



Comunicar

ISSN: 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar

España

Cornelio-Marí, Elia Margarita

Niños mexicanos y dibujos animados norteamericanos: referencias extranjeras en series animadas

Comunicar, vol. XXII, núm. 45, 2015, pp. 125-132

Grupo Comunicar

Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15839609013>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica


Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Niños mexicanos y dibujos animados norteamericanos: referencias extranjeras en series animadas

Mexican Children and American Cartoons: Foreign References in Animation

 Dra. Elia Margarita Cornelio-Marí es Profesora de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en Villahermosa (México) (elia.cornelio@ujat.mx) (<http://orcid.org/0000-0001-5495-1870>).

RESUMEN

Este estudio sobre audiencias explora cómo un grupo de niños del sureste de México perciben los dibujos animados de «El laboratorio de Dexter». El objetivo primordial es conocer la manera en que un programa norteamericano distribuido internacionalmente es entendido por una audiencia local, especialmente por una conformada por individuos que aún están construyendo su identidad cultural. Se utilizó un enfoque cualitativo: un total de 44 niños en edades entre los 8 y 11 años participaron en una serie de entrevistas semi-estructuradas y grupos de discusión, que se llevaron a cabo en una ciudad de la provincia mexicana (Villahermosa, Tabasco). En cada sesión se observó un episodio de la serie animada doblada al español latino. Posteriormente, se evaluó si los participantes sabían que los dibujos animados eran norteamericanos y si notaban la presencia de elementos culturales diferentes respecto a su propia cultura (textos escritos en inglés, referencias a tradiciones, estilo de vida, símbolos, etc.). Asimismo, se indagó si la edad, el género y estrato social de proveniencia influían en esta percepción. Los resultados muestran que la mayoría de los participantes eran conscientes de estar viendo un programa extranjero, reconocían elementos de la cultura norteamericana y aplicaban diversas estrategias para crear sentido a estas narrativas. Niños mayores, y aquellos que estudian el idioma inglés, fueron capaces de realizar comparaciones más sofisticadas entre las culturas de México y Estados Unidos.

ABSTRACT

This audience study explores how a group of children from Southeast Mexico, perceive the animated cartoon «Dexter's Laboratory». The objective is to observe the ways in which a young local audience, still in the process of building its cultural identity, perceives an American television program. A qualitative approach was applied: 44 children between 8 and 11 years old participated in a series of semi-structured interviews and focus groups, which took place in a provincial city in Mexico (Villahermosa, Tabasco). In each session, the participants watched an episode of the cartoon dubbed into Latin Spanish. Afterwards, it was assessed if they were able to notice cultural elements present in the series (texts in English, traditions, ways of life, symbols, etc.), which are different from their own culture. It was also observed if age, gender and social background had any impact on the degree of awareness. The results showed that most of the participants were aware of the fact that they were watching a foreign program, that they could recognize elements of American culture and that they applied diverse strategies to make sense of these foreign narratives. Older children, and those studying English as a second language, were able to make more sophisticated comparisons between the cultures of Mexico and the United States.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Estudios de televisión, estudios de audiencias, comunicación intercultural, animación, dibujos animados norteamericanos, público infantil.

Television studies, audience studies, intercultural communication, animation, american cartoons, children audience.

1. Introducción y estado de la cuestión

La animación es uno de los géneros televisivos más costosos y difíciles de producir. Debido a esto, solo unos cuantos países en el mundo tienen la capacidad de crearla, mientras el resto de las naciones deben importarla (Martel, 2011). Entre los países productores de animación los más destacados son los Estados Unidos de América y Japón, que han desarrollado a lo largo de la historia dos grandes tradiciones: los dibujos animados o «cartoon» y el «anime» (Napier, 2001). Como consecuencia, la mayor parte de las series animadas disponibles a nivel mundial cuentan historias que tienen como telón de fondo las culturas nipona y norteamericana; es decir, que reflejan el modo de vida, tradiciones y valores de estos dos países.

Como técnica de creación audiovisual, la animación es utilizada para narrar cualquier tipo de historia (horror, romance, pornografía, suspenso, acción, etc.), y en ese sentido puede dirigirse a públicos de todas las edades. Sin embargo, tradicionalmente han sido los más pequeños los que se ven atraídos por los dibujos animados, regularmente cómicos o de aventuras, al grado de preferirlos por encima de cualquier otro tipo de programa televisivo.

En México, donde la producción de animación para la televisión es escasa, la mayor parte de las series animadas que se transmiten son importadas. De hecho, este es uno de los géneros televisivos, junto con los filmes y las series de ficción, en el que existe un fuerte dominio norteamericano (Lozano, 2008). Esto quiere decir que los niños mexicanos dedican buena parte de su tiempo de ocio a seguir estos dibujos animados, que muestran realidades distintas a las que ellos viven diariamente. El primer ejemplo de estas diferencias que viene a la mente es la representación de las rutinas escolares de los personajes animados, que asisten a colegios que no solo se ven distintos (con casilleros y largos pasillos en el caso de los dibujos norteamericanos), sino que también muestran rutinas sociales distintas (en los animes, los niños cambian sus zapatos de calle por pantuflas para entrar al salón).

Frente a esta situación, surgen un par de preguntas: ¿son los niños capaces de identificar que están viendo un programa creado en otra cultura?, y ¿qué estrategias usan para interactuar con las referencias culturales extranjeras que encuentran en el programa?

Su amplia popularidad entre los niños y el hecho de que el mercado esté dominado por un par de naciones provoca que las series animadas sean un caso único para estudiar la percepción de los mensajes televisivos de alcance internacional por parte de las audiencias locales.

Es cierto que todos los programas de televisión al ser importados tienen que pasar un proceso de «localización» (Chalaby, 2002) para hacerlos más comprensibles y agradables para las nuevas audiencias. Sin embargo, esto no significa que perderán toda su especificidad cultural, ya que retienen referencias al estilo de vida, los paisajes, los valores, el sentido del humor, las tradiciones e incluso los estereotipos del país de origen.

Generalmente, las series animadas son adaptadas por medio del doblaje, que implica la sustitución de la banda sonora original por una nueva realizada en el idioma de destino (Kilborn, 1993). Además de las voces, muchas veces se doblan también las canciones y se leen en voz alta los textos escritos (letreros) que aparecen. Los doblajes más elaborados son verdaderos prodigios de la traducción, pues logran incluir acentos locales, refranes, expresiones populares e incluso referencias a personajes famosos del país de destino (Cobos, 2010). Incluso estos doblajes elaborados no pueden cambiar la parte visual, ni la historia o la trama de la narrativa. En estos intersticios permanecen referencias culturales específicas al país de origen, con los que los jóvenes televidentes tienen que interactuar para darle sentido a la narrativa.

Entonces, es válido preguntarse cómo perciben los niños estos dibujos animados para conocer si son capaces de identificarlos, en primer lugar, como algo distinto a su propia cultura y cómo encuentran sentido a las referencias culturales incluidas en ellos que les pueden resultar lejanas.

La revisión de literatura existente sobre el tema revela que existe una escasez de investigación empírica sobre la comprensión que los niños tienen de estos programas animados de origen extranjero. En particular, se conoce poco sobre las estrategias que utilizan para entender los dibujos animados que han sido adaptados a través del doblaje.

Aunque la compleja relación entre los niños y la televisión ha sido ampliamente estudiada desde variados puntos de vista, son escasos los estudios que tratan directamente la manera en que entienden los dibujos animados extranjeros (algunos ejemplos son los trabajos de: Corona, 1989; Charles, 1989; Moran & Chung, 2003; Amaral, 2005; Donald, 2005). En este sentido, este trabajo pretende contribuir a un campo de investigación aún en desarrollo.

El objetivo primordial es conocer si un grupo de niños mexicanos de edades entre los 8 y los 11 años son capaces de identificar si los dibujos animados que observan son extranjeros. De la misma manera, se pretende identificar los mecanismos que estos pequeños

utilizan para entender las referencias a la cultura norteamericana que aparecen en la serie «El Laboratorio de Dexter» (producida por Cartoon Network). Finalmente, se pretende evaluar si esta comprensión puede ser afectada por factores como la edad, el género o el estrato social de pertenencia. La publicación de estos resultados es pertinente por la prevalencia de los supuestos que originaron la investigación: a) el dominio japonés y norteamericano en el mercado mexicano de la animación, b) la predilección de los niños de las edades estudiadas por los dibujos animados, y c) las limitaciones del doblaje para adaptar los referentes culturales presentes en los programas; es decir, la relación específica entre el niño mexicano y los dibujos animados norteamericanos que se buscaban explorar se sigue estableciendo con la acción mediadora del doblaje.

2. Método de la investigación

Como se ha dicho antes, se pretende explorar cómo un grupo niños de una ciudad provincial del Sureste de México comprenden los dibujos animados norteamericanos que han sido traducidos por doblaje. Específicamente, se observa si los participantes son capaces de identificar que la serie es extranjera, y se busca conocer cuáles son los mecanismos que ponen en juego para crear sentido a productos mediales creados fuera de su propia cultura.

Para el trabajo empírico se eligió un enfoque cualitativo, siguiendo la tradición principal de los estudios internacionales de las audiencias televisivas (Ang, 1985; Liebes & al., 1990; Kraidy, 1999; Pertierra, 2012). Técnicas cualitativas, como las entrevistas semi-estructuradas y los grupos de discusión, permiten obtener respuestas que no siguen un formato predefinido, pero que igualmente ofrecen una visión clara de la situación en que estos niños ven televisión. En este sentido, los resultados aquí obtenidos no deben ser generalizados a la población, sino entendidos como indicios que permiten vislumbrar los significados que una comunidad específica está creando de un producto cultural determinado. En este caso particular, se trata de tener una idea más clara de cómo estos niños

perciben los rasgos culturales que persisten en esta serie animada norteamericana, aún después del doblaje.

El trabajo de campo consistió en seis sesiones de entrevista semi-estructurada y seis grupos de discusión, que tuvieron lugar en los meses de diciembre de 2004 y enero de 2005 en la ciudad de Villahermosa, Tabasco, México. Las entrevistas se realizaron en las viviendas de los niños, lo que permitió observar el contexto cotidiano donde se realiza la práctica social de ver televisión. En lo que se refiere a los grupos de dis-

En este estudio, los niños se confirman como espectadores curiosos y conscientes de lo que ven en la televisión. Se revelan como sujetos que construyen su identidad cultural a partir de una multiplicidad de estímulos (locales, nacionales y globales), a los que tienen acceso según las condiciones socioeconómicas en las que viven. Una nueva serie de observaciones empíricas seguramente enriquecería la comprensión de este fenómeno, sobre todo si se toma en cuenta que los niños están adoptando nuevas tecnologías como teléfonos inteligentes y tabletas, que son puntos de acceso privilegiados a referentes culturales propios y extranjeros.

cusión, la mitad de las sesiones se llevaron a cabo en una escuela primaria pública, mientras que la otra mitad en una escuela primaria privada. La razón de esta división es que, en México, el tipo de escuela a la que un niño asiste sirve para identificar de modo muy claro su pertenencia a un estrato social determinado, debido al costo elevado de las colegiaturas que se deben pagar en las instituciones de educación privadas.

Un total de 44 niños participaron en la investigación: siete de ellos en las entrevistas (porque en una sola sesión participaron un par de gemelas) y 37 en los grupos de discusión. Se puso mucha atención para asegurar que los grupos estuvieran divididos de forma equitativa por edad y género. Igualmente, se buscó que los participantes provinieran de una variedad de estratos sociales, lo que en cierta manera estaba deter-

minado por su asistencia a escuelas públicas o de pago (tablas 1 y 2). No se logró una proporción exacta en todos los casos pero el carácter cualitativo del estudio permite una cierta flexibilidad en este sentido.

La edad de los participantes se ubicó dentro del rango de los 8 y los 11 años, debido a que estos niños ya son capaces de entender claramente los códigos narrativos de la televisión (Josephson, 1995; Anderson, 2004). Además, trabajar con niños de esta edad asegura que todos ellos ya son capaces de leer los textos escritos que aparecen usualmente en los dibujos animados, los cuales muchas veces no pueden ser traducidos y permanecen en el idioma original.

En el caso de las entrevistas, debido a la dificultad que conlleva obtener acceso a las viviendas de niños pequeños para realizar observaciones, los participantes fueron reclutados a través de conocidos y parientes de la investigadora. Los participantes de los grupos de discusión fueron niños que se ofrecieron como voluntarios en las escuelas. En todos los casos se obtuvo su asentimiento para participar, el consentimiento informado firmado por los padres y se garantizó el anonimato mediante el uso de seudónimos.

La serie animada «El laboratorio de Dexter» (Dexter's Laboratory) fue seleccionada como caso de estudio por tres razones principales: a) en el momento en que se realizó el estudio estaba disponible en México tanto en televisión abierta como en sistemas de pago; b) la serie había sido doblada en español latino; c) era una serie muy popular entre los jóvenes televidentes mexicanos en ese momento (IBOPE, 2005). Todas estas características la hacían accesible para los niños que participaron en el estudio, sin distinción de edad, género o procedencia social. Una importante razón adicional fue que esta serie, al estar ambientada en los Estados Unidos en la época contemporánea permitía ver el estilo de vida de una familia típica de aquel país.

La serie cuenta las aventuras de un niño genio de nombre Dexter y de su hermana DeeDee, que viven en una casa de los suburbios norteamericanos. Existe un fuerte elemento de fantasía y ciencia ficción en la narrativa, pero también se presentan situaciones típicas que muestran la cultura norteamericana. Aparte de las aventuras de Dexter, dentro de la serie se incluyen además historias breves de un grupo de superhéroes

Tabla 1. Distribución de los participantes en las sesiones de entrevista

PARTICIPANTES	EDAD	GÉNERO	TIPO DE ESCUELA
Alicia y Andrea	9 años	Niñas (gemelas)	Pública
Karina	9 años	Niña	Privada
Diana	11 años	Niña	Pública
Hernán	9 años	Niño	Privada
Angel	8 años	Niño	Pública
Lucas	8 años	Niño	Privada
7 participantes en total	2 de 8 años, 4 de 9 años y 1 de 11 años	4 niñas/3 niños	4 pública/3 privada

Tabla 2. Distribución de los participantes en los grupos de discusión

GRUPOS DE DISCUSIÓN	EDAD	GÉNERO	TIPO DE ESCUELA
1	8 años	3 niñas/3 niños	Pública
2	9 años	1 niña/4 niños	Pública
3	10 años	4 niñas/3 niños	Pública
4	8 años	3 niñas/3 niños	Privada
5	9 años	4 niñas/3 niños	Privada
6	10 años	3 niñas/3 niños	Privada
37 participantes en total	12 de 8 años, 12 de 9 años y 13 de 10 años	18 niñas/19 niños	18 pública/19 privada

encabezados por el Mayor América. La presencia de todos estos elementos fue crucial para facilitar la discusión sobre aspectos de las diferencias culturales.

Cada una de las sesiones de entrevistas y grupos de discusión se dividió en tres partes: durante los primeros 20 minutos los niños observaron un episodio de los dibujos animados a analizar, el cual había sido grabado recientemente de la transmisión televisiva cotidiana. Esto permitió a la investigadora observar sus reacciones durante el programa y recoger comentarios espontáneos. Posteriormente, se pidió a los participantes que narraran el argumento principal del episodio. La discusión que siguió estuvo estructurada de manera flexible alrededor de una serie de temas: se inició por preguntarles su opinión de la serie, luego se les preguntó si sabían dónde vivía el personaje y dónde estaba producida la serie; se les pidió comparar su vida con la del protagonista de los dibujos animados y se llegó poco a poco a las cuestiones relativas a las referencias culturales norteamericanas que aparecían en el vídeo mostrado, como podrían ser letreros escritos en inglés, ambientes y lugares típicos de las ciudades estadounidenses, monumentos, símbolos, etc.

Tanto los grupos de discusión como las entrevistas fueron videograbadas y se tomaron notas de campo. Las entrevistas fueron transcritas en su totalidad. La transcripción de los grupos de discusión fue parcial, debido a la gran cantidad de datos y al nivel de las intervenciones de los participantes. Sin embargo, las videograbaciones de estas sesiones fueron analizadas cuidadosamente para tomar en cuenta las respuestas de los participantes de la manera más fiel posible.

La información obtenida del trabajo de campo se codificó de acuerdo a categorías de análisis. Como el interés del estudio es muy específico, algunas de dichas categorías habían sido establecidas a priori y formaban parte de la guía de temas que se utilizó para estructurar las sesiones (comprensión del relato, identificación del origen de los dibujos animados, comparación entre la vida del personaje y la propia, etc.). Otras emergieron directamente de las respuestas que los niños proporcionaron, así como de las notas de campo (dibujos animados violentos, negociación a través de referentes locales, conciencia de las convenciones del doblaje, etc.).

3. Análisis y resultados

El primer resultado que se derivó del trabajo de campo es que todos los participantes fueron capaces de entender y posteriormente narrar correctamente la historia básica del episodio que observaron. No se presentaron diferencias visibles en términos de edad, género y proveniencia social. Los participantes mostraron igualmente una buena comprensión del humor, que es uno de los elementos que regularmente se pierde o disminuye con la traducción. Esto último se debe en parte a que en los dibujos animados un alto porcentaje del humorismo es visual.

Cuando se les preguntó su opinión acerca de los dibujos animados, los niños mencionaron aquellas partes que les agradaban y aquellas que más les desagradaban. De esta pregunta resultó que una mayoría de los niños entrevistados estaban ya familiarizados con los personajes y los temas básicos que se presentaban en la serie. No solo recordaron el argumento principal y momentos específicos del episodio utilizado en la sesión, sino que también mencionaron muchas otras escenas, personajes y bromas recurrentes de la serie que habían visto por su cuenta en televisión. Se confirmó, por ello, la disponibilidad de «El laboratorio de Dexter» entre su audiencia, así como la popularidad de los programas animados en general, pues los participantes nombraron también muchos otros títulos norteamericanos y japoneses.

A continuación, los niños compararon lo que veían en los dibujos animados con sus propias vidas. Mayormente, se enfocaron en cosas tangibles que los rodean, como la forma de las casas que ven en la serie y sus propias casas. Muchos también compararon la familia del protagonista con su propia familia, hablando de los rasgos físicos de los personajes, de la ocupación de los padres y de la rivalidad entre hermanos. En este sentido, la edad parece ser un factor determinante porque los niños de 10 años, tanto de la escuela públi-

ca como de la privada, realizaron comparaciones más sofisticadas. De hecho, los miembros del grupo de discusión de 10 años de edad de la escuela privada hablaron de estilos de vida mexicano y norteamericano. Después de que hubieron concordado que Dexter vive en Estados Unidos, se les inquirió cómo pueden saberlo. Respondieron dos niños (Calvin y Armando) y una niña (Ari): «Calvin: Por el estilo de vida americano; Investigadora: ¿Cómo es el estilo de vida americano?; Calvin: Pues, una casa con su familia, ellos solos; Armando: Y además son siempre de dos pisos; Calvin: Ajá, y una escuela con casilleros, que son muy raros aquí en México; Armando: Y que van [a la escuela] con ropa de vestir; Calvin: Con pantalones, ropa de vestir, ajá; Ari: Y las escuelas de gobierno [en Estados Unidos] son como las particulares [en México], solo que las particulares [en Estados Unidos] son mucho más caras». En este diálogo, los participantes se muestran capaces de comparar los elementos de su vida cotidiana con lo que ven en la pantalla, incluso en el caso de un género como la animación, que podría ser considerado fantasioso.

La siguiente categoría de análisis fue el lugar donde habitaría Dexter. La mayoría de los niños participantes, tanto en las entrevistas como en los grupos de discusión, respondió que el personaje vive en los Estados Unidos. Dijeron que llegaron a esa conclusión porque habían visto al personaje llamado Mayor América (Major Glory en el original en inglés), el cual es un superhéroe que viste la bandera de las barras y las estrellas como uniforme. Los niños de diez años de edad de los grupos de discusión, tanto de la escuela pública como de la privada, se mostraron tan seguros de que Dexter vive en los Estados Unidos que inclusive trataron de adivinar la localización exacta de la serie, diciendo que debía ser en Washington o en la ciudad de Nueva York. Por otra parte, una minoría (un niño de ocho años de la escuela pública, cinco niños de nueve años de la escuela pública y un niño de nueve años de la escuela privada) respondieron que Dexter vive en la capital de su propio país, es decir, en la Ciudad de México. Al preguntarles la razón para llegar a esa conclusión, uno de ellos indicó que «porque la mayoría de los personajes [de la televisión] viven allá». De alguna manera, la ciudad capital es vista por estos niños de provincia como el centro de muchas cosas en el país, y particularmente de producción de televisión.

Cuando se preguntó a los participantes si sabían dónde se producía la serie «El laboratorio de Dexter», nuevamente los niños mayores en general, y particularmente aquellos que asistían a la escuela privada, fueron capaces de decir que el programa estaba pro-

ducido en los Estados Unidos. Entre las razones que mencionaron para llegar a esta conclusión estaban: a) el título y los créditos finales del programa están en inglés; b) el uniforme del superhéroe Mayor América muestra la bandera norteamericana; c) habían visto un programa especial sobre la producción de la serie en el canal de pago Cartoon Network. Un niño de ocho años de la escuela pública indicó que él estaba seguro de que el programa estaba hecho en Estados Unidos porque lo había visto en Internet. Igualmente, un niño de nueve años de la escuela privada especificó que se producía en Estados Unidos «pero se traduce aquí [en México]». Solamente el grupo de nueve años de edad de la escuela pública indicó que la serie estaba producida en la Ciudad de México, pero no ofrecieron ninguna razón para justificar esta idea.

Siguiendo la lógica de lo anterior, los niños discutieron cómo es posible reconocer los orígenes de los dibujos animados. Los y las participantes de todos los estratos sociales y edades se mostraron certeros al describir las diferencias entre las series animadas japonesas y norteamericanas, incluso desde un punto de vista estético (dijeron, por ejemplo, que los personajes de los programas japoneses tienen ojos enormes y brillantes). De manera interesante, reflejando una concepción común entre los padres en esa época, algunos niños dijeron que los dibujos japoneses pueden reconocerse porque son violentos (como lo expresó un niño de diez años de la escuela privada: «de Japón vienen las más sangrientas, como «Jackie Chan», «Dragon Ball Z», «Las tortugas ninjas»). Asimismo, un par señaló que los letreros escritos que aparecen en los programas son un buen indicador para conocer el origen de los mismos.

En este punto, se les pidió a los niños que explicaran qué cosa hacen usualmente cuando ven textos escritos en inglés en los dibujos animados. La mayoría, sin distinción de edad ni estrato social, apuntó que cuando ven un letrero en otro idioma, esperan a que una voz «anuncie» lo que significa (sería una convención del doblaje). Una minoría de los participantes, todos ellos de la escuela privada, explicaron que ellos leían los textos escritos porque ya pueden entender lo que significan en inglés, dado que estudian el idioma como materia obligatoria, lo que no ocurre en las escuelas públicas. Sin embargo, las gemelas entrevistadas que asisten a una escuela pública (nueve años) dijeron que ellas cuando ven una palabra desconocida en un título buscan su significado en el diccionario bilingüe. Otro pequeño de ocho años de la escuela pública explicó que respecto a los letreros en inglés él preguntaba a su padre: «Yo nunca le entiendo nada.

Yo le pregunto a mi papá: «¿Qué quiere decir ahí?». Y él tampoco le entiende nada. El que le entiende es mi tío, que ese sabe inglés...». Todos estos en conjunto parecen ser mecanismos comunes entre estos niños para tratar de entender las referencias culturales extranjeras.

Aparte de las respuestas de los participantes, fue también posible tomar nota de sus reacciones cuando miraban el episodio. De ahí se observó que todos ellos entendían la narrativa de modo bastante adecuado. Inclusive, participantes de diez años de la escuela privada reconocieron la imagen de Albert Einstein en uno de los capítulos observados. También se presentó un curioso momento de negociación de significados, cuando el niño de nueve años entrevistado (escuela privada), al ver la imagen de un «cowboy» galopando en un montaje en blanco y negro lo identificó con el revolucionario mexicano Emiliano Zapata, utilizando así una referencia local para explicarse algo que provenía fuera de su cultura.

4. Discusión y conclusiones

La observación de estos niños mirando televisión confirma lo que la teoría ya ha sustentado previamente, en el sentido de que estos son espectadores que crean significados de manera social dentro de sus comunidades interpretativas (Orozco, 1990; 1994; Seiter, 1998), ya que mientras veían los episodios grabados para la sesión comentaban con sus compañeros o hermanos, hacían observaciones, criticaban y preguntaban sobre lo que no entendían.

De manera complementaria, no son solamente una audiencia activa en el sentido ideológico, como la entendía Stuart Hall (2001), sino también una audiencia que se mantiene activa mientras ve la televisión (Palmer, 1986), ya que durante las entrevistas en sus casas, se entretenían en diferentes actividades mientras veían la televisión, como era jugar con sus juguetes, comer dulces, abrazar a sus muñecos de felpa, acomodarse en el mejor lugar posible o molestar a sus hermanos. Asimismo, se observó a partir de sus respuestas que estos niños tienen categorías claras para lo que es bueno y malo, realista o no realista en los programas de televisión y que saben qué esperar de los distintos géneros televisivos. De hecho, se deduce de sus respuestas que tienen un conocimiento especializado de los programas animados, lo que deja ver que constituyen una parte importante de su consumo cultural cotidiano, junto con los videojuegos, filmes, historietas, etc. (Kinder, 1991).

Respecto al tema específico de este trabajo, todos los participantes se mostraron capaces de seguir la na-

rrativa de los dibujos animados norteamericanos en cuanto a la historia y entendieron el humor. No se presentaron diferencias ligadas al género de los participantes, pues niños y niñas mostraron igual comprensión. La edad fue un factor influyente, pues los mayores hicieron comparaciones más sofisticadas respecto a sus propias vidas y los elementos que veían en el programa, sobre todos los niños que asistían a la escuela privada, quienes también hablaron de manera un poco más abstracta sobre los estilos de vida mexicanos y norteamericano. El hecho de que estos tengan mayor familiaridad con el idioma inglés y que muchos de ellos hayan viajado al extranjero parece jugar un papel relevante en esta diferencia.

En cuanto a las nociones sobre los lugares representados en los dibujos animados y el lugar de producción del mismo, los participantes como grupo expresaron aún un cierto grado de ambigüedad. Para algunos de ellos la Ciudad de México, como lugar distinto y alejado de la provincia, fue un importante punto de referencia. De nuevo fue notorio que para los mayores y para aquellos de proveniencia social más alta, era mucho más claro que se trataba de un programa específicamente norteamericano, pues lo reconocían por los títulos y créditos en inglés, así como por los rasgos culturalmente específicos de los mismos personajes.

Muy reveladora fue la discusión sobre las maneras en que estos niños reconocen la proveniencia de los dibujos animados, ya que describieron con precisión los rasgos estéticos del anime japonés, e incluso expresaron algunos de los juicios que existen sobre él, como el hecho de que sea considerado violento.

Finalmente, fue posible identificar algunos de los mecanismos que estos niños aplican para entender las referencias culturales externas a su propia cultura, sobre todo los textos escritos en inglés que no se podían modificar o eliminar de las imágenes. Aquí la efectividad del doblaje como método de adaptación quedó confirmada, pues todos los entrevistados sabían que por convención una voz masculina (un señor) debe leer en español lo que está escrito. Esto implica que desde una edad muy temprana ya son conscientes de

que ciertos contenidos televisivos son traducidos. Sin embargo, en la interpretación de estos textos fue notoria una diferencia entre los más jóvenes y los mayores, pues estos últimos reportaron que hacían el esfuerzo de preguntar a sus padres por el significado de las palabras o incluso las buscaban por sí mismos en el diccionario. Con respecto al origen social, se encontró que los niños de la escuela privada llevaban una ventaja, pues conocían mejor el idioma inglés y algunos de ellos habían estado ya en los Estados Unidos, o tenían parientes que vivían en aquel país. Todo esto les proporcionaba un mejor conocimiento de primera mano del modo de vida norteamericano. En este punto, mi

La efectividad del doblaje como método de adaptación quedó confirmada, pues todos los entrevistados sabían que por convención una voz masculina («un señor») debe leer en español lo que está escrito. Esto implica que desde una edad muy temprana ya son conscientes de que ciertos contenidos televisivos son traducidos. Sin embargo, en la interpretación de estos textos fue notoria una diferencia entre los más jóvenes y los mayores, pues estos últimos reportaron que hacían el esfuerzo de preguntar a sus padres por el significado de las palabras o incluso las buscaban por sí mismos.

interpretación coincide con la que proponen La Pastina y Straubhaar (2005) respecto a la percepción de las telenovelas en Brasil: el capital cultural (Bourdieu, 1984) parece ser un factor relevante que guía la interpretación de las narrativas mediales, incluso a una edad tan temprana como la que se estudió aquí.

Las implicaciones de estos resultados no se pueden generalizar a todos los niños mexicanos, ni aún a los de la provincia donde se realizó el estudio, debido al uso de métodos cualitativos. A pesar de ello, muchos de los comentarios y de las observaciones permiten vislumbrar que estos pequeños son conscientes de estar viendo un mensaje proveniente de otra cultura. Esta capacidad de diferenciar la propia realidad de la ajena a como es mostrada en un programa televisivo se desarrolla con la edad y está ligada igualmente al capital cultural, en el sentido de que los pequeños de las

escuelas privadas que participaron tenían la posibilidad de desarrollar desde más temprano una concepción más compleja del mundo a través del aprendizaje del inglés, del acceso a sistemas de televisión de pago con canales internacionales e incluso a través de los viajes a Estados Unidos, donde habían visto personalmente la cultura que veían representada en los dibujos animados.

Al mostrarles representaciones del mundo, los mensajes de televisión contribuyen a la educación de los niños; por tanto, es significativo ratificar que estos pequeños los consumen activamente. En este estudio, limitado en su alcance pero aun así esclarecedor, los niños se confirman como espectadores curiosos y conscientes de lo que ven en la televisión. Se revelan como sujetos que construyen su identidad cultural a partir de una multiplicidad de estímulos (locales, nacionales y globales), a los que tienen acceso según las condiciones socioeconómicas en las que viven. Una nueva serie de observaciones empíricas seguramente enriquecería la comprensión de este fenómeno, sobre todo si se toma en cuenta que los niños están adoptando nuevas tecnologías como teléfonos inteligentes y tabletas, que son puntos de acceso privilegiados a referentes culturales propios y extranjeros.

Apoyos y agradecimientos

Una beca Fulbright-García Robles permitió realizar esta investigación. Agradezco especialmente a los supervisores de tesis Dr. Michael Kackman y Dr. Joseph Straubhaar.

Referencias

- Amaral, E.S. (2005). *Constructed Childhoods: A Study of Selected Animated Programmes for Children with Particular Reference for the Portuguese Case*. (Tesis Doctoral). (<http://goo.gl/ldXBf3>) (26-04-2014).
- Anderson, D.R. (2004). Watching Children Watch Television and the Creation of Blue's Clues. In H. Hendershot (Ed.), *Nickelodeon Nation: The History, Politics, and Economics of America's only TV Channel for Kids*. (pp. 387-434). New York: New York University Press.
- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. New York: Routledge.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Cobos, T.L. (2010). Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura Otaku en América Latina. *Razón y Palabra*, 72. (<http://goo.gl/N5AisY>) (15-07-2014).
- Cornelio-Marí, E.M. (2005). *Mexican Children's Perception of Cultural Specificity in American Cartoons*. (Tesis de Maestría no publicada, The University of Texas at Austin).
- Corona, S. (1989). El niño y la TV: una relación de doble apropiación. In E. Sánchez-Ruiz (Comp.), *Televisión infantil, mito o realidad*. (pp. 69-78). México: Universidad de Guadalajara.
- Chalaby, J. (2002). Transnational Television in Europe: The Role of Pan-European Channels. *European Journal of Communication*, 17(2), 183-203.
- Charles, M. (1989). La televisión y los niños. El reto de vencer al Capitán América. In E. Sánchez-Ruiz (Comp.), *Televisión infantil, mito o realidad*. (pp. 15-26). México: Universidad de Guadalajara.
- Donald, S.H. (2005). *Little Friends: Children's Film and Media Culture in China*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Hall, S. (2001). Encoding/Decoding. In M.G. Durham, & D.M. Kellner (Eds.), *Media and Cultural Studies: Key Works*. (pp. 166-176). Malden: Blackwell Publishers.
- IBOPE (2005). *IBOPE Network Ranking Multi-Country Report (Weighted Average of Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Mexico and Peru Survey Areas)*. *Total Day Rating Among Cable Households (Average Monday-Sunday)*. (<http://goo.gl/ftHep7a>) (26-04-2014).
- Josephson, W.L. (1995). *TV Violence: a Review of the Effects on Children at Different Ages*. Ottawa: National Clearinghouse on Family Violence.
- Kilborn, R. (1993). Speak my Language: Current Attitudes to Television Subtitling and Dubbing. *Media, Culture and Society*, 15, 641-660.
- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.
- Kraidy, M. (1999). The Global, the Local and the Hybrid: a Native Ethnography of Glocalization. *Critical Studies in Mass Communication*, 16, 456-473.
- La Pastina, A., & Straubhaar, J. (2005). Multiples Proximities between TV Genres & Audiences: The Schism between Telenovelas Global Distribution and Local Consumption. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 67(3), 271-288.
- Liebes, T., & Katz, E. (1990). *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Lozano, J. (2008). Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina. *Comunicar*, 15(30), 62-72.
- Martel, F. (2011). *Cultura Mainstream: cómo nacen los fenómenos de masas*. (Trad. Núria Petit Fonserè). Madrid: Taurus.
- Moran, K.C., & Chung, L.C. (2003). Creating an 'Ambiguous' Identity: the Role of International Mass Media in the Lives of Children. *Second annual Global Fusion Conference*, Austin, TX. October 2003.
- Napier, S. J. (2001). *Anime from Akira to Princess Mononoke: Experiencing Contemporary Japanese Animation*. New York: Palgrave.
- Orozco, G. (1990). El niño como televidente no nace, se hace. In M. Charles, & G. Orozco (Eds.), *Educación para la recepción*. (pp. 33-48). México: Trillas.
- Orozco, G. (1994). Recepción televisiva y mediaciones: la construcción de estrategias para la audiencia. In G. Orozco (Ed.), *Televisión: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. (pp. 69-88). México D.F.: Universidad Iberoamericana.
- Palmer, P. (1986). *The Lively Audience: A study of Children around the TV Set*. Sidney: Allen, & Unwin.
- Pertierra, A. (2012). If They Show Prison Break in the United States on a Wednesday, by Thursday It Is Here: Mobile Media Networks in Twenty-First-Century Cuba. *Television & New Media*, 13(5), 399-414.
- Seiter, E. (1998). Children's Desires/Mother Dilemmas: The Social Context of Consumption. In H. Jenkins (Ed.), *The Children's Culture Reader*. (pp. 297-317). New York: New York University Press.