



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Percepción del feminismo en la película “Cinderella” en las
jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Febres Puclla, Stefanny Margarita (orcid.org/0000-0002-3174-6257)

ASESOR:

Dr. Matías Cristóbal, Obed Isaías (orcid.org/0000-0001-6378-0719)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico esta tesis a todas las mujeres que han sido víctimas de opresión y que poco a poco la sociedad está reconociendo nuestros derechos. A mis padres que cada día me motivaron a seguir esforzándome y llegar hasta donde estoy. Finalmente, dedicar esta tesis a mis amigas que siempre estuvieron apoyándome y acompañándome en todas mis metas.

Agradecimiento

A mis docentes por los conocimientos brindados y en especial a mi asesor, Dr. Obed Cristóbal, por toda su ayuda, paciencia y motivación. A la universidad César Vallejo por su apoyo permitiendo que esta investigación pueda ser finalizada con éxito.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	9
3.1 Tipo y diseño de investigación	9
3.2. Variable y operacionalización.....	10
3.3 Población	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	11
3.5. Procedimientos	12
3.6. Método de análisis de datos	13
3.7. Aspectos éticos	13
IV. RESULTADOS	14
V. DISCUSIÓN.....	18
VI. CONCLUSIONES	24
VII. RECOMENDACIONES	25
REFERENCIAS	26
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Resultado de feminismo en película.....	14
Tabla 2. Resultado de mensaje.....	15
Tabla 3. Resultado de producción visual.....	16
Tabla 4. Resultado de relación.....	17

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la percepción del feminismo en la película "Cinderella" en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy. El enfoque de investigación fue cuantitativo, optando por el tipo de investigación básica con un diseño no experimental – transversal y de nivel descriptivo simple. Asimismo, se tomó como población al grupo de Facebook Feministas Hoy contando con 151 miembros. Se usó la técnica de recolección de datos, cuestionario, contando con 14 ítems, validado mediante juicio de expertos y con una confiabilidad de 0,819 de alfa de Cronbach con el cual se midió las tres dimensiones y se conoció el nivel del feminismo en la película. Los resultados de esta investigación indicaron que existe un nivel medio en la percepción del feminismo en la película "Cinderella" en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy llegando a transmitir el concepto del feminismo actual. Este trabajo de investigación llegó a la conclusión que, de acuerdo a las jóvenes encuestadas, esta ideología mostrada en las películas hace sentir identificadas a la mayoría de mujeres queriendo imitar su comportamiento de mujer empoderada.

Palabras clave: Feminismo, Cine feminista, Feminismo en película, Mujer en película.

Abstract

The objective of this research was to determine the perception of feminism in the movie "Cinderella" among young women in the Feministas Hoy Facebook group. The research approach was quantitative, opting for the type of basic research with a non-experimental - transversal design and simple descriptive level. Likewise, the Feministas Hoy Facebook group was taken as the population, with 151 members. The data collection technique used was the questionnaire, with 14 items, validated by expert judgment and with a reliability of 0.819 Cronbach's alpha with which the three dimensions were measured and the level of feminism in the film was known. The results of this research indicated that there is a medium level in the perception of feminism in the movie "Cinderella" in the young women of the Feministas Hoy Facebook group getting to convey the concept of current feminism. This research work concluded that, according to the young women surveyed, this ideology shown in the movies makes most women feel identified and want to imitate their behavior as empowered women.

Keywords: Feminism, Feminist cinema, Feminism in film, Woman in the film.

I. INTRODUCCIÓN

Desde hace 50 años, aproximadamente, el feminismo se hizo presente en películas, siendo dirigidas por mujeres mismas o tratando temas relacionados al rol de la mujer, pero desde una perspectiva totalmente diferente. Para esto, Valderrama-Burgos indica que algunos países ya cuentan con pocos trabajos académicos en la representación de la mujer en películas y en la creatividad y perspectiva política de mujeres cineastas (p. 109, 2021). Con este concepto, Amazon Prime Video sacó su reciente remasterización de la película “La Cenicienta”, un clásico animado en el cual se mostraba a una joven que veía como su salvación a un príncipe. Es cierto que el mensaje de esa película es sobre la belleza de ser gentil y bondadosa, aunque en la actualidad, el pensamiento de una mujer es más que solo esperar a un “príncipe”, sino valerse por sí misma. Entonces, la problemática encontrada es si las mujeres de la actualidad aceptan este nuevo contenido, fomentando el feminismo, o si prefieren que estos temas no sean mezclados con películas clásicas.

Según un estudio del Global Gender Gap Report 2020, la puntuación basada en la media ponderada por la población se posiciona en el 68.6%, lo que quiere decir que la brecha es cada vez más estrecha estando solo ahora en un 31.4% (p.8). Así mismo, en el mismo estudio se incluyen cuatro países nórdicos como Islandia, Noruega, Finlandia y Suecia; un país latinoamericano, Nicaragua; un país de Asia Oriental y el Pacífico, Nueva Zelanda; tres países de Europa Occidental, Irlanda, España y Alemania; y, por último, un país del África Subsahariana, Ruanda (p.8). Por otro lado, estos países tienen también algo en común como películas dirigidas por mujeres o hablando sobre el feminismo. Entre esas películas tenemos “Retrato de una mujer en llamas” (2019), “Little Woman” (2019), “The Miseducation of Cameron Post” (2018), y entre muchas más.

A nivel nacional, se ve cómo Perú aún tiene una perspectiva errónea de la mujer, por lo que el feminismo se ve impulsado con más fuerza. Lo que fundamenta Bueno-Hansen (2019) es que muchos peruanos entienden al movimiento feminista como racismo y clasismo estructural de la sociedad peruana. Por esa razón, esta investigación quiere dar a conocer el pensamiento que tienen las jóvenes con el

mensaje de la nueva remasterización de la película “Cinderella” de Amazon Prime Video.

La justificación que tiene esta investigación es medir la percepción del feminismo en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook “Feministas Hoy”, ya que este tema se ha visto involucrado en una nueva remasterización de una película clásica conocida por todos. En el ámbito teórico, esta investigación está basada en la teoría de Mulvey (1975), donde demuestra la manera en que el inconsciente de la sociedad patriarcal ha estructurado la forma del cine, al tiempo que se interroga por la posibilidad de concebir un nuevo lenguaje del deseo. En el ámbito metodológico, se pretende usar diversas técnicas como encuestas, formularios, artículos de investigación, entre otros. Y en el ámbito socio-económico, se verán involucradas en esta investigación, las jóvenes de un grupo de Facebook llamado Feministas Hoy.

El problema surge cuando no todas las personas tienen los conocimientos para analizar una película estéticamente, sino sólo captan el mensaje de esta por lo que este trabajo de investigación tiene como finalidad dar a conocer si las jóvenes de ahora, inculcadas con valores en donde la mujer debe seguir sus sueños y no dejarse humillar o doblegar por otros, se identifican o mostraron un gran interés con el mensaje que nos dio “Cinderella”. Por ende, se plantea lo siguiente:

Problema general:

¿Cuál es la percepción del feminismo en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy?

Problemas específicos:

¿Cuál es la percepción del feminismo en el mensaje en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy?

¿Cuál es la percepción del feminismo en la producción visual en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy?

¿Cuál es la percepción del feminismo en la relación en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy?

Objetivo general:

Determinar la percepción del feminismo en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.

Objetivos específicos:

Determinar la percepción del feminismo en el mensaje en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.

Determinar la percepción del feminismo en la producción visual en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.

Determinar la percepción del feminismo en la relación en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.

II. MARCO TEÓRICO

Después de conocer la problemática que genera el feminismo y el feminismo en películas tanto nacional como internacional, es importante destacar que el feminismo en películas o cines aún genera gran controversia, como lo sustenta Mulvey (1975) en su teoría que la sociedad aún vive con ideologías del patriarcado e inconscientemente lo demuestran en las películas. De esta forma, se procedió a buscar antecedentes tanto internacionales como nacionales para que sean de respaldo del tema de esta investigación.

Al-Yasin, N., y Rabab'ah, G. (2021) investigaron sobre los personajes femeninos en Disney en los 1990's. Su artículo tuvo como objetivo analizar las características lingüísticas de estos personajes especialmente de tres películas animadas de dicha época: Mulán, La Bella y la Bestia, y Pocahontas. Optaron por utilizar el lenguaje de las mujeres de Lakoff y el enfoque tridimensional del ACD de Fairclough. Al-Yasin y Rabab'ah concluyeron que Disney usaba un lenguaje sexista estereotipado tomando en cuenta la gramática hipercorrecta, las formas súper educadas y los setos.

Araüna, N., & Quílez, L. (2021) analizaron en su artículo sobre la presencia del feminismo en documentales teniendo como objetivo base reflexionar sobre la capacidad de del cine documental de remarcar radicalmente la cuestión de identidad de género de La casa de mi padre y Mater Amatísima. Teniendo como conclusión que estos trabajos intervienen de buena manera en la sociedad mostrando un debate en la relación entre los valores y prácticas dominantes proponiendo diversas identificaciones de feminidad.

Chacón, V. y Terrón, T. (2021) en su artículo tuvieron como objetivo analizar la nueva línea de pensamiento feminista, ya que se presenta con orgullo y resistencia. Asimismo, usaron como diseño la revisión bibliográfica. Dando como conclusión que el feminismo andaluz entra como una extensión del feminismo en general y se debe tomar en cuenta.

Etura, D. y Cerqueira, C. (2021) en su artículo tuvo como objetivo evaluar cómo se logró poner a las femismas (Carmen Sarmiento y Maria antónia Palla) en la agenda setting. Su método de análisis fueron las entrevistas y producciones periodísticas. Etura y Cerqueira (2021) llegaron a la conclusión de considerar

relevante recurrir a este concepto de minorías activas hablando de su fuerte operación como fuentes de innovación para un cambio en el ámbito periodístico. De esta forma, Etura y Cerqueira (2021) recomendaron que no se debe olvidar todo el largo camino que recorrieron las mujeres hacia la igualdad y que, también, se seguirá afrontando diversos retos.

Frutos, L. (2021) en su artículo tuvo como objetivo analizar la relación entre feminismo y educación en las sociedades actuales teniendo como dimensiones: clase, género, edad y etnia. Asimismo, usó como diseño la revisión bibliográfica usando como técnica de obtención de datos, la encuesta. Obtuvo como resultado que los varones tienen mayor probabilidad de conseguir trabajo que una mujer de la misma carrera y que las mujeres egresadas son vistas como funcionarias; en cambio, a los varones se les ve como empresarios. Frutos (2021) llegó a la conclusión que su investigación otorgará la posibilidad de transformar las universidades actuando en gran medida sobre la desigualdad de género.

Monleón, V. (2021) en su artículo tuvo como objetivo analizar y comparar las producciones de Disney y Dina Goldstein. Para esto, utilizó el método cualitativo. Dando como conclusión que, al mostrar el heteropatriarcado en películas de Disney, genera en la audiencia una mentalidad machista haciendo ver a la mujer como una persona que realiza tareas domésticas y, también, siendo privada de la vida.

Ramos (2021) en su artículo tuvo como objetivo analizar las cualidades del cine documental de la directora Trinh T. Minh-Ha en el lenguaje fílmico y analizar el protagonismo de la mujer. Asimismo, usó el diseño cualitativo para su trabajo. Mostrando como conclusión que la intención de T. Minh-Ha en su *Reassemblage* permite diversas interpretaciones y te hace replantear tu posición como espectador.

Assouly (2020) propone examinar cómo películas dirigidas por mujeres ofrecen restablecer la igualdad de género mostrando a la actriz principal como ruda, inteligente y dura en un entorno tradicionalmente masculino. La metodología usada es dando un enfoque diacrónico basado en hechos sociológicos e históricos. Teniendo como conclusión que en la mayoría de películas muestran a los personajes femeninos estereotipados y maginados enseñando la fatal base de la construcción social.

Filipczak, D. (2020) propone como objetivo en su artículo manifestar cómo un videoclip genera una nueva versión de la Cenicienta de Kenneth Branagh tratando de compararse a la famosa y original película de Disney. Dando como conclusión que el espectador puede apreciar el mensaje artístico de los videos musicales sobrepasando los estereotipos disfrazados por un glamour seductor.

Gamba, A. (2020) quiso presentar como objetivo en su artículo un análisis de dos películas totalmente atípicas sobre los métodos de crear narrativas visuales eróticas reconociendo las principales características del placer de la feminidad. Gamba presentó un diseño cualitativo. Obteniendo como conclusión que las dos películas, muy aparte de la similitud con la estética, la exploración de uno mismo con sus experiencias mostrando la erótica visual.

Sacarrin, C. y Peña, E. (2020) en su estudio, tuvieron como objetivo explorar las diversas impresiones del feminismo en mujeres y hombres en la ciudad de Cuenca, Ecuador. Para eso usaron el método de Focus Group conformando cinco grupos con 25 participantes (hombres y mujeres) entre los 18 y 60 años. Utilizaron técnicas de codificación inductiva. Y concluyeron que, el feminismo se llega a percibir tanto colectiva como individualmente pero aun mostraron connotaciones y estereotipos negativos derivados de un contexto sociocultural.

Tornay, L. (2019) en su investigación tuvo como objetivo analizar la problemática en la construcción de género mediante producciones cinematográficas siendo dirigidas por realizadoras feministas en los primeros años de los períodos posdictatoriales en España y en Argentina. Su diseño fue no experimental de tipo comparativo. Concluyó que esta producción cinematográfica se basa en resaltar los problemas de las mujeres denunciando el poder que se construye por las representaciones hegemónicas.

Rubio, R. (2019) en su investigación tuvo como objetivo explicar la edificación de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños. Su investigación fue de tipo aplicado, de enfoque cualitativo, con diseño interpretativo, y nivel hermenéutico. Su población fueron los diarios "El Trome" y "La Karibeña". El instrumento utilizado fue la guía de observación de contenidos y el análisis dimensional. Finalmente concluyó que la mujer está relacionada a lo sexual y al morbo, conceptualizada por el machismo en la sociedad.

Velásquez, C. (2019) en su tesis tuvo como objetivo analizar el marketing de contenido de la Fanpage de Facebook “Ni una menos Perú: Tocan a una, tocan a todas”, en el año 2019.”. Las teorías que se emplearon fueron “La comunicación digital interactiva” y “La Sociedad de Red”. Su diseño fue el estudio de caso y su el tipo básico. Su instrumento fue la ficha de observación. Como conclusión se obtuvo que el marketing de contenidos sí se presenta en el fanpage durante el periodo analizado.

Rodríguez, Y. (2018) en su estudio tuvo como objetivo analizar seis películas de Disney para estudiar la diferencia en los papeles protagónicos del hombre y la mujer también observando algunos estereotipos. Se analizaron los diálogos, conductas, composición física y personal de los personajes principales. Optó por el diseño cualitativo con dos tipos de investigaciones: analítica y comparativa. De esta forma, Rodríguez (2018) tuvo como conclusión que los personajes femeninos de estas películas, mostraban dependencia hacia un hombre prevaleciendo los estereotipos de género haciendo al hombre como héroe.

Ituarte, L. (2018) tuvo como artículo donde tuvo como objetivo perseguir las particularidades y complejidades de un género cinematográfico “femenino”. Optó por el diseño cualitativo haciendo uso de la revisión hermenéutica. Asimismo, Ituarte (2018) concluyó que la teoría del cine feminista logró demostrar que la profunda relación entre el cine de mujeres y el feminismo lucha con la misma polémica.

Quilla, D. (2018) en su trabajo de investigación se planteó como objetivo analizar el contenido del Femvertising en dos spots publicitarios de las marcas Maestro Perú y Promart Home Center. Utilizó el método cualitativo aplicado mediante una ficha de observación. Su población fueron 2 spots publicitarios presentados por el Día Internacional de la Mujer en el año 2017 por las marcas Maestro Perú y Promart Home Center. Concluyó que este fenómeno publicitario, es sumamente importante porque revaloriza a la mujer en una sociedad contemporánea a través de producciones audiovisuales.

Griffin, M., Harding, N., y Learmonth, M. (2017) analizaron en su artículo las animaciones de Disney teniendo como objetivo la influencia de estas animaciones en los niños dando expectativas sobre la vida laboral. Tuvieron como conclusión

que en las recientes animaciones de Disney muestran a la mujer de manera más óptima donde las niñas desean trabajar y otras no desean trabajar, siendo tanto débiles como fuertes haciendo que las niñas espectadoras reflexionen y tengan diferentes perspectivas de la vida y su identidad de género al momento de ser empleadas en alguna organización.

De igual forma, se definieron los conceptos de la teoría empleada en esta investigación junto con la variable y sus dimensiones. Mulvey, L. (1975). En su teoría demuestra la manera en que el inconsciente de la sociedad patriarcal ha estructurado la forma del cine, al tiempo que se interroga por la posibilidad de concebir un nuevo lenguaje del deseo. Mulvey resalta que, para nosotros, la cámara llega a transformarse en nuestros ojos, y mediante eso, se obliga a seguir la ideología del sujeto a cargo de la película no dando chance a evaluar diversos aspectos en la misma película. Mulvey también dice que las estructuras de la narración en las películas son narcisistas mostrando a la mujer como solo un mero espectáculo, de una manera erótica, esto se refiere a que la pone en el centro de la mirada, ya sea al espectador o a los participantes de las películas.

El feminismo en las películas busca analizar la representación de la mujer en el cine, utilizando sobre todo marcos teóricos del estructuralismo y particularmente la teoría semiótica y el psicoanálisis (Soto, 2013). Asimismo, lo importante en este estudio radica en el mensaje que da la película, también la producción visual con sentido de equidad e igualdad y, por último, que la productora les destine una relación entre de amor romántico, amor propio y felicidad. (Monleón, 2021)

Con respecto al mensaje visual, para que tenga una eficaz comunicación hacia la audiencia, se debe integrar como elemento articulador primordial y como un signo con amplias posibilidades de connotación (Castañeda y Villa, 2018). Sin embargo, en esta etapa no solo se da la corrección de color, sino que, este mismo, debe transmitir emociones con un aspecto totalmente asombroso (Isidre, 2017). Por último, Murphy (2020) dice que la relación es un tema importante para todos, ya sea familiar, amical, romántico y social; todas son aplicables a un espectro más amplio de nuestras vidas.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación:

La investigación básica es caracterizada por enmarcarse solamente en el marco teórico y mantenerse en el mismo; a su vez, sin relacionarse con el aspecto práctico. En pocas palabras, esta investigación es sólo para profundizar los conceptos. (Escudero y Cortéz, 2018). Es por eso que esta investigación será básica, ya que solo se ampliará el conocimiento del feminismo en películas sin manipular la variable.

3.1.2 Diseño de investigación:

Esta investigación tomará el diseño no experimental transversal porque se diferencia por recolectar datos de un momento determinado teniendo como uno de sus propósitos determinar la relación entre un conjunto de variables en un momento dado. (Mata, 2019).

En cuanto a su nivel, se tomará en cuenta el nivel descriptivo ya que, según Guevara, et al. (2020) debe ser verídico, preciso y sistemático, no haciendo referencias con respecto al fenómeno estudiado, y sus características fundamentales son observables y verificables. Entonces, esta investigación describe datos y características que la población elegida dará con respecto al tema de estudio.

Esta investigación optará por el enfoque cuantitativo porque se utilizarán datos procesados estadísticamente para medir el análisis. Con respecto a eso, Alan y Cortez (2018) señalan que el enfoque cuantitativo se basa en recopilar y analizar los datos obtenidos de diversas fuentes, y se usarán las herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener los resultados.

3.2. Variable y operacionalización

Esta investigación tiene como variable única al feminismo en película teniendo a Soto (2013) con la definición conceptual de la variable y a Monleón (2021) con la definición operacional. Los indicadores de la variable son mensaje visual, producción visual y relación contando con las definiciones de Castañeda y Villa (2018), Isidre (2017) y Murphy (2020) respectivamente. La escala de medición que se usará, será la ordinal siguiendo la escala de Likert. En los siguientes párrafos se explicará mejor la variable, sus indicadores y la escala de medición.

• Definición conceptual:

Soto (2013), dice que el feminismo en las películas busca analizar la representación de la mujer en el cine, utilizando sobre todo marcos teóricos del estructuralismo y particularmente la teoría semiótica y el psicoanálisis. *Anexo 1*

• Definición operacional:

Monleón (2021) afirma que lo importante en este estudio (feminismo en película) radica en el mensaje que da la película, también la producción visual con sentido de equidad e igualdad y, por último, que la productora les destine una relación entre amor romántico, amor propio y felicidad. *Anexo 1*

• Indicadores:

Para que el mensaje visual tenga una eficaz comunicación hacia la audiencia, se debe integrar como elemento articulador primordial y como un signo con amplias posibilidades de connotación. (Castañeda y Villa, 2018)

Isidre (2017) comenta que en esta etapa de producción visual no solo se da la corrección de color, sino que, este mismo, debe transmitir emociones con un aspecto totalmente asombroso.

Murphy (2020) dice que la relación es un tema importante para todos, ya sea familiar, amical, romántico y social; todas son aplicables a un espectro más amplio de nuestras vidas.

• Escala de medición:

Con respecto a la escala de medición se usará la ordinal, ya que sus categorías son ordenadas por rango o si están organizadas por números, éstas toman significancia al indicar la posición de las categorías. (Ochoa, et al., 2018). Asimismo, se usará la escala de Likert con una valoración del 1 al 5:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Indiferente o neutro

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

3.3 Población

3.3.1 Población:

La población que tomó este proyecto de investigación es las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy, contando con un total de 151 miembros. Se eligió esta población basada en lo que Condori (2020) dijo, que la población son elementos accesibles pertenecientes a un ámbito especial donde se desarrollará el estudio.

- **Criterios de inclusión:** Jóvenes dentro del grupo de Facebook, mujeres jóvenes con conocimientos del feminismo y de la película “Cinderella”.

- **Criterios de exclusión:** Jóvenes que no estén dentro del grupo de Facebook, jóvenes que no sean mujeres y que no cuentan con conocimientos del feminismo y de la película “Cinderella”.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El presente trabajo usará la técnica de recolección de datos usando Google Forms para realizar la encuesta vía online sabiendo que la encuesta es un método de recolección de datos que nos ayudará a recopilar información sobre nuestro grupo de estudio (Showkat y Parveen, 2017).

El instrumento que se usará en este estudio será el cuestionario, con el fin de recolectar los datos necesarios de las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy con respecto al tema central de esta investigación. Agregando a

eso, el cuestionario se define como el mecanismo de investigación que contiene una cadena de preguntas con el fin de reunir información y datos de las personas (Sabo, 2019).

Conociendo la técnica y el instrumento que se usará, también se contará con la validez de contenido dentro del diseño cuantitativo, ya que el cuestionario ahondó la problemática de este estudio. A su vez, será validado por tres expertos dentro de la especialidad y evaluarán cada ítem del cuestionario (Urrutia et al. 2014).

En esta etapa se medirá la variable en el instrumento para ver su nivel de congruencia, también se evaluará la fiabilidad para ser usada en este trabajo de investigación (López, 2019). De esta forma, se usará el análisis del Alfa de Cronbach, las cuales se verán en los Anexos de esta investigación.

3.5. Procedimientos

Al iniciar la investigación, primero se realizó, a la par con este trabajo, un artículo de revisión literaria discutiendo con diversos autores del mismo tema. Tuvo como desarrollo la introducción y la contextualización de la realidad problemática. Tuvo también el marco teórico ayudando a conceptualizar la variable y sus dimensiones para que sirva en este estudio.

Tras eso, se dispuso a buscar a la población las cuales serán encuestadas. Se eligió el grupo de Facebook Feministas Hoy con 151 miembros, ya que cuentan con más conocimientos respecto al tema. Asimismo, se procedió a determinar los criterios de exclusión e inclusión llegando a obtener la misma cantidad que vendría a ser la población, no se dio uso de la alguna técnica de muestreo porque la población es muy pequeña para seguir excluyendo.

Antes de enviar el cuestionario al grupo de Facebook, se procederá a llevar dicho cuestionario a tres expertos de la misma especialidad que realizarán el proceso de validación. Además, se enviarán los siguientes documentos: matriz de operacionalización de variable, el instrumento y la ficha de evaluación proporcionada por la casa de estudios los cuales se encontrarán en *Anexo 3*.

3.6. Método de análisis de datos

Los datos que se obtendrán del cuestionario, se pasarán al SPSS Statistics 25, un programa estadístico e informático. Primero se pasará a una hoja de Excel los resultados arrojados por la encuesta mediante Google Forms, luego se trasladará al programa SPSS donde se realizará una estadística descriptiva expresadas en tablas de porcentajes y frecuencias. Gracias a estas tablas se llegarán a las conclusiones finales del presente trabajo de investigación.

3.7. Aspectos éticos

La presente investigación va de la mano con el uso adecuado de la moral en procesos investigativos donde se recalca la importancia de la ética en la investigación (Salazar, 2018). Por lo cual se emplearon los principios éticos de la Universidad César Vallejo, respetando también la jurisdicción de la norma APA 7a. edición.

Es necesario presentar un comportamiento ético donde se acate la autonomía, siendo necesario informar a los participantes los objetivos que se buscan demostrar con el desarrollo del proyecto sin intenciones de beneficiar al investigador. También se antepone la transparencia y veracidad en todo momento, tanto en las tablas de encuesta como en la información recolectada respetando la confiabilidad de los colaboradores de la encuesta.

IV. RESULTADOS

En esta investigación se obtuvieron los resultados según la encuesta realizada por Google Forms y basadas en la variable feminismo en películas y sus dimensiones: mensaje, producción visual y relación, validada por 3 expertos en la rama audiovisuales de la carrera Ciencias de la Comunicación, con la finalidad de medir la percepción del feminismo en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.

Tabla 1. *Percepción del feminismo en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	9	6,0 %
Medio	94	62,3 %
Alto	48	31,8 %
Total	151	100,0 %

Interpretación: La encuesta dio como resultado que la mayoría de las jóvenes encuestadas perciben el feminismo en la película “Cinderella” de una manera media, lo que significa que la película ha transmitido el concepto del feminismo actual implementándolo en una película clásica conocida por todos; sin embargo, no llegó tal como fue planeado ya que el feminismo es un concepto tan grande y es visto de diferentes maneras. Por otro lado, se observa que pocas jóvenes encuestadas perciben al feminismo en la película “Cinderella” de una manera baja (mala), por lo que podemos decir, no sintieron atracción hacia la implementación de esta ideología en dicha remasterización, e incluso no están a favor de este tipo de cambios en las películas; también se observa que una buena cantidad de jóvenes perciben el feminismo en la película “Cinderella” de manera alta (buena) puesto que lo ven acompañado de un buen mensaje, una agradable producción visual y una sana y buena relación entre los protagonistas y guardando relevancia entre cada personaje.

Tabla 2. *Percepción del feminismo en el mensaje en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	2,0 %
Medio	44	20,5 %
Alto	101	77,5 %
Total	151	100,0 %

Interpretación: Se observa que las jóvenes del grupo de Facebook “Feministas Hoy” perciben el mensaje del feminismo en la película “Cinderella” de una manera alta (buena) demostrando que el mensaje visual en la película representa a la sociedad actual y al feminismo; a su vez, están totalmente de acuerdo con implementación de este tipo de contenidos actuales en películas clásicas. También se observa que su mensaje llegó de manera clara y concisa a los espectadores. No obstante, algunas encuestadas percibieron el mensaje de manera media (neutral); es decir, no están a favor ni en contra de este tipo de contenidos en películas clásicas y solo lo consumirán por simple curiosidad. Por último, pocas jóvenes perciben su mensaje de manera baja (mala) mostrando su rechazo a este tipo de contenidos e implementación en películas clásicas.

Tabla 3. *Percepción del feminismo en la producción visual en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	3	2,0 %
Medio	31	20,5 %
Alto	117	77,5 %
Total	151	100,0 %

Interpretación: La mayoría de las jóvenes feministas perciben a la producción visual del feminismo en la película “Cinderella” de manera alta (buena), lo que quiere decir, encuentran que la película muestra el problema que tiene la sociedad con respecto a la falta de equidad e igualdad de género, pero también perciben que la película muestra cómo mejorar esa falta. Asimismo, se observa que algunas jóvenes perciben la producción visual de manera media (neutral) por lo que se infiere que la mejorar de la falta de equidad e igualdad de género en la película no tuvo un gran impacto en ellas. Sin embargo, se observa que un débil porcentaje de las encuestadas muestran su rechazo al no estar de acuerdo en que la película muestre una mejora sobre estas faltas en la sociedad.

Tabla 4. *Percepción del feminismo en la relación en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.*

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	11	7,3 %
Medio	20	13,2 %
Alto	120	79,5 %
Total	151	100,0 %

Interpretación: De los resultados obtenidos, se puede identificar que la mayoría de las jóvenes perciben que la relación entre los personajes y protagonistas de la película muestra un sano amor, no solo romántico sino uno propio sintiéndose identificadas con la protagonista. También están de acuerdo que la película mostrará un buen ejemplo de una mujer sobresaliente y empoderada a las jóvenes de la actualidad agregando que no solo será feliz ella, sino que mostrará que todas las personas tienen más oportunidades de perseguir sus sueños. No obstante, una minoría percibe que la relación entre los protagonistas en la película no muestra cómo es una pareja actual y rechazan esa idea.

V. DISCUSIÓN

Después de obtener los resultados de la encuesta y se señala que las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy perciben como un nivel alto el feminismo en la película “Cinderella”, porque ha demostrado un mensaje agradable a las jóvenes implementando la nueva ideología que circula en la sociedad en la actualidad.

Según la teoría del cine feminista de Mulvey (1975), señala que inconscientemente la sociedad, restringida por el patriarcado, ha establecido la forma del cine y al mismo tiempo, hace percibir el lenguaje del deseo.

Los resultados obtenidos se relacionan con la investigación de Tornay (2019) el cual tuvo como propósito analizar los roles de género en las mujeres de Disney obteniendo como resultado que casi todas películas influyen demasiado en las actitudes y percepciones de las personas, se pueden sentir identificados, ven su entorno y comparan sus comportamientos eliminando las líneas entre la realidad y la fantasía. Asimismo, se vio un cambio en los personajes femeninos con el paso del tiempo mostrándolas como independientes y de espíritu libre.

De tal forma, de los resultados obtenidos sobre el feminismo en películas clásicas, Ramos (2021) consiguió como resultado tras analizar el documental *Reassemblage* (1982) que Minh-ha cambia drásticamente la habitual distancia entre autor y el sujeto observado (mujer) en los documentales contemporáneos añadiendo su propia apreciación del mundo y estética siendo no solo neutrales, sino deja que el propio espectador construya un significado y se identifique con sus películas.

Soto (2013), afirma los resultados anteriores dando como resultado, tras tomar referencias de las diversas teorías de cine feminista como Mulvey, Lautretis y Butler, que el cine de mujeres es sumamente importante llevándolo hasta incluso a no dejarse postergar para que la visibilidad de la historia de la mujer, su representación y la manera de proponer una mirada alternativa en el cine sea tan importante como la mirada masculina.

Sin embargo, encontramos a Filipczak (2020) quien tuvo como objetivo, tocando el tema principal de esta tesis, revisar y comparar las películas “Cinderella” de Disney y Hollywood dando como resultados que, a pesar de contar con muchas

remasterizaciones, esta película sigue basándose en el dominio patriarcal aun tratando tocar temas “diferentes” o tratando de “apegarse” a la realidad, el mensaje que brinda esas remasterizaciones sigue siendo el mismo que la película original. Estando de acuerdo, ya que Disney y Hollywood aún siguen generando algunos contenidos con estereotipos de género, pero según los resultados de esta investigación, se ve como en otras plataformas o remasterizaciones el mensaje está centrado más en la actualidad mostrando las ideologías (el feminismo) que se presentan en la sociedad.

Continuando con las películas de Disney y el feminismo, Monleón (2021) obtuvo como resultados que, al contrario que Disney, Alessandro Palombo rediseña a las princesas de Disney otorgando un valor más funcional del que se ve comúnmente en las películas de Disney. Agregando a lo que obtuvo Monleón sobre Disney, Streiff y Dundes (2017) analizaron a profundidad los estereotipos de género mostrados en la película “Moana” dando como resultado que, a pesar de que muestren a una mujer como protagonista, la mujer siempre va acompañada de un personaje masculino y, además, la protagonista ayuda con calma, confianza y tranquilidad a dicho personaje masculino hasta que se recupere completamente.

Añadiendo a los resultados obtenidos de Disney por Streiff y Dundes, la investigación de Lorduy (2021) adquirió como resultados que es cierto que ponen a una mujer que rompe el estereotipo de ser sumisa y delicada en las películas, pero presentan a una mujer histérica para mostrar el “feminismo” en la película. A su vez, esto casi siempre se hace presencia en teatros; pero en películas, está tomando una fuerte influencia tratando de “romper estereotipos”. Estando de acuerdo con sus resultados, ya que observamos que la remasterización de la película “Cinderella” tuvo una buena percepción por la juventud tocando temas diferentes y, por supuesto, rompiendo los estereotipos mostrados en la película original.

Según los resultados de Rodríguez (2018) dice Disney ya tiene un canon determinado para sus personajes femeninos en sus películas siendo estas mostradas con un aura angelical, como una chica mala o hasta una virgen, una guerrera, villana, heroína, etc. El problema radica en que son muy extremistas al otorgar este rol ya que sólo cumplen esa función y termina su papel protagónico.

También, en sus resultados, se observó que en la mayoría de las películas de Disney la mujer sirve como compañera sentimental del protagonista varón. Además, Chacón y Terrón, T. (2021) menciona en sus resultados que pese a existir cada vez más temas feministas, las películas u otros proyectos siguen siendo escritos y realizados por hombres.

Asimismo, los resultados de esta investigación concluyeron que implementar películas con temas actuales o ideologías modernas, genera un buen impacto en las jóvenes de la sociedad. De acuerdo con esto, Griffin, Harding y Learmonth (2017) alegan que hoy en día las películas que Disney muestra, han ido cambiando con el paso del tiempo mostrando, conectando con la actualidad, a una mujer que puede trabajar y valerse por sí misma brindando un mejor mensaje a su audiencia de empoderamiento femenino dando ejemplos como Jane en "Tarzán"; Tiana en "La Princesa y el Sapo"; Shanti en "El Libro de la Selva"; Elsa en "Frozen" y entre otras.

Por otro lado, Valderrama-Burgos (2021) menciona como resultado de su investigación que en algunas películas muestran el "empoderamiento" de la mujer, pero relacionado al lesbianismo. La muestran como un objeto sexual y protagonizando uno. Realizan las películas desde la perspectiva de un hombre en donde este muestra su deseo sexual ante una mujer, hacen una representación de lo sexual y lo erótico. Estando de acuerdo con Valderrama-Burgos; Mazières, Menezes y Roth (2021) agregan que, en las películas, así como en el caso de Disney, caracterizan a la mujer como una dependiente del hombre, menos inteligente, una con menos aptitudes que el hombre y de una manera más sexual.

Acotando a ellos, Gamba (2020) menciona en sus resultados que los personajes masculinos simbolizan el deseo mientras que el personaje femenino es el objetivo donde posar su deseo, son los destinatarios de la mirada y goce masculino. De esa forma, la audiencia percibe a la mujer como un mero objeto de deseo para los hombres. Estando en desacuerdo con la posición del autor, ya que en la película "Cinderella", tras realizar las encuestas, se muestra una relación más sana entre ambos personajes tomando a la mujer protagonista no como un objeto de deseo, sino de superación y empoderamiento de ella misma.

Por el contrario, Assouly (2020) dice en su resultado que, al incluir mujeres feministas en una película, estas mismas estén cuestionando la “mirada masculina” tratando de llevar todo al extremo, indignándose e imponiendo la igualdad de género poniendo a mujeres más rudas, inteligentes e independientes; todo fuera del tradicional entorno masculino. Estando en desacuerdo, ya que la feminidad se representa de diversas maneras y se ve que este tipo de implementación en las películas está tomando un giro bueno porque los resultados de esta investigación muestran una buena percepción a este tipo de películas.

Como es el caso de la película “Capitana Marvel” analizada por Gámez (2019) demostrando en sus resultados que al poner a una mujer como protagonista mostrándose ruda, inteligente y poderosa genera que a la audiencia le guste y quiera intentar identificarse con la protagonista. Esta película te abre a nuevas posibilidades creativas teniendo en cuenta el empoderamiento de la mujer tras la opresión de esta con los roles y expectativas restringidas por el patriarcado.

Asimismo, se encuentra con los resultados de Quílez y Araña (2021) los cuales aportan que las mujeres no solo hacen películas sino también documentales en donde no pierden la oportunidad de denunciar, sutilmente, la desigualdad de género mandando un mensaje de empoderamiento femenino. Estando de acuerdo con los resultados de los autores, puesto que las mujeres tratan de dar una perspectiva diferente a los espectadores para que conozcan que ellas pueden representar diferentes tipos de mujeres, más fuertes e independientes.

A su vez, se encuentra en la investigación de Ituarte (2018) el cual obtuvo como resultado que, en los orígenes del cine feminista, este era solo dirigido hacia mujeres, hombres no “pagaban” por ver películas fuera de sus estándares y estereotipos; sin embargo, el cine hecho por mujeres era una tendencia global. Añadiendo a Seon Park (2020) que las mujeres cineastas dan un enfoque totalmente diferente al cine o a las películas de lo que comúnmente estamos acostumbrados, potenciando la autoexploración de uno mismo.

Estando Ciancio (2017) en desacuerdo porque muestra que el cine no solo es de mujeres, sino que se percibe ahondando en lo social y político. De esa forma no habría razón para ejercer un gesto femenino, en vez de esa, se mostraría la

construcción del personaje, junto con los juegos de cámaras y vinculando al espectador a seguir con el film.

Sin embargo, Becker, Thomas y Cope (2016) en su investigación, lograron identificar la comercialización con la que las “Bratz” ven la feminidad, no sólo estancándose físicamente sino, también, sus películas ahondan el feminismo animando a las niñas, consumidoras de estos filmes, a cambiar teniendo un empoderamiento. Además, muestra no sólo la individualidad, sino la unión que tienen al formar su grupo volviéndose así en mujeres más fuertes para afrontar cualquier circunstancia. Gracias a estos tipos de escenas, las consumidoras se darán cuenta que “la unión hace la fuerza”.

Viendo también que los resultados de Volkova y Bosov (2018), tras realizar un análisis de películas extranjeras y rusas, se encontró que las películas o series americanas se identifican con la “masculinidad” mientras que en las rusas con una perspectiva de igualdad e independencia. Sin embargo, el “feminismo” está siempre presente en filmes estadounidenses, británicos y rusos. Mientras tanto, fuera de Rusia, las películas muestran a una mujer “asocial”, “andrógina”, “solitaria” e incluso colocan una orientación sexual, siendo esta la “bisexualidad”.

Cabe mencionar que Radović y Radulović (2016) obtuvieron como resultado más relevante que en comparación con épocas antiguas en las películas de Disney en donde mostraban una fuerte influencia del patriarcado, ahora se está dejando de lado ese tipo de estructura mostrando a las mujeres como seres independientes, que su objetivo no sea solo el casarse, siendo educadas, pero al mismo tiempo rebeldes.

Etura y Cerqueira (2021) obtuvieron como resultado que, tras analizar los trabajos periodísticos de Sarmiento y Parra se ve como con el tiempo un nuevo paradigma de feminidad rompe con el modelo sumiso y uniforme antiguo como eran establecidos años atrás. Como es visto en la película analizada en esta investigación la cual dio como resultado que las jóvenes de la actualidad muestran más interés en una mujer que rompe los modelos antiguos y patriarcales.

Sin embargo, Frutos (2021) que menciona a las mujeres sí pueden obtener títulos profesionales, pero los hombres tienen más probabilidades de ser

contratados y conseguir su primer empleo si obtienen el mismo título. Estando en desacuerdo con el autor, ya que la protagonista en la película pudo ser feliz cumpliendo su sueño y atreviéndose a salir adelante por ella misma.

Rubio (2018) menciona en sus resultados que hacen ver que el cuerpo femenino simboliza a la sexualidad representada con exagerados atributos físicos generando que se las estereotipe. Por el contrario, Quilla (2018) agrega como resultado que la sociedad contemporánea está revalorizando a la mujer en nuevas películas generando una buena imagen de la mujer la cual ayudará a construir su marca.

Pero si se toca el tema netamente del feminismo y como lo perciben las personas, Sacarrín y Peña (2020) señalan en sus resultados que el feminismo es asociado con amor propio, autoestima y sororidad reestructurando las competencias que tiene cada mujer. Estando de acuerdo con la posición del autor, ya que el feminismo mostrado en la película resalta la importancia de valorarse primero a uno mismo para luego compartir ese amor hacia otros.

VI. CONCLUSIONES

1. Se determinó un nivel medio de percepción del feminismo en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy, porque esta ideología está presente en la actualidad y hace sentirse identificadas a la mayoría de mujeres.
2. Se determinó un nivel alto de percepción del feminismo en el mensaje en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy, ya que la película resaltó exactamente lo que representa el feminismo actual. También hace que las mujeres quieran empatizar con la protagonista e imitar su comportamiento de mujer empoderada.
3. Se determinó un nivel alto de percepción del feminismo en la producción visual en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy, mostrando al final equidad e igualdad que las mujeres feministas buscan en la actualidad.
4. Se determinó un nivel alto de percepción del feminismo en la relación en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy, ya que se genera una relación sana entre los protagonistas y, a su vez, se aprecia que la protagonista tenía una buena relación consigo misma ya que presenta una buena autoestima lo que hará que las jóvenes se identifiquen con eso.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar más investigaciones enfocándose en las ideologías que se presentan con gran fuerza en la actualidad para que las personas se sientan más identificadas y para que se pueda conocer más sobre los pensamientos de las personas con respecto a estas ideologías.
2. Se sugiere contar con más enfoques a la hora de realizar una película, para que esta se vea más enriquecida y al público impacte el mensaje. Mostrando a una mujer que pueda afrontar sus dificultades, sea independiente y pueda valerse por sí misma.
3. Se invita a las personas a seguir creando diversos contenidos (teatro, cine, entretenimiento) pero mostrando una igualdad y equidad de género que es lo que las mujeres de la actualidad desean. No solo mostrar lo que otro tipo de público desea, sino tener en consideración la identidad de la mujer.
4. Se recomienda a las mujeres a no dejarse guiar por todo tipo de películas o medios que ven en las cuales faltan el respeto, denigran a la mujer y muestren parejas tóxicas haciéndoles creer que es normal que suceda. Se sugiere crear más contenidos en donde más personas puedan sentirse identificadas.

REFERENCIAS

- Alan Neill, D. y Cortez Suárez, L. (2018). Procesos y fundamentos de la investigación científica. *UTMACH*, Ecuador. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Al-Yasin, N., & Rabab'ah, G. (2021). Female Disney characters' linguistic features in the 1990's. *Jordan Journal of Modern Languages and Literatures*, 13(1), 121-142. doi:10.47012/JJMLL.13.1.8
- Assouly, J. (2020). "Gambling and women don't mix": Female Gamblers and the American Dream in Film, *Angles* [Online], 11 | 2020, Online since 01 November 2020, connection on 13 November 2020. URL: <http://journals.openedition.org/angles/2697>; DOI: <https://doi.org/10.4000/angles.2697>
- Barber, M. (2015). Disney's Female Gender Roles: The Change of Modern Culture [Tesis Doctoral]. Indiana State University. <http://hdl.handle.net/10484/12132>
- Becker, S., Thomas, D., & Cope, M. R. (2016). Post-feminism for children: feminism 'repackaged' in the Bratz films. *Media, Culture & Society*, 38(8), 1218–1235. <https://doi.org/10.1177/0163443716643218>
- Brasó Rius, J., & Garcia Farrero, J. (2020). Juegos y juguetes libres. La filosofía y obsesión de Walter Benjamin. *El Futuro Del Pasado*, 11, 441–455. <https://doi.org/10.14516/fdp.2020.011.015>
- Bueno-Hansen, P. (2020). Derechos feministas y humanos en el Perú: Decolonizando la justicia transicional. *IEP. Instituto de Estudio Peruanos*. https://books.google.com.pe/books?id=yj7DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=feminismo+en+per%C3%BA&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=feminismo%20en%20per%C3%BA&f=false
- Castañeda Marulanda W., & Villa Carmona G. A. (2018). El color como signo. Reflexiones sobre el diseño de mensajes visuales. *Kepes*, 15(18), 81 - 109. <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/2649>

- Chacón-Chamorro, V. & Terrón-Caro, T. (2021). Feminismo andaluz: acercamiento a una nueva línea de pensamiento feminista. *Athenea Digital*, 21(2). <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2845>
- Condori-Ojeda, P. (2020). Universo, población y muestra. *Curso Taller*. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18>
- Escudero Sánchez, C. y Cortez Suárez, L. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. *UTMACH*, Ecuador. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14207/1/Cap.1-Introducci%C3%B3n%20a%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica.pdf>
- Etura, D. & Cerqueira, C. (2021). La inclusión del feminismo en la agenda setting durante las dictaduras españolas y portuguesas. *Revista Internacional de Historia de La Comunicación*, 16(16), 133–152. <https://doi.org/10.12795/RiCH.2021.i16.07>
- Filipczak, D. (2020). Made to Connive: Revisioning Cinderella in a Music Video. From Disney to Arthur Pirozkhov: A Case Study. *Text Matters: A Journal of Literature, Theory, and Culture*, (10), 67-78. <https://doi.org/10.18778/2083-2931.10.04>
- Frutos Balibrea, L. (2021). Feminismo y educación en los países occidentales desde la Ilustración a la actualidad. Educación, diferencia y desigualdad. *Revista de Estudios Socioeducativos*, 9.
- Gamba, A. M. (2020). Nuevas estéticas del goce: Figuraciones del deseo femenino en el cine argentino contemporáneo. *TOMA UNO*, (8). Recuperado a partir de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/toma1/article/view/30787>
- Gámez Fuentes, M. J. (2021). Breaking the logic of neoliberal victimhood: Vulnerability, interdependence, and memory in captain marvel (anna boden and ryan fleck, 2019). *European Journal of Cultural Studies*, 24(1), 94-106. doi:10.1177/1367549420985839
- Global Gender Gap Report 2020. Insight Report. *World Economic Forum*. Recuperado de https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf

- Griffin, M., Harding, N., & Learmonth, M. (2017). Whistle While You Work? Disney Animation, Organizational Readiness, and Gendered Subjugation. *Organization Studies*, 38(7), 869–894. <https://doi.org/10.1177/0170840616663245>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Isidre Monreal, A. (2017). Producción de cine digital: El proceso de creación de una película con escasos medios. *Redbook Ediciones*, s. 1., Barcelona. https://books.google.com.pe/books?id=EPB4DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+producci%C3%B3n+visual&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=que%20es%20producci%C3%B3n%20visual&f=false
- Ituarte Pérez, L. (2018). Feminismo y cine de mujeres: categorización y debate durante los años setenta y ochenta. *Tripodos communication. No. 42 (2018): New Perspectives on Cross-Cultural Communication and Corporate Diplomacy*. http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/articlle/view/525
- López Fernández, R., Avello Martínez, R., Palmero Urquiza, D., Sánchez Gálvez, S., & Quintana Álvarez, M. (2019). Validación de instrumentos como garantía de la credibilidad en las investigaciones científicas. *Revista Cubana de Medicina Militar*, 48(2(Sup)), 441-450. Recuperado de <http://www.revmedmilitar.sld.cu/index.php/mil/article/view/390/331>
- Mata Solís, M.D. (30 de julio de 2019). Diseños de investigaciones con enfoque cuantitativo de tipo no experimental. <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/>

- Mazières, A., Menezes, T. & Roth, C. (2021). Computational appraisal of gender representativeness in popular movies. *Humanit Soc Sci Commun* **8**, 137. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00815-9>
- Monleón Oliva, V. (2021). El arte como elemento liberador. Contra-discurso feminista a las películas Disney a través de la serie fotográfica Fallen Princesses. *Millars. Espai I Història*, 1(50), 197-222. Recuperado a partir de <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/millars/article/view/5501>
- Mulvey, L. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen*, Volume 16, Issue 3, Autumn 1975, Pages 6–18, <https://doi.org/10.1093/screen/16.3.6>
- Murphy, T. (2020). #Amor: Las relaciones en el siglo XXI. *Granica*, Buenos Aires. https://books.google.com.pe/books?id=rmqBDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+la+relacion+sentimental&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Núñez Puente, C. (2020). Humor, Gender, and Sex(uality) in Text and Film: Incredible Shrinking Men from Mark Twain to Lorrie Moore. *Lectora: Revista De Dones I Textualitat*, (26), 133–150. <https://doi.org/10.1344/Lectora2020.26.9>
- Ochoa Sangrador C, Molina Arias M. Estadística. (2018). Tipos de variables. Escalas de medida. *Evid Pediatr.* 2018;14:29. <https://evidenciasenpediatria.es/articulo.php?lang=es&id=7307>
- Quílez, L., & Arauna, N. (2021). Prácticas feministas en el cine documental español contemporáneo. Reflexiones a partir del análisis de La casa de mi padre (Francina Verdés, 2014) y Mater Amatísima (María Ruido, 2018). *Arte, Individuo y Sociedad*, 33(1), 105-119. <https://doi.org/10.5209/aris.67516>
- Quilla Tipula, D. (2018). Análisis del femvertising en los spots publicitarios de las marcas Maestro Perú y Promart Home Center, 2017. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/28453>
- Radović, S., & Radulović, M. (2016). The transformation in the representation of gender roles in animated films: The case of disney princesses. [Transformacija u predstavljanju rodnih uloga u animiranim filmovima: Primer

diznijevih princeza] *Sociologija*, 58(1), 86-112.
<https://doi.org/10.2298/SOC1601086R>

- Ramos, M. M. (2021). La mirada femenina a cine etnográfico documental. *Reassemblage* (Trinh T. Minh-ha, 1982). *Estudios Feministas*, 29(1), 1–10. <https://www.jstor.org/stable/48618873>
- Rodríguez Jurio, Y. (2018). Desigualdad de género y machismo en el cine: El caso Disney. *Universidad de Valladolid. Facultad de Filosofía y Letras*. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/35888>
- Rubio Rojas, R. (2019). Análisis de la construcción de la figura femenina en los diarios sensacionalistas limeños, 2019. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/46710>
- Sabo, Y. (2019). Introduction to architectural research method. questionnaire research method. cyprus international university. Recuperado de https://www.academia.edu/39137163/Questionnaire_Research_Methodology
- Sacaquirin-Rivadeneira, C. & Peña-Contreras, E. (2020). Percepción del feminismo en mujeres y hombres de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Maskana*, 11(2), 34–45. <https://doi.org/10.18537/mskn.11.02.04>
- Salazar Raymond, M. M. B., Icaza Guevara, M. M. de F., & Alejo Machado, D. C. O. J. (2018). La importancia de la ética en la investigación. *Universidad Y Sociedad*, 10(1), 305-311. Recuperado a partir de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/798>
- Seon Park, H. (2020) South Korean Cine-Feminism on the Move. *Journal of Japanese and Korean Cinema*, 12:2, 91-97, DOI: [10.1080/17564905.2020.1847759](https://doi.org/10.1080/17564905.2020.1847759)
- Showkat, N. y Parveen, H. (2017, julio). Quantitative Methods: Survey. Researchgate. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/318959206_Quantitative_Methods_Survey

- Soto Arguedas, A. (2013). La Crítica Fílmica Feminista y el Cine de Mujeres. *ESCENA. Revista De Las Artes*, 72(1). Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/escena/article/view/14456>
- Tornay, L. (2019). Representaciones de mujeres en el cine de realizadoras feministas durante los períodos posdictatoriales. España y Argentina. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (68), 27 a 37. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi68.1150>
- Tóth, Z. A. (2017). Disney's violent women in quest of a 'fully real' violent woman in american cinema. *Brno Studies in English*, 43(1), 185-212. doi:10.5817/BSE2017-1-11
- Urrutia Egaña, Marcela, Barrios Araya, Silvia, Gutiérrez Núñez, Marina, & Mayorga Camus, Magdalena. (2014). Métodos óptimos para determinar validez de contenido. *Educación Médica Superior*, 28(3), 547-558. Recuperado en 23 de noviembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412014000300014&lng=es&tlng=es
- Valderrama-Burgos, K. (2021). Transgressive Female Sexuality and Desire in Contemporary Colombian Cinema: Hermida's *La luciérnaga* and Rodríguez's *Señoritas*. *Latin American Perspectives*, 48(2), 108–122. <https://doi.org/10.1177/0094582X20988716>
- Velásquez Medina, C. (2019). Análisis del marketing de contenidos del fanpage oficial “Ni una menos Perú: tocan a una, tocan a todas, Lima, 2019”. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/54165>
- Volkova, O. A., & Bosov, D. V. (2018). The image of the woman-programmer in the films and serials. [Образ Женщины-программистки в кинофильмах и сериалах] *Woman in Russian Society*, 2018(3), 97-103. doi:10.21064/WinRS.2018.3.9

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Feminismo en película	De acuerdo a Soto (2013), el feminismo en las películas busca analizar la representación de la mujer en el cine, utilizando sobre todo marcos teóricos del estructuralismo y particularmente la teoría semiótica y el psicoanálisis.	Al respecto, Monleón (2021) afirma que lo importante en este estudio radica en el mensaje que da la película, también la producción visual con sentido de equidad e igualdad	Mensaje	Visual	1. Los personajes mostrados en la película son una clara representación de la sociedad actual.	Ordinal
					2. Está de acuerdo con la implementación de temas actuales en una película clásica.	
				Oral	3. El mensaje central de feminismo en la película es conciso para los espectadores.	
					4. El mensaje feminista que demostró la película representa el feminismo en la actualidad.	

		y, por último, que la productora les destine una relación entre de amor romántico, amor propio y felicidad.	Producción visual	Equidad	5. La falta de equidad de género está clara en la película.	
					6. La película hace una buena referencia para mejorar la equidad actualmente.	
				Igualdad	7. La falta de igualdad de género está clara en la película.	
					8. La película hace una buena referencia para mejorar la igualdad actualmente.	
			Relación	Amor romántico	9. El amor romántico entre los protagonistas de la película se presenta de manera sana.	
					10. La forma en que se interpreta el amor romántico en la película está más relacionada a la actualidad.	

				Amor propio	11. La protagonista tenía suficiente amor propio para poder cumplir su meta.
					12. El amor propio mostrado de la protagonista dará un buen ejemplo a las mujeres de la actualidad.
				Felicidad	13. La protagonista logró su felicidad al cumplir el sueño que se propuso.
					14. La protagonista logró mostrar felicidad a las personas de su alrededor cuando cumplió su sueño.

Anexo 2. Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	VARIABLE	METODOLOGÍA		
Problema general	Objetivo general		Población	Tipo de investigación	Técnica e instrumento
¿Cuál es la percepción del feminismo en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy?	Determinar la percepción del feminismo en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.	Feminismo en película	La población finita estuvo formada por 151 miembros del grupo de Facebook Feministas Hoy.	Básica	Encuesta Cuestionario
Problemas específicos	Objetivos específicos			Diseño de investigación	

<p>¿Cuál es la percepción del feminismo en el mensaje en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy?</p> <p>¿Cuál es la percepción del feminismo en la producción visual en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy?</p> <p>¿Cuál es la percepción del feminismo en la relación en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy?</p>	<p>Determinar la percepción del feminismo en el mensaje en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.</p> <p>Determinar la percepción del feminismo en la producción visual en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.</p>			<p>No experimental transversal, descriptivo</p>	
---	---	--	--	---	--

	Determinar la percepción del feminismo en la relación en la película "Cinderella" en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy.				
--	--	--	--	--	--

Anexo 3. Certificados de validez del instrumento



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Oliveros Margall, Enrique Antonio

Título y/o Grado: Magíster

Ph. D ()	Doctor ()	Magíster (x)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 23.11.2121

PERCEPCIÓN DEL FEMINISMO EN LA PELÍCULA "CINDERELLA" EN LAS JÓVENES DEL GRUPO DE FACEBOOK FEMINISTAS HOY, 2021

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL	10		

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Mgr. Enrique Oliveros Margall

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: García Gutiérrez, Denis Rubén

Título y/o Grado: Licenciado en Ciencias de la Comunicación
Maestro en Administración de Negocios - MBA

Ph. D ()	Doctor ()	Magíster (X)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	--------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo - Campus Lima Este

Fecha: 16/05/2022

PERCEPCIÓN DEL FEMINISMO EN LA PELÍCULA “CINDERELLA” EN LAS JÓVENES DEL GRUPO DE FACEBOOK FEMINISTAS HOY, 2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		SOLO UNA VARIABLE
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		MEJORAR REDACCIÓN
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	Del instrumento de medición, ¿los datos serán objetivos?		X	PERCEPCIÓN ES SUBJETIVA
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		90%	10%	

SUGERENCIAS:

Considerar las observaciones señaladas para mejorar la calidad de recolección de datos, como parte del proceso metodológico de la investigación.



MBA Denis Rubén García Gutiérrez
72084242

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: López Ríos Kerima

Título y/o Grado:

Ph. D ()	Doctor ()	Magíster (x)	Licenciado ()	Otros. () Especifique
-----------	------------	----------------	----------------	------------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 26/06/2022

PERCEPCIÓN DEL FEMINISMO EN LA PELÍCULA “CINDERELLA” EN LAS JÓVENES DEL GRUPO DE FACEBOOK FEMINISTAS HOY, 2022

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
	TOTAL			

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



KERIMA LÓPEZ RÍOS

Anexo 4. Cuestionario

INSTRUCCIONES:

El presente cuestionario cuenta con una lista de 14 ítems relacionados a la Percepción del feminismo en la película “Cinderella” en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy, las cuales se encuentran divididas en tres dimensiones: mensaje, producción visual y relación. En base a su punto de vista marque un aspa (X) una alternativa que lo represente, recuerde que no existen respuestas correctas ni incorrectas en el presente cuestionario. Por último, agradecemos su tiempo al responder el cuestionario y contribuir en el trabajo de investigación.

DIMENSIONES	ÍTEMS	ESCALA DE RESPUESTA				
		<i>Totalmente de acuerdo</i>	<i>De acuerdo</i>	<i>Indiferente o neutro</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>Totalmente en desacuerdo</i>
Mensaje	1. Los personajes mostrados en la película son una clara representación de la sociedad actual.					
	2. ¿Está de acuerdo con la implementación de temas actuales en una película clásica?					
	3. El mensaje central de feminismo en la película es conciso para los espectadores.					
	4. El mensaje feminista que demostró la película representa el feminismo en la actualidad.					
Producción visual	5. La falta de equidad de género está clara en la película.					
	6. La película hace una buena referencia para mejorar la equidad actualmente.					
	7. La falta de igualdad de género está clara en la película.					

	8. La película hace una buena referencia para mejorar la igualdad actualmente.					
Relación	9. El amor romántico entre los protagonistas de la película se presenta de manera sana.					
	10. La forma en que se interpreta el amor romántico en la película está más relacionada a la actualidad.					
	11. La protagonista tenía suficiente amor propio para poder cumplir su meta.					
	12. El amor propio mostrado de la protagonista dará un buen ejemplo a las mujeres de la actualidad.					
	13. La protagonista logró la felicidad al lograr cumplir el sueño que se propuso.					
	14. La protagonista logró mostrar felicidad a las personas de su alrededor cuando cumplió su sueño.					

Anexo 5. Análisis de confiabilidad

Prueba piloto

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de Elementos
,931	14

Análisis de confiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	151	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	151	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de Elementos
,819	14

Anexo 6. Base de datos

ENCUESTADOS	VARIABLE 1														PROMEDIO				SUMA			
	D1				D2				D3													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	V1	D1	D2	D3	V1	D1	D2	D3
1	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	60	17	16	27	
2	3	5	3	3	5	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	45	14	14	17	
3	2	2	3	2	4	2	4	3	2	3	2	2	4	4	4	4	3	39	9	13	17	
4	4	5	3	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	54	16	17	21	
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58	18	16	24	
6	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	59	17	16	26	
7	2	3	4	3	3	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	45	12	11	22	
8	2	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	64	17	18	29	
9	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	67	20	20	27	
10	4	5	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	59	17	17	25	
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	70	20	20	30	
12	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	59	17	17	25	
13	2	4	4	3	5	5	5	2	4	2	2	3	2	4	3	3	3	47	13	17	17	
14	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	56	17	16	23	
15	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	53	15	15	23	
16	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	53	13	16	24	
17	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	69	19	20	30	
18	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	67	18	20	29	
19	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	62	16	18	28	
20	3	3	2	3	4	3	2	2	2	4	5	5	4	5	3	3	3	47	11	11	25	
21	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	64	18	18	28	
22	3	5	5	5	3	5	5	5	5	2	5	5	2	5	4	5	5	60	18	18	24	

23	4	5	4	3	5	5	3	4	3	3	5	5	5	5		4	4	4	4		59	16	17	26
24	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5		5	5	4	5		64	19	16	29
25	2	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5		5	4	5	5		65	17	20	28
26	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5		4	4	4	5		58	15	16	27
27	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5		4	4	4	5		57	14	16	27
28	5	3	4	5	3	4	5	3	4	4	3	5	4	5		4	4	4	4		57	17	15	25
29	2	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4		4	4	4	4		57	14	17	26
30	5	4	4	4	5	5	3	5	4	2	4	4	5	5		4	4	5	4		59	17	18	24
31	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5		5	4	5	5		63	17	19	27
32	3	5	5	4	4	2	4	5	4	5	5	5	4	5		4	4	4	5		60	17	15	28
33	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	3	5		5	5	5	4		63	19	18	26
34	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5		5	5	5	5		65	18	19	28
35	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4		4	4	5	4		59	17	18	24
36	5	5	5	3	4	3	4	3	4	5	5	5	4	5		4	5	4	5		60	18	14	28
37	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4		5	4	5	5		63	17	18	28
38	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5		5	5	5	5		64	18	18	28
39	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5		4	4	5	4		59	16	18	25
40	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5		5	5	5	5		64	18	18	28
41	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4		4	5	4	4		60	18	16	26
42	5	3	4	3	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4		4	4	4	5		59	15	17	27
43	5	4	5	4	3	3	3	5	5	4	4	4	5	5		4	5	4	5		59	18	14	27
44	4	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4		4	5	4	4		60	18	17	25
45	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4		4	4	4	4		58	15	17	26
46	5	5	4	4	3	3	5	4	4	5	3	3	5	4		4	5	4	4		57	18	15	24
47	5	4	4	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4		4	5	4	4		58	18	16	24
48	5	4	4	4	5	5	3	5	4	3	5	4	5	4		4	4	5	4		60	17	18	25
49	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	5	4		4	5	5	4		59	19	18	22

50	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4		5	5	5	5		64	19	18	27
51	5	4	5	4	3	5	4	4	3	5	4	5	2	3		4	5	4	4		56	18	16	22
52	5	4	3	2	5	4	3	4	5	5	5	3	3	4		4	4	4	4		55	14	16	25
53	3	4	5	5	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4		4	4	4	4		57	17	15	25
54	5	3	3	1	3	1	5	3	5	5	5	4	3	5		4	3	3	5		51	12	12	27
55	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4		4	5	5	4		62	18	18	26
56	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4		5	5	5	5		63	18	18	27
57	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3		4	5	4	4		60	18	17	25
58	4	2	5	3	5	4	5	5	5	2	4	4	4	4		4	4	5	4		56	14	19	23
59	4	4	4	4	3	3	5	5	2	2	5	5	3	3		4	4	4	3		52	16	16	20
60	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5		5	5	5	5		66	20	18	28
61	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4		4	4	5	4		57	16	20	21
62	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4		4	4	5	4		58	17	18	23
63	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5		4	4	4	5		62	16	16	30
64	5	5	2	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5		4	4	4	5		58	15	15	28
65	2	3	4	3	5	5	4	4	2	3	4	4	5	5		4	3	5	4		53	12	18	23
66	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4		4	5	5	4		61	18	19	24
67	4	4	3	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5		4	3	5	4		57	13	18	26
68	5	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4		4	4	4	4		54	16	15	23
69	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4		5	5	5	5		65	18	20	27
70	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	5		4	5	5	4		60	18	18	24
71	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4		4	5	5	4		60	20	18	22
72	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5		4	4	5	4		60	16	18	26
73	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5		4	4	5	5		61	14	20	27
74	5	5	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5		4	4	5	5		62	16	18	28
75	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4		4	4	4	4		58	16	16	26
76	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4		4	4	4	4		56	14	16	26

77	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5		5	4	5	5		64	16	20	28
78	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4		4	5	5	4		60	18	18	24
79	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5		4	4	4	5		59	16	16	27
80	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5		4	4	5	5		62	16	18	28
81	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4		4	4	4	5		60	16	16	28
82	5	2	5	5	3	3	3	4	5	3	3	5	2	3		4	4	3	4		51	17	13	21
83	3	2	4	2	4	2	3	2	2	3	2	2	4	3		3	3	3	3		38	11	11	16
84	3	1	1	1	2	1	3	3	2	2	3	2	4	3		2	2	2	3		31	6	9	16
85	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5		5	5	5	5		64	18	18	28
86	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5		5	4	5	5		65	16	19	30
87	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5		4	4	5	5		62	16	18	28
88	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5		5	4	5	5		64	17	20	27
89	5	5	4	4	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5		5	5	5	5		64	18	18	28
90	2	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5		5	4	5	5		63	15	20	28
91	2	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5		4	4	5	5		61	14	20	27
92	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4		4	5	5	4		62	18	20	24
93	2	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	5	3	5		4	4	5	4		58	15	18	25
94	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5		4	4	5	5		61	16	18	27
95	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5		4	4	5	5		62	16	18	28
96	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5		4	4	5	4		62	16	20	26
97	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5		5	4	5	5		64	17	20	27
98	4	3	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5		4	4	5	5		61	15	18	28
99	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4		4	4	5	4		60	16	20	24
100	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5		4	4	4	4		57	15	16	26
101	3	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4		4	4	5	4		62	17	20	25
102	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	5		4	4	3	4		51	15	13	23
103	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	5		4	4	4	4		58	16	16	26

104	1	2	3	1	3	2	1	2	3	3	2	1	3	2		2	2	2	2		29	7	8	14
105	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4		4	5	5	4		62	18	18	26
106	3	3	2	2	4	3	2	4	2	3	4	3	4	3		3	3	3	3		42	10	13	19
107	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4		4	5	4	5		62	18	17	27
108	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3		2	2	3	2		32	8	10	14
109	3	3	4	5	4	4	4	4	2	4	5	5	4	5		4	4	4	4		56	15	16	25
110	1	4	2	2	4	3	4	3	3	4	1	3	3	2		3	2	4	3		39	9	14	16
111	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5		4	4	5	5		62	16	18	28
112	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5		5	4	5	5		63	17	18	28
113	4	1	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4	4		3	3	3	3		43	12	12	19
114	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5		5	5	5	5		67	18	20	29
115	5	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	5	5		4	4	4	4		55	15	14	26
116	4	3	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5		4	4	4	5		61	16	17	28
117	5	4	3	3	5	3	3	4	3	3	4	5	5	5		4	4	4	4		55	15	15	25
118	5	3	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5	4		4	4	4	5		62	17	17	28
119	5	4	5	2	2	3	5	2	5	5	5	5	5	5		4	4	3	5		58	16	12	30
120	4	3	3	3	4	3	5	4	5	4	5	5	5	3		4	3	4	5		56	13	16	27
121	2	5	2	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4		4	4	4	4		57	14	17	26
122	4	3	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4		4	4	4	4		58	15	17	26
123	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5		4	5	4	5		61	18	15	28
124	2	2	5	5	3	5	2	2	3	4	5	5	4	4		4	4	3	4		51	14	12	25
125	1	5	5	4	5	3	5	4	4	4	3	3	2	5		4	4	4	4		53	15	17	21
126	4	4	4	5	4	4	2	4	4	2	3	5	5	4		4	4	4	4		54	17	14	23
127	4	2	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5		4	4	4	5		60	14	17	29
128	3	3	4	5	5	2	2	5	5	4	3	3	4	4		4	4	4	4		52	15	14	23
129	5	3	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	1	4		4	4	5	4		57	15	18	24
130	4	5	2	4	4	5	4	5	4	4	3	5	3	4		4	4	5	4		56	15	18	23

131	4	4	4	5	4	5	3	4	3	3	4	4	5	5		4	4	4	4		57	17	16	24
132	3	3	2	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3	4		4	3	5	4		56	12	18	26
133	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	4	2	2	5		4	4	4	4		53	15	17	21
134	4	5	3	5	3	4	4	4	3	5	3	4	3	3		4	4	4	4		53	17	15	21
135	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	5	4	4		4	4	4	4		54	17	14	23
136	4	5	4	5	2	5	5	5	4	5	3	5	3	5		4	5	4	4		60	18	17	25
137	5	4	4	4	3	4	5	4	3	3	5	3	4	5		4	4	4	4		56	17	16	23
138	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4		4	4	5	4		60	17	18	25
139	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4		4	5	4	4		62	19	17	26
140	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	5		4	4	5	4		57	16	18	23
141	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	2	5	4	5		4	4	4	4		56	15	16	25
142	3	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5		4	4	4	5		60	17	16	27
143	4	5	3	5	5	4	4	4	5	2	5	5	5	3		4	4	4	4		59	17	17	25
144	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5		4	4	4	5		62	17	17	28
145	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4		4	4	4	4		55	15	16	24
146	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4		4	4	5	4		60	16	18	26
147	3	4	5	4	3	4	5	5	4	5	3	4	4	5		4	4	4	4		58	16	17	25
148	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	4	4	1	5		4	4	4	4		55	17	14	24
149	4	5	3	4	4	5	5	5	3	3	3	4	5	4		4	4	5	4		57	16	19	22
150	3	4	3	4	2	3	4	3	3	4	5	5	4	5		4	4	3	4		52	14	12	26
151	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5		5	5	4	5		64	18	17	29

Baremación

VARIABLE 1: FEMINISMO EN PELÍCULA

PASO 1	Valor puntuación gen. Max	Menos	Valor puntuación gen. Min	Dato general de puntuaciones
	70	—	29	41

PASO 2	Dato general de puntuaciones	Dividido	Numero de niveles que se desea baremar	Intervalo para baremos
	41	/	3	13.6666666666667

14

PASO 3	Nivel	Intervalo	
	Bajo	29~42	
	Medio	43~56	
	Alto	57~70	

DIMENSIÓN 1: MENSAJE

PASO 1	Valor puntuación gen. Max	Menos	Valor puntuación gen. Min	Dato general de puntuaciones
	20	—	6	14

PASO 2	Dato general de puntuaciones	Dividido	Numero de niveles que se desea baremar	Intervalo para baremos
	14	/	3	4.6666666666667

5

PASO 3	Nivel	Intervalo	
	Bajo	6~10	
	Medio	11~15	
	Alto	16~20	

DIMENSIÓN 2: PRODUCCIÓN VISUAL

PASO 1	Valor puntuación gen. Max	Menos	Valor puntuación gen. Min	Dato general de puntuaciones
	20	—	8	12

PASO 2	Dato general de puntuaciones	Dividido	Numero de niveles que se desea baremar	Intervalo para baremos
	12	/	3	4

PASO 3	Nivel	Intervalo	
	Bajo	8~11	
	Medio	12~15	
	Alto	16~21	

DIMENSIÓN 3: RELACIÓN

PASO 1	Valor puntuación gen. Max	Menos	Valor puntuación gen. Min	Dato general de puntuaciones
	30	—	14	16

PASO 2	Dato general de puntuaciones	Dividido	Numero de niveles que se desea baremar	Intervalo para baremos
	16	/	3	5.33333333333333

PASO 3	Nivel	Intervalo	
	Bajo	14~18	
	Medio	19~23	
	Alto	24~30	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MATIAS CRISTÓBAL OBED ISAIAS, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Percepción del feminismo en la película "Cinderella" en las jóvenes del grupo de Facebook Feministas Hoy, 2022", cuyo autor es FEBRES PUCLLA STEFANNY MARGARITA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 29 de Junio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MATIAS CRISTÓBAL OBED ISAIAS DNI: 06917521 ORCID 0000-0001-6378-0719	Firmado digitalmente por: OMATIASCOR el 01-07- 2022 10:56:25

Código documento Trilce: TRI - 0313643