes, diegetic world, Inside out, screenwriting, fiction.

1. INTRODUCCIÓN

Construir una historia no es tarea fácil, se requieren artistas [1] que sepan plasmar sus ideas sobre papel, de manera que creen una historia con visión dramática, en la que existan un protagonista y un conflicto que den vida y sentido al relato.

Una historia bien lograda es aquella en la que todos los elementos poseen tal coherencia interna que separarlos



supondría matar la obra (Brenes, 2001). Para cumplir con dicha coherencia se exige a los elementos seguir una lógica causal, donde todos persigan un mismo fin manteniendo el hilo conductor de la historia hasta la última escena. De esta forma, se cumpliría con el principio de la Poética de Aristóteles llamado *mimesis praxeos* o representación de la vida humana, lo cual permitirá al espectador realizar el proceso de recepción de una obra.

Este proceso de recepción no sería posible sin la existencia de la coherencia y unidad de los elementos que componen la obra, un requisito que hace de una película una obra de arte inteligible y capaz de transmitir un sentido. Además, todo proceso de recepción trata al mundo posible propuesto como un espejo del mundo en el que vivimos, lo que exige a los personajes una consistencia en sus acciones, reacciones emotivas, psicológicas y sociales, para que así sea creíble ante el público (Brenes, 2013).

Asimismo, otra característica esencial a la que debe obedecer para ser una obra poética es la verosimilitud, que es clave para que aquel mundo posible creado, a pesar de pertenecer a un mundo de ficción, sea visto como real, porque en “el cine, como en cualquier narración de ficción, no interesa tanto la posibilidad de las historias – es decir, la simple verdad de los argumentos– sino su verosimilitud” (Sánchez-Escalonilla, 2009: 56).

Entonces, una historia será una obra poética cuando logre su fin último, el reconocimiento de uno mismo a través de las acciones y decisiones de los personajes, quienes interesarán en la medida que planteen problemas cercanos, reconocibles y universales. “La identificación con los personajes es un mecanismo a través del cual los sujetos experimentan e interpretan una narración desde *dentro*, como si los acontecimientos que se relatan les estuviesen ocurriendo a ellos mismos” (Igartua, 2008: 43).

Para ayudar a la audiencia a sumergirse en el universo ficticio de una película están los elementos llamados arquetipos, o también denominados patrones psicológicos. Su finalidad es trasladar al espectador a un mundo ficticio extraño y exótico, no para que huya del mundo al que pertenece, sino para que a través de la belleza de la obra pueda encontrarse realmente consigo mismo (Mckee, 2008).

Para poder descubrir la importancia de los arquetipos en la creación de una obra poética se procederá a testear el mundo posible de la obra cinematográfica “Intensamente”. El desarrollo de los personajes principales permitirá a la investigación identificar los arquetipos utilizados por los guionistas. Estos arquetipos enriquecen el mundo posible en el que se desenvuelven y aportan en la verosimilitud, haciéndolo creíble para el espectador.

Para comprobar la hipótesis de que los arquetipos son elementos relevantes para la construcción de historias consistentes, se aplicará un análisis diegético que estudiará el progreso de los personajes principales en la historia y su evolución, identificando así los arquetipos a los que responde cada uno y cómo esto ayuda a la coherencia y unidad de la historia.

2. MARCO TEÓRICO

Las historias cinematográficas como obras poéticas y sus elementos

Hasta el día de hoy “no existen recetas para la escritura de guiones que garanticen el punto de coacción. La narrativa es demasiado rica en misterio, complejidad y flexibilidad para reducirla a una fórmula” (Mckee, 2008: 38). Los guionistas, dentro de todas las posibilidades creativas, deben dar forma a una historia consistente que disponga los elementos del mundo diegético de acuerdo a una unidad y coherencia.

También es necesario que el mundo diegético de la historia cuente con verosimilitud [2], es decir, que presente personajes con acciones y decisiones universales, reconocibles, que cuando una audiencia lo vea lo identifique como real, le resulte conocido, y por lo tanto se sienta identificada con ello. Si bien el hombre imita, también le gusta disfrutar de las obras de imitación (Brenes, 2012).

Por lo cual, las obras tratan de lograr el reconocimiento poético, en el que se represente algo ya conocido por el espectador, entendido como *praxis* humana, donde se haga justicia y se alcance lo que se denomina como vida lograda (Spaemann, 1991). El carácter poético al que aspiran las obras está estrechamente relacionado con la unidad interna de la obra, que produce que todos los elementos se sigan unos a otros según una relación

causal. Los elementos como el conflicto, la trama, los personajes y los diálogos no tendrían razón de ser si están aislados. Su coherencia y unidad es fundamental para que persigan un mismo fin y permitan a la obra tener una consistencia interna (Walter, 1988).

Los elementos [3] más importantes en una obra, según Aristóteles (1450a), son la trama o estructuración de hechos y los personajes. La trama es “el alma de la tragedia [4]”, porque la tragedia es imitación no de personas, sino de acción y de una vida, y la felicidad e infelicidad, que están en la acción (Aristóteles, 1450a). Es decir, así como las personas están compuestas por alma y cuerpo, las historias tienen como alma la acción, que sin ella la existencia de los personajes no cobraría sentido, no habría conflictos, ni historia.

Una historia sin trama carecería de sentido, porque es ella la que establece la unidad narrativa en el relato dramático. Los acontecimientos que la conforman deberán seguir una pauta a lo largo del tiempo con el objetivo de conseguir el efecto deseado de la acción, además de mantener en ellos una relación causa-efecto que demuestre la coherencia y lógica del relato (Melgar, 2007).

Para que la historia se desarrolle necesita de acciones, y son justamente los personajes quienes lideran y centran la acción (Navarrete-Galiano, 2012). Son también un elemento fundamental para entrar en la historia, son quienes le permiten al espectador vivir la película a través de ellos. “Da lo mismo si sean humanos, hobbits, conejos o extraterrestres, gracias a ellos todo cobra vida” (Steele, 2014: 80). En la historia son personas con nombre, personalidad, carácter y caracterización. Tienen capacidad de decisión, son protagonistas de los conflictos, peripecias, crisis y dificultades.

Al ser representados como personas se les asigna una caracterización, es decir que poseen una edad, sexo, estilo de habla, profesión, características que describirán externamente al personaje. Pero lo que los convierte en verdaderos humanos es su propio carácter, el cual se descubre a través de las acciones que realizan al ir en busca de su objetivo. Siempre se les va a atribuir características humanas, conflictos internos, que los harán actuar como una persona lo haría; de este modo se refuerza la verosimilitud y la empatía del espectador con lo que ve en la pantalla (Estévez, 2016).

Asimismo, los personajes no serán los mismos al final de la historia, pues van a sufrir una serie de cambios a medida que avanzan en el relato, a esto se le denomina arco de transformación del personaje, y “sirve para analizar la verosimilitud de las acciones y entender así cómo se desarrolla el sentido del relato” (Caman y Atarama, 2015: 191).

Los espectadores son conscientes de que los personajes de las películas solo existen en ese mundo diegético que decidieron acompañar, pero también saben que a través de una historia podrán compartir el deseo de justicia, la ilusión de un aprendizaje arduo o la búsqueda de la conciencia. Es decir, son conscientes que el mundo de ficción los separa, pero no para dejar de compartir experiencias y problemas.

Lo importante es darse cuenta que a través de una obra poética el público es capaz de reconocerse porque comparten un mismo destino, motivo u objetivo. Para ello, la verdad con la que se construyen los personajes no debe significar un problema para la verosimilitud de la historia. Es por eso que los guionistas no deben conformarse con crear personajes reales en su apariencia, sino también coherentes en sus decisiones y acciones (Sánchez-Escalonilla, 2001), pues “una persona es lo que hace” (Field, 1995: 67).

Por otro lado, Aristóteles (1450b: 25) propone que todas las historias han de tener un inicio, un medio y un final que les permita unidad y coherencia, y al mismo tiempo les prometa una belleza en la narración.

El inicio es aquel que “se construye para darnos una pista acerca de la columna vertebral o dirección de la historia” (Seger, 2011: 33), integra el tono de la película, la introducción del protagonista y la presentación explícita de datos que el espectador todavía no conoce.

El medio es la parte más compleja. No solo por el trabajo de narrar una gran extensión de la obra, sino por conseguir el nudo de la historia. Brenes (2001) dice que un medio será bueno si cuenta con los elementos suficientes –giros, inversiones, obstáculos, complicaciones– que hagan que la acción avance. Se caracteriza por los innumerables obstáculos que se le presentan al protagonista, pues se pone en juego el logro de su

objetivo y despierta en él la incapacidad de cumplirlos.

El final, en el cual se desarrolla el último acto, clímax y conclusión. Aquí el protagonista enfrenta a su principal fuerza opositora, y así haya o no conseguido su objetivo, es visible una transformación del personaje a causa de las vivencias y descubrimientos de personalidad que tuvo por ir en busca de lo que quería.

Los arquetipos y su aporte a la construcción de mundos posibles

Un arquetipo, visto desde una perspectiva panorámica, es aquel que traspasa fronteras, culturas, épocas y además está presente en toda creación innovadora o creativa del hombre como la pintura, escultura, literatura, publicidad, cine o cómic. La teoría de Jung sostiene que “los arquetipos son residuos arcaicos de las vivencias de los antepasados, (...) que habitan en el inconsciente colectivo de las personas en forma de experiencias y recuerdos (...) y se manifiestan como un modo de ser” (1988: 47-48). Es decir, la persona al no desarrollarse aisladamente sino en un contexto cultural determinado, adquiere y forma experiencias, una manera de pensar.

Desde esta perspectiva, a los arquetipos se les reconoce como pautas, patrones de comportamiento típicos, comunes que siempre han habitado en el inconsciente de las personas, por ello se les reconoce como universales. Además, tienen la facilidad de despertar innumerables emociones en el espectador, y revelar una imagen en su mente con aquello que se le asocia.

“Las historias arquetípicas desvelan experiencias humanas universales que visten de una expresión única y de una cultura específica” (Mckee, 2008: 18). Los personajes de los grandes relatos, los que los guionistas de Hollywood llaman ‘más grandes que la vida’, suelen ser arquetípicos, porque son de un mundo que el público nunca antes conoció (Núñez, 2007).

El arquetipo también es considerado como un símbolo o “una imagen dotada de un poder especial que tiene valor para el espectador” (Truby, 2009: 271). La importancia del símbolo es que logra influir a nivel emocional en el espectador, esto quiere decir que tiene tal poder que si en la historia se representa una situación dolorosa, feliz, injusta, entre otras, el espectador también lo sentirá, por ello se les considera herramientas vitales en la escritura de guiones.

Sin embargo, si bien los símbolos son elementos estrechamente relacionados con los arquetipos, no son considerados lo mismo, ya que “un arquetipo es la configuración o imagen primordial, mientras el símbolo es la expresión o visibilización de un arquetipo” (Jung, 1988: 52). No obstante, los guionistas emplean ambos elementos en sus guiones ya que los dos resultan importantes y enriquecedores para la historia.

El público busca finalmente encontrarse a sí mismo en aquellos mundos ficticios que se recrean y son los personajes sus principales canales, ya que a través de sus conflictos pretende encontrar su propia humanidad. De manera que para comprender este mundo de ficción se hace una “voluntaria suspensión de la incredulidad” (García-Noblejas, 2000: 123-127) que permite ver a los personajes como si fueran personas con conciencia, libres y responsables de sus actos.

Entonces, el espectador de cine busca “acceder a un mundo nuevo y fascinante, para suplantar virtualmente a otro ser humano que al principio parece muy extraño pero que en el fondo es como nosotros, para vivir en una realidad ficticia que ilumina nuestra realidad cotidiana” (Mckee, 2008: 19).

Una historia bien contada ofrece la oportunidad de vivir vidas que están más allá del mundo real, de reconocer la humanidad del personaje a través del sentimiento de empatía. “Un relato con personajes arquetípicos supera las barreras de los países, las culturas y clases sociales viajando bien en un mundo globalizado, por lo que es importante familiarizarse con los arquetipos para crear un relato verdaderamente relevante y significativo para millones de espectadores” (Núñez, 2007: 167).

Los arquetipos son capaces de traspasar fronteras porque cuentan con un alto poder de conexión con el espectador, a quien le permite no solo participar de la historia sino también sentir aquellas emociones que los personajes también sienten, pues los “conflictos a los que se ven sometidos muchos personajes podrían ser perfectamente nuestros ‘monstruos’ cotidianos a los que tenemos que enfrentarnos cada día, por eso llegamos a identificarnos” (Porto, 2016: 39). Se encarnan en los personajes porque son ellos quienes a través de sus

decisiones y acciones en el mundo diegético representan experiencias humanas universales.

Jung (1988) distingue ocho tipos de arquetipos psicológicos, los cuales son considerados como una contribución valiosa para el estudio de la personalidad de los personajes. Estos arquetipos nacen de la unión de las cuatro funciones del ser humano, dos racionales, la inteligencia y la sensibilidad; y dos irracionales, la percepción y la intuición; con los temperamentos hipocráticos, quienes aportan conocimientos necesarios para la construcción de personajes y sus arcos de transformación.

Tipos de arquetipos (perspectiva psicológica)	
Reflexivo extrovertido	Es objetivo y racional.
Reflexivo introvertido	Es inseguro y perfil bajo.
Sensible extrovertido	Es sociable, empático y emocional.
Sensible introvertido	Es reservado y sentimental.
Perceptivo extrovertido	Es superficial, liberal e interesado.
Perceptivo introvertido	Es guiado por su subjetividad y experiencias internas.
Intuitivo extrovertido	Es optimista, aventurero y tiende a lo deleitable.
Intuitivo introvertido	Es planificador, dependiente y soñador.

Tabla 1. Tipos de arquetipos desde la perspectiva psicológica de Jung. Fuente: Elaboración propia

Además, Núñez (2007) y Truby (2009) también realizan una clasificación de arquetipos, la cual está más enfocada en la perspectiva del guion.

Tipos de arquetipos	Características del arquetipo	Lado oscuro del arquetipo
Inocente	Sencillo, sensible y auténtico.	Narcisismo, infantilismo.
Padre o rey	De autoridad, sabio y precavido.	De carácter estricto y opresivo.
Sabio	Maestro y experto.	Ser ignorante o engañado.
Explorador	Aventurero.	Ser vago y conformista.
Héroe o guerrero	Entregado, incondicional y sacrificado.	Considerar la lucha como único modo de vida.
Rebelde	Libre, exhibicionista y hedonista.	A ser vencido.
Mago	Creativo, obsesionado y controlador.	Ser un manipulador y egoísta.
Amante	Apasionado, romántico y seductor.	Ser manipulador o tener solo al placer sensorial.
Hombre normal	Sociable y respetuoso.	Ser aislado y sentir soledad.
Bromista	Espontáneo y alegre.	Ser superficial.
Embaucador	Prima sus intereses personales.	Caer siempre en la mentira.
Madre o reina	Sabia, protectora y empática.	Sobreprotectora y controladora.
Protector	Ofrece ayuda solo por beneficio propio.	Vivir a través de los demás.
Creador	Perseverante y perfeccionista.	Miedo a no tener el talento necesario.
Soberano	De espíritu líder e independiente.	Convertirse en un tirano.

Tabla 2. Tipos de arquetipos desde la perspectiva del guion⁵. Fuente: Elaboración propia.

Los arquetipos son modelos psicológicos básicos de toda persona. Son como las funciones que una persona desempeña al interactuar con otras, por lo que se dice que el arquetipo atraviesa fronteras y épocas porque su valor esencial es ser de carácter universal. Motivo que explica que al visualizarlo en la acción de los personajes, el espectador tiene la facilidad de reconocerlo.

Lo que verdaderamente atrapa y afecta al espectador es “el mundo de la historia, compuesta por una red

compleja y detallada de elementos significativos para el guion, de los cuales el más importante es la red de personajes y, en particular, del protagonista. Principio esencial que no solo prevalece en el cine, sino en cualquier medio narrativo” (Truby, 2009: 183).

Por ello, “una historia bien contada ofrece al espectador aquello que no puede obtener de la vida, una experiencia emocional con significado” (Mckee, 2008: 144). Es decir, cuando una persona vive acontecimientos caóticos en su vida, no se detiene a reflexionar; sin embargo, en el arte sucede lo contrario, la reflexión se produce a medida que avanza la historia, porque cuando un espectador decide acompañar una película se abre al intercambio de ideas con el autor de la obra por medio de sentimientos, emociones e intuiciones. Una forma de mantener una cercanía y compartir la perspectiva que tenga un personaje es introduciéndose en su intimidad, es decir, ver y oír solo aquello de lo que él es capaz, ver la historia narrada desde su punto de vista (Chion, 2009).

Entonces, una herramienta clave en toda historia para conseguir la empatía del espectador es la asignación de arquetipos, los cuales permitirán cumplir con el objetivo de toda historia que es conectar con el público a tal punto de generarle emociones intensas como reacción. Y ya que los arquetipos son asignados a los personajes, esto hace que sean vitales para que se desarrolle la historia, pues “ayudan a que (...) avance mediante las actitudes, el comportamiento y los deseos ocultos” (Rivera, 2007: 95).

Como el protagonista es quien tiene la responsabilidad de conducir la historia, es importante una correcta construcción de este. Si bien el desarrollo del protagonista debe captar la atención del público de principio a fin a través de un misterio, lo esencial es que facilite una identificación. Este proceso de identificación que se da a través del carácter y caracterización se refuerza con dos elementos: “el deseo y el problema o necesidad moral que afronta el personaje” (Truby, 2009: 101).

El deseo corresponde al objetivo que persigue y motiva al protagonista a ir tras su cometido. Conseguirlo no le será fácil por las diferentes fuerzas opositoras; sin embargo los obstáculos le servirán para revelar su verdadera personalidad y poner a prueba la verosimilitud de sus acciones. “El comportamiento de los personajes ha de ser coherente con su realidad psicológica” (Sánchez-Escalonilla, 2014: 62), es decir, todo aquello que manifiesten a través de su temperamento, emociones y actitudes tiene que estar acorde con las dificultades que se le presenten.

El protagonista, después de haber pasado por una serie de etapas y obstáculos en su vida, al lograr o no su objetivo vive una transformación que nutre el crecimiento de su personalidad y, en cuanto a su función en la historia, humaniza su personaje adquiriendo las cualidades necesarias para actuar de manera convincente y así hacer de la acción diegética una actuación verosímil y creíble (Caman y Atarama, 2015).

Entonces, se puede decir que los arquetipos, como patrones psicológicos útiles en la creación de personajes, son elementos que contribuyen a lograr la unidad y coherencia en la obra, para alcanzar una historia consistente. El espectador al reconocer los arquetipos en los personajes se sumerge de su mano en la historia ficticia, debido a que reconoce la humanidad del personaje al identificarse con sus cualidades o decisiones tomadas en momentos de tensión (Mckee, 2008).

3. MATERIAL Y METODOLOGÍA

3.1. Material

El material escogido para poder comprobar la hipótesis propuesta en esta investigación es la película animada de origen estadounidense titulada “Inside Out”, conocida en América Latina como “Intensamente”, y en España como “Del revés”. Se estrenó el 19 de junio del 2015 en América y 15 de julio en España, fue dirigida por Peter Docter, producida por Pixar Animation Studios y distribuida por Walt Disney Pictures. Los guionistas de esta historia fueron Pete Docter, Meg LeFauve y Josh Cooley.

La historia es interpretada por una adolescente que experimenta una diversidad de emociones al dejar su ciudad, amigos y deporte favorito por mudarse a San Francisco. Lo interesante de esta película es la

personificación de sus cinco emociones, quienes atravesarán una serie de adversidades para cumplir con su objetivo de hacer a Riley una chica feliz.

3.2. Metodología

La metodología que se empleará en este trabajo es un análisis diegético de los personajes principales de la película, considerando su desarrollo a lo largo de la historia para poder identificar los arquetipos a los que responden y cómo estos aportan a la unidad de la misma. La forma en la que se estudiará su evolución durante la historia será a través de:

Planteamiento de la historia y presentación de los personajes: Cuando se inicia la historia, se presenta a los personajes y se dan a conocer brevemente con algunos detalles importantes y necesarios para poder entenderlos. Estos detalles de su caracterización se irán reforzando con sus acciones a medida que la historia avance y se enfrenten a obstáculos y problemas. Es un primer vistazo de los personajes y es muy importante para evaluar su transformación, ya que conocer cómo son al inicio permite ver los cambios que presentan en el final de la historia.

Arco de transformación de los personajes: Cada personaje va a ir revelando su verdadera personalidad a medida que se desarrolle en la historia, pues va evolucionando junto con ella. Esto se verá influenciado por las situaciones que se les presentan y las interacciones con los demás personajes, además de la toma de decisiones y las motivaciones que los hacen actuar de cierta manera. Al finalizar la historia, los personajes no son los mismos, pues han sufrido cambios desde el inicio de la historia y poco a poco han mostrado su verdadera naturaleza.

Identificación de los arquetipos a los que responden los personajes: Una vez que los personajes han demostrado su verdadera personalidad a través de sus decisiones, acciones, motivaciones, sentimientos o emociones, se podrá identificar el arquetipo que representa cada uno, según las características de la clasificación de arquetipos hecha por Jung (1988) y por Núñez (2007) y Truby (2009).

4. EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

Para poder afirmar que los arquetipos son elementos relevantes para la construcción de la historia de "Intensamente" y comprobar la hipótesis de esta investigación, se aplica la metodología de análisis diegético, desarrollada en el apartado anterior, a los personajes principales de la película seleccionada. Es importante especificar que no se han considerado todos los personajes de la película, sino solo aquellos que han aportado al desarrollo de la trama principal y el objetivo final de la historia.

La calificación de los arquetipos de los personajes se ha realizado en dos partes, ya que se ha dividido a los personajes según su desarrollo dentro del mundo interno (emociones) y del mundo externo (humanos), para poder adecuar mejor sus características a la clasificación establecida por Jung (1988), perspectiva psicológica, y por Núñez (2007) y Truby (2009), perspectiva del guion.

En el caso de las emociones, que son los personajes que se desenvuelven en el mundo interno, se ha optado por utilizar la selección de los arquetipos de denominación psicológica establecida por Jung (1988), ya que son los que encajan mejor con el perfil, características y personalidad de este tipo de personajes que encarnan a las emociones en sí, por lo cual sus decisiones y acciones son más impulsivas, marcadas y sensibles.

Alegría es la emoción que desde el inicio tiene como objetivo hacer feliz a Riley. Sufre un arco de transformación muy profundo, producto de su lucha constante por conseguir los mejores recuerdos de Riley. Sus acciones y decisiones reflejan el arquetipo de sensible extrovertido debido a sus firmes convicciones, su sólida personalidad y su gusto por relacionarse. Ella nunca desistió, sino que mostró perseverancia para conseguir su objetivo. No se dejó influir por otras emociones, mantuvo el perfil de líder hasta el final y supo reconocer la importancia y limitaciones de cada emoción en la vida de Riley. Por ello, Alegría presenta un arco de transformación importante al integrar a Tristeza y dejar claro que no solo una emoción es importante, sino la

existencia y presencia de las cinco en la vida de todo humano, porque de lo contrario alcanzar la felicidad sería una meta imposible.

Tristeza es el personaje que al inicio de la historia es vista como una emoción marginada e inútil y hasta innecesaria, pues obstaculiza alcanzar el objetivo final de Alegría, que es mantener a Riley feliz; sin embargo, esa perspectiva da un giro cuando Tristeza se convierte en el pilar fundamental para el crecimiento de Riley. Inconsciente de su poder e importancia en la vida de la púber, fue quien finalmente hizo, en el mundo exterior (donde se desarrolla Riley), que la pequeña de 11 años se deshaga de sus miedos, regrese a casa y se sincere con sus padres, dando una muestra de arrepentimiento y honestidad. Obedece al arquetipo de sensible introvertido y en menor medida al arquetipo de reflexivo introvertido, debido a su carácter reservado, de difícil apertura al ambiente social, a su compleja personalidad y alto grado de pesimismo. Aunque al final de la historia tristeza sea vista de diferente manera, ella a lo largo de la película mantuvo la imagen de aquella emoción que entorpecía el camino hacia el objetivo de Alegría.

Temor es la emoción que mantiene a Riley a salvo de cualquier posible peligro, aunque a veces la frene de probar cosas nuevas y arriesgarse por miedo a hacerse daño. Responde al arquetipo intuitivo introvertido pues es bastante precavido, desconfiado y planificador, velando siempre por la seguridad de Riley.

Furia es la emoción que se preocupa porque las cosas sean justas, aunque a veces se deja llevar mucho por la cólera y la ira que siente cuando algo es injusto. Le enfurece la situación de la mudanza a San Francisco, ya que no le resulta justo que Riley tenga que dejar sus amigos, su escuela y su deporte favorito, el hockey. Responde al arquetipo reflexivo extrovertido, porque usualmente es enérgico, temperamental y amargado cuando ocurre algo injusto.

Desagrado es la emoción cuya función es evitar que Riley termine envenenada física y socialmente. Ella protege a Riley para que no pase por ninguna situación ridícula o vergonzosa, y tampoco acepta las cosas que considera desagradables, como el brócoli. Responde al arquetipo perceptivo extrovertido debido a que es superficial, presumida, liberal, interesada, pero siempre cuidando de la imagen de Riley. A continuación se presenta la figura 3 con el resumen de los arquetipos encontrados en las emociones.

Personaje	Qué impulsa a la acción	Sentimiento o emociones fundamentales	Arquetipo que responde
Alegría	El miedo a que <u>Riley</u> tenga una vida infeliz	Optimista, extrovertida, motivadora	Sensible extrovertido
Tristeza	<u>Riley</u> se encuentre consigo misma a través de la reflexión	Solitaria, depresiva, sensible	Sensible introvertido y Reflexivo introvertido
Temor	Miedo a que <u>Riley</u> sufra algún peligro	Preocupado, precavido, desconfiado	Intuitivo introvertido
Furia	El fiasco de vivir en San Francisco	Amargado, enérgico, temperamental	Reflexivo extrovertido
Desagrado	<u>Riley</u> no pase por ninguna situación ridícula	Grandeza, protectora	Perceptivo extrovertido

Tabla 3. Identificación de los arquetipos según el desarrollo de los personajes del mundo interno en la historia. Fuente: Elaboración propia.

En el caso de los humanos, personajes que se desenvuelven en el mundo exterior, se les ha asignado los arquetipos desde la perspectiva del guion, planteados por Núñez (2007) y Truby (2009), ya que se ajustan bien a sus características, su personalidad, sus emociones o sentimientos, la motivación de sus decisiones y acciones, que es en cierta forma más racional y humana, e influye bastante en su arco de transformación.

Riley es la protagonista de la historia, desde el inicio se muestra como una púber normal, sociable y con una vida sencilla y feliz. No poseía ningún problema familiar, ni obsesión por algo, ni mucho menos un trauma que altere su personalidad, por eso es calificada con el arquetipo de persona corriente. Asimismo, en ella destaca el arquetipo de bromista debido al gusto por vivir y disfrutar la vida al máximo, no existía momento o pesimismo que apaguen sus energías por hacer de cada día un día mejor, y este perfil es orientado por Alegría. Sin embargo, Tristeza también es importante en el mundo interno de Riley y para su arco de transformación que trae como consecuencia un crecimiento psicológico de sus emociones, lo cual en relación con el mundo real afirma claramente el grado de madurez y el inicio de una nueva etapa en el desarrollo de Riley.

El papá de Riley desde el inicio se muestra como alguien que busca darle lo mejor a su familia, es por eso que toma el empleo de San Francisco, aunque implique tener que mudarse junto a su esposa e hija a otra ciudad y dejar atrás a sus amigos y la vida a la que estaban acostumbrados. También es un poco despistado, a veces no le presta atención a su esposa ni a Riley, no se da cuenta de lo que pasa con ellas o lo que están sintiendo. Por ello, responde al arquetipo de padre o rey, porque al tener una personalidad ya definida, lidera en él la furia, ya que posee un carácter más temperamental, que muestra autoridad, usual en los hombres (Vico, 2015).

La mamá de Riley está siempre preocupada por la estabilidad de su familia, esto se nota desde el inicio de la historia, pues intenta mantener las cosas calmadas con lo de la mudanza. Es bastante empática con Riley, trata de entender lo que siente al mudarse a una nueva ciudad, y al mismo tiempo darle ánimos y hacerle saber que todo resultará bien. Ella responde al arquetipo de madre o reina, ya que todo el tiempo es reflexiva, sensible,

comprensiva, y se preocupa por su familia. En ella lidera la tristeza por el predominio de la preocupación, entendimiento y escucha activa (Vico, 2015).

En el caso de Bing Bong, el amigo imaginario de Riley, a pesar que se desenvuelve en el mundo interno, tiene una caracterización más humana y esto se ve reflejado en las decisiones y acciones que realiza en la historia, las cuáles son más complejas y consecuentes que las de las emociones, es por eso que también se ha considerado dentro de la clasificación de arquetipos enfocados al guion de Núñez (2007) y Truby (2009), junto con los demás personajes que se desenvuelven en el mundo exterior.

Bing Bong ha quedado en el olvido, ya que fue el amigo imaginario de la infancia de Riley, por eso cuando se encuentra con Alegría y Tristeza las ayuda a regresar a la estación central, para que lo ayuden a volver a ser amigo de Riley. Demuestra claramente la sincera amistad que sentía por Riley, ese amor incondicional lo lleva a dar su vida para salvarla, dejando de lado sus ilusiones (como la de llevarla a la luna) para darle una vida feliz, hace un acto de grandeza y sacrificio por ella. Es por eso que obedece al arquetipo de héroe, porque es fiel, entregado, incondicional y fue capaz de dar su vida por salvar la de Riley. A continuación se presenta la figura 4 con el resumen de los arquetipos que se corresponden con los personajes de Riley, Papá, Mamá y Bing Bong.

Personaje	Qué impulsa a la acción	Sentimiento o emociones fundamentales	Arquetipo que responde
Riley	Melancolía por regresar a Mimesota	Alegre, introvertida	Persona corriente y bromista
Papá	Darle lo mejor a su familia	Despistado	Padre o rey
Mamá	Su preocupación por la estabilidad familiar	Empática, reflexiva, sensible	Madre o reina
Bing Bong	Deseo de volver a ser el mejor amigo de Riley	Fiel, incondicional, sensible	Héroe

Tabla 4. Identificación de los arquetipos según el desarrollo de los personajes del mundo externo en la historia. Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

Al haber concluido el respectivo análisis del material de estudio escogido, se puede afirmar que “Intensamente” cumple con todo lo requerido para ser una obra poética, porque supo plasmar a través de los personajes una realidad humana, que por ser universal y de fácil identificación para el espectador se le considera arquetípica. Esta obra supo cruzar las fronteras de la cultura y de generaciones, ya que logró dirigirse a un público diverso. Esta última producción de Pixar supo no solo representar una situación de la vida real, sino también hacer

inteligible aquello que está detrás de ella, la complejidad de la personalidad del hombre.

En esta película se utilizan arquetipos para cada personaje analizado, lo cual es necesario para poder transmitir experiencias humanas universales y facilita que la audiencia reconozca lo que ve en los personajes de la historia, debido a que presentan comportamientos y acciones familiares ya conocidos para ellos. Incluso, en el caso de las emociones (Alegría, Tristeza, Furia, Temor, Desagrado), son ellas mismas las que encarnan y engloban todo lo que las personas sienten en las diversas situaciones que viven.

Además, que cada personaje responda a un arquetipo es importante porque refuerza la credibilidad y verosimilitud del universo diegético en el que se desarrollan, que a pesar de ser ficticio y fantástico, como una estación en la mente de las personas con emociones vivas que te controlan a través de una consola, o las islas de personalidad, o la tierra del olvido; el público lo toma por cierto y se sumerge fácilmente en este, e incluso puede desarrollar vínculos emocionales con los personajes.

La fortaleza de estos elementos (arquetipos) materializado en los personajes y en los acontecimientos, contribuye a la unidad y coherencia de la historia. Por ejemplo, Riley no es la misma si las cinco emociones no la manejan, o incluso si una de ellas no participa, y esto se demuestra explícitamente en la película cuando ella simplemente no reacciona o responde ante ciertas situaciones que ocurren en el mundo externo. Por eso la coherencia es muy importante, y en este caso está presente sobre todo en las emociones, pues todas ellas actúan de acuerdo a su personalidad. Alegría es siempre optimista, positiva y siempre trata de mantener a Riley feliz; sin embargo, Tristeza es pesimista, siempre esta afligida, apenada y entorpece el objetivo de Alegría; todo esto le da sentido, unidad y verosimilitud a la historia, pues la hace avanzar de manera natural, de tal forma que los espectadores creen todo lo que ven en la pantalla.

A pesar de que los personajes principales responden a un arquetipo y desde el inicio de la historia se muestra cómo son, y en efecto, durante la película toman decisiones y actúan de acuerdo a su personalidad, al final de la historia no van a ser los mismos, ya que en el camino van sufriendo cambios, producto de su crecimiento personal; pero esto no quiere decir que cambien fundamentalmente o que ya no respondan a su arquetipo. Al contrario, refuerzan su credibilidad y verosimilitud con el arco de transformación que presentan, pues cambian ciertos aspectos, pero siempre manteniéndose fieles a quienes son. Cambian como cualquier persona lo haría, porque siempre se van a preñando cosas nuevas o se descubre que algo que creíamos cierto, no lo es, o se van aceptando cosas y personas nuevas en nuestra vida.

Esto se puede ver claramente en Alegría, por ejemplo, quien desde el inicio tiene como único objetivo hacer feliz a Riley, y para eso mantenía a Tristeza fuera, alejada, pues consideraba que obstaculizaba su objetivo. Pero, luego en el camino se da cuenta que estaba equivocada, la conoce mejor y acepta que siempre es bueno y necesario un poco de tristeza, arrepentimiento, reflexión y sensibilidad ante algunas situaciones, y aun así seguir siendo feliz.

Asimismo, también se cumple la *mímesis praxeos* o representación de la vida humana de Aristóteles en la historia, ya que en la película el espectador podrá encontrar las emociones reales de una persona y cómo son manejadas en las diversas situaciones que se nos presentan diariamente. Al basarse en la realidad para crear ese mundo diegético, se está imitando al hombre, sus acciones, reacciones, decisiones, e incluso emociones y sentimientos, que en este caso son representadas por personajes propios, lo cual hace más fácil su reconocimiento e identificación dentro de la historia.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

6.1. Libros

Aristóteles. (1974): *Poética*. (V. García-Yebra, Trad.). Madrid: Gredos.

Brenes, C. S. (2001): *¿De que tratan realmente las películas? Claves prácticas para analizar y escribir guiones de cine y televisión*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, S.A.

– (2008): *Recepción poética del cine. Una aproximación al mundo de Frank Capra*. Pontificia Universitas Sanctae Crucis, Roma, Italia.

Chion, M. (2009): *Cómo se escribe un guion*. Madrid: Catedra.

Field, S. (1995): *El manual del guionista. Ejercicios e instrucciones para escribir un buen guion paso a paso*. Madrid: Plot Ediciones.

García-Noblejas, J.J. (2000): *Comunicación borrosa. Sentido práctico del periodismo y de la ficción cinematográfica*. Pamplona: Eunsa.

Jung, C. G. (1988): *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona: PAIDOS IBERICA.

Martínez, M. (2011): *Laberintos narrativos. Estudio sobre el espacio cinematográfico*. Barcelona: Editorial Gedisa.

McKee, R. (2008): *El guion. Sustancia, estructura, estilo y principio de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba Editorial, S.L.U.

Melgar, L.-T. (2007): *El guion de cine. De la premisa a la copia para el director*. Guipúzcoa: Escuela de cine y vídeo.

Núñez, A. (2007): *¡Será mejor que lo cuentes!: los relatos como herramientas de comunicación (storytelling)*. España: EMPRESA ACTIVA.

Sánchez-Escalonilla, A. (2001): *La creación del personaje. En Estrategias de guion cinematográfico*. Barcelona: Editorial Ariel.

– (2009): *Fantasías de aventuras. Claves creativas en novela y cine*. Barcelona: Editorial Ariel.

– (2014): *Estrategias de guion cinematográfico. El proceso de creación de una historia*. Barcelona: Editorial Ariel.

Seger, L. (2011): *Cómo convertir un buen guion en un guion excelente*. Madrid: Ediciones Rialp.

Spaemann, R. (1991): *Felicidad y Benevolencia*. Madrid: Ediciones Rialp.

Steele, A. (2014): *Escribir cine. Guía práctica para guionistas de la famosa escuela de escritores de Nueva York*. Barcelona: Alba Editorial S.L.U.

Truby, J. (2009): *Anatomía del guion. El arte de narrar en 22 pasos*. Barcelona: Alba Editorial.

Walter, R. (1988): *Screenwriting: the art, craft and business of film and television writing*. New York: A Plume book.

6.2. Artículos en revistas

Brenes, C. S.: “Good and Bad Characters: A Poetic Difference”. *Revista de Comunicación*, vol.12 (2013), pp. 7-23.

Brenes, C.S.: “The dark knight de Christopher Nolan: Lectura analógica y simbólica de un blockbuster”, *Scrivitori del Novecento e Misterio Cristiano*, (2013), pp. 163-172.

Camán, K. y Atarama, T.: “Aportes del Derecho de la Comunicación a la ficción audiovisual: análisis del constitutivo esencial del mensaje cinematográfico a partir de la valoración del universo diegético de Toy Story”. *Derecom*, vol.19 (Septiembre 2015), pp. 183-203.

García-Noblejas, J. J.: "Pensar hoy un sentido trascendente para la catarsis aristotélica". *Lavoro e vita quotidiana*. Vol. IV, n°1 (2003), pp. 265-292.

García-Noblejas, J. J.: "Identidad personal y mundo cinematográficos distópicos". *Comunicación y sociedad*. Vol. 17, n°2 (2004), pp. 73-87.

Igartua, J. J.: "Identificación con los personajes y persuasión incidental a través de la ficción cinematográfica". *Escritos de Psicología*, vol.2, n°1 (Diciembre 2008), pp. 42-53.

Navarrete-Galiano, R.: "Marlon Brando. La conceptualización de los personajes de Tennessee Williams". *Escritura e imagen*, vol.8 (2012), pp. 9-21.

Porto, L.: "Estudio de las emociones en los personajes animados de *Inside Out*". *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol.7, n°1 (Enero 2016), pp. 31-45.

Rivera, J.: "Personajes con sello colombiano". *Anagramas*, vol.6, n°11(2007), pp. 93-115.

6.3. Tesis no publicada

Estévez, A. (2016): *El héroe en el cine de animación contemporáneo de principios del siglo XXI*. Tesis doctoral inédita. Universidad Complutense de Madrid, España.

6.4. Webs

Vico, A. (2015). Entrena tus emociones y conquista tu vida. (<http://befullness.com/analisis-de-inside-out-del-reves-visto-por-una-psicologa/>) [Consulta 7 de abril 2016].

[1] Se emplea la palabra artistas teniendo en cuenta que Mckee dice que "una historia bien hecha es aquella que sigue los principios que conforman el arte (...) y solo lo cumplen los artistas: los maestros de la forma" (2008: 17).

[2] Considerada por Martínez (2011) como la columna vertebral de la ficcionalidad artística.

[3] Cabe mencionar que Aristóteles en la *Poética* (1450a: 5-10) menciona que toda historia está compuesta por seis partes o elementos, que son "la fábula (trama), los caracteres (personajes), la elocución, el pensamiento, el espectáculo y la melopeya".

[4] Tragedia es la palabra utilizada en la *Poética* para referirse a una obra dramática.

[5] Tener en cuenta que el número de arquetipos varía según los reconocidos universalmente, por ello se ha visto conveniente tomar los más adecuados para esta investigación.

BREVE SEMBLANZA DE LAS AUTORAS

Tomás Atarama-Rojas es docente e investigador en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura (Perú). Es Máster en Creación de Guiones Audiovisuales por la Universidad Internacional de La Rioja (España) y Licenciado en Comunicación por la Universidad de Piura. Actualmente cursa el Doctorado en Comunicación de

la Universidad de los Andes (Chile).

Claudia Agapito-Mesta es Licenciada en Comunicación con mención en Comunicaciones de Marketing por la Universidad de Piura (Perú). Realizó estudios de especialización sobre publicidad en la Universidad de Montevideo (Uruguay). Actualmente cursa el Máster en Gestión Publicitaria de la Universidad Complutense de Madrid (España).

Lucía Castañeda-Purizaga es Licenciada en Comunicación por la Universidad de Piura (Perú). Actualmente trabaja en el área de Investigación de la Facultad de Comunicación de Universidad de Piura (Perú).

Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, n.36, edición de primavera, 2017.

Recibido: 17/02/2017

Aprobado: 15/03/2017