

Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social
Licenciatura en Periodismo

Tesis monográfica

La comunicación a través de dibujos animados. Investigación del mensaje y la cultura que transmiten.

Análisis de los dibujos animados "Los peques".



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Realizado por: Natalia Tassara
Directora de la Carrera de Periodismo: Prof. Lic. Erica Walter
Tutor de la Tesina: Federico Califano
Asignatura: Seminario de investigación periodística
Cátedra: Prof. Lic. Erica Walter
Buenos Aires, Argentina, 7 de noviembre de 2006

Dirección de mail: natitassara@speedy.com.ar
Teléfono: 15-5046-7500

ABSTRACT

Los dibujos animados son el primer contacto del niño con el televisor. Más allá del formato técnico de ficción que domina las producciones animadas, ningún otro segmento de público resulta tan permeable como la audiencia infantil, ante la influencia y el impacto que pueden causar los contenidos que se transmiten mediante esta modalidad de género. Los dibujos animados transmiten contenido, ideas, valores, costumbres, se instalan en un momento histórico y social, hablan del inconsciente colectivo y fundamentalmente comunican.

En la presente tesina todos los contenidos elaborados permiten estructurar el marco teórico que luego será corroborado en el análisis del caso. Allí se aborda el estudio detallado de los dibujos animados Los Peques. El enfoque está planteado desde el mensaje y el análisis de contenido permite afirmar que estos dibujos transmiten la cultura y las características de este país y sobre todo de la Patagonia a través de la perfecta combinación entre el viejo cuento y la modernidad haciendo un producto más que interesante para niños y adultos.

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR
Palabras Claves

Televisión, Dibujos Animados, Niños, Los Peques, Cultura, Valores, Patagonia.

Índice general de contenidos

I.	Introducción.....	Pág. 9
-----------	--------------------------	---------------

Capítulo 1. El soporte técnico de los dibujos animados: la televisión

1.1	Efectos de la televisión en el público.....	Pág. 15
1.1.1	La televisión como prolongación de la persona.....	Pág. 18
1.1.2	La vida cotidiana con la compañía del televisor.....	Pág. 20
1.1.3	El consumo televisivo y la gratificación.....	Pág. 22
1.1.4	Objetividad: ¿imposible?	Pág. 27
1.2	El proceso de socialización.....	Pág. 29
1.2.1	La comunicación inadvertida.....	Pág. 32
1.2.2	Educación a través de la televisión.....	Pág. 33
1.2.3	Los estereotipos: reyes en el contenido televisivo.....	Pág. 37



Capítulo 2. El Público infantil

2.1	Aspectos generales del desarrollo del niño.....	Pág. 42
2.1.1	Perspectivas sobre el desarrollo humano.....	Pág. 45
2.1.1.1	Perspectiva psicoanalítica.....	Pág. 45
2.1.1.2	Perspectiva del aprendizaje.....	Pág. 47
2.1.1.3	Perspectiva congnotiva.....	Pág. 48
2.2	Los niños y la televisión.....	Pág. 52
2.3	Niños, consumo y publicidad	Pág. 58

Capítulo 3. Los dibujos animados

3.1	La historieta como inicio del dibujo animado.....	Pág. 62
3.1.1	El aporte del cine y la televisión	Pág. 64
3.1.2	Patoruzú	Pág. 66
3.1.3	Mafalda.....	Pág. 68
3.1.4	Clemente.....	Pág. 69
3.2	Breve historia del dibujo animado en la Argentina...	Pág. 71
3.2.1	Los primeros pasos en el cine de animación.....	Pág. 72
3.2.1.1	Quirino Cristiani.....	Pág. 72
3.2.1.2	Walt Disney y Molina Campos.....	Pág. 74
3.2.1.3	Dante Quinterno.....	Pág. 75
3.2.1.4	Jorge Caro y su mirada hacia la Warner Brother y la Metro.....	Pág. 75
3.2.1.5	Victor Iturraldi.....	Pág. 76
3.2.2	Pantalla chica.....	Pág. 77
3.2.2.1	Auge del cortometraje y presencia de la animación...	Pág. 77
3.2.2.2	Oscar Deplats / Catú.....	Pág. 78
3.2.3	García Ferré.....	Pág. 79
3.2.3.1	Contexto histórico década del sesenta y setenta.....	Pág. 79
3.2.3.2	Anteojito, Antifaz y otros personajes.....	Pág. 81
3.2.3.3	Hijitus.....	Pág. 82
3.2.3.4	Los Largos.....	Pág. 84
3.2.3.5	Hacia la década del 80.....	Pág. 85
3.2.3.6	El caso Manuelita.....	Pág. 86
3.2.3.7	Pantriste.....	Pág. 86
3.2.3.8	Mafalda.....	Pág. 87

3.2.4	Los Años noventa.....	Pág. 89
3.2.4.1	Lluvia de personajes en la década del 90.....	Pág. 90
3.2.5	Hacia finales del siglo XX.....	Pág. 92
3.3	El dibujo animado como forma de comunicación....	Pág. 94
3.3.1	La narración.....	Pág. 95
3.3.2	Animar y Comunicar.....	Pág. 97
3.3.3	Animar con la última tecnología.....	Pág. 102

Capítulo 4. Analizando dibujos animados

4.1	La importancia del contexto.....	Pág. 106
4.2	Cuentos infantiles mitos y dibujos animados	Pág. 108
4.3	La cultura dentro del ámbito televisivo.....	Pág. 112
4.3.1	Cultura.....	Pág.112
4.3.1.1	La cultura desde otros aspectos.....	Pág.114
4.3.1.2	La cultura como contexto de producción e interpretación de significados	Pág.115
4.3.2	Socialización.....	Pág.116
4.3.3	Identificación.....	Pág.117
4.3.4	Identidad Cultural.....	Pág.118
4.3.5	Lengua y Lenguaje	Pág.121
4.3.6	La televisión como medio masivo de comunicación..	Pág.124
4.4	El interior de algunos de los dibujos mas representativos.....	Pág.126
4.4.1	Los Sipson.....	Pág.126
4.4.2	Animé.....	Pág.129
4.4.3	Hijitus.....	Pág.132

Capítulo 5. Los Peques

5.1	Presentación del mundo de Los Peques.....	Pág.134
5.2	Con tecnología limitada y muchos malabares	Pág.137
5.2	Análisis profundo de Los Peques.....	Pág.140
5.2.1	Ubicación geográfica.....	Pág.141
5.2.2	Los Personajes.....	Pág.143
5.2.3	Lenguaje.....	Pág.153
5.2.4	Su cultura.....	Pág.156
5.2.5	Valores que transmiten.....	Pág.169
5.2.6	El humor	Pág.175
5.2.7	Vestimenta	Pág.176
5.2.8	Sonido	Pág.177
5.3	Los Peques y los niños.....	Pág.177
5.4	Cuadro Analítico de Los Peques.....	Pág.181
III.	Conclusión	Pág.187
IV.	Bibliografía.....	Pág.192
IV. I	Libros	Pág.192
IV. II	Material consultado en Internet	Pág.196

*A Hugo y Cristina, mis padres.
A mi hermano, Bruno, con quien he compartido
muchísimas tardes de Nesquik y dibujitos animados*



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

“ En vista de que el niño, dulce, manso, marginado de las maldades de la existencia y los odios y rencores de los votantes, es apolítico y escapa de los resentimientos ideológicos de sus mayores, todo intento por politizar ese espacio sagrado terminará por introducir la perversidad donde ahora reina la felicidad y la fantasía”.

(Mattelart, A; Dorfman, A. Para leer el Pato Donald. Editorial Siglo XXI. Madrid, 1972. p.14)



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCIÓN



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCIÓN

Los dibujos animados conforman *Unidades de Sentido Globales*, cuyas formas de organización son específicas y cumplen funciones socio comunicativas que se completan en la recepción de los mismos. Esta circunstancia impone, a quien evalúa los dibujos animados la necesidad de interpretar el contenido, situándolo en el proceso de comunicación y su entorno cultural. La mirada sobre cómo es el mundo y sobre cómo se organizan las sociedades, varía según el tipo de dibujo animado que estemos observando.

De allí entonces que surja la necesidad de comprender sus contenidos desde la perspectiva de la cultura, es decir, como productos audiovisuales que se generan, circulan y consumen en ámbitos socialmente estructurados, en mundos históricamente delimitados y en circunstancias comunicativas específicas. En esta tesina se intentará mostrar de qué forma se plasma la comunicación a través de dibujos animados y cómo se transforman en productos transmisores de, conceptos, ideas, ideologías y, sobre todo, cultura, valores y costumbres.

La metodología de investigación se hará sobre la base de la determinación de un marco teórico que se aplicará en el análisis de contenido de un corpus de investigación constituido por la observación de los dibujos animados: Los Peques. Para verificar la hipótesis se observarán los capítulos de Los Peques, de qué forma y a través de que elementos reflejan las particularidades de la Patagonia argentina y su cultura, convirtiéndose en sí mismos transmisores de valores positivos para los niños y rescatando la idiosincrasia de un pueblo.

Los objetivos que intentará alcanzar la tesina son los siguientes:

- Citar los exponentes de la historieta en la Argentina para reconocer en sus productos el origen del dibujo animado en el país y situarse en un determinado contexto social.

- Describir el desarrollo histórico de los dibujos animados en la Argentina para reconocer las características en la que se enmarca el objeto de análisis.

- Conocer las técnicas y procedimientos en la producción de los dibujos animados.

- Analizar la elaboración de los dibujos animados para destacar de qué forma son transmisores de conceptos.

- Analizar el dibujo animado como forma de comunicación, partiendo de la narración y siguiendo por los puntos comunicativos que se dan a través de la imagen, los colores, los sonidos y los gestos.

- Observar cuál es la influencia que los dibujos animados ejercen sobre los niños para responder cómo y por qué se produce.

- Se deberá analizar conceptos tales como: cultura, valores, moral, lenguaje, que son fundamentales para responder la hipótesis de la investigación.

- Demostrar, mediante el análisis crítico de Los Peques el fenómeno de transmisión de la cultura Argentina y particularmente de la Patagónica.

Para lograr el desarrollo de los objetivos mencionados se tendrán en cuenta los siguientes marcos teóricos:

Las teorías y/ o pensamientos expuestos por dos autores por un lado, Joan Ferrés con sus dos libros, *Televisión y Educación* y *La Televisión: Los Efectos del Bien y del Mal*, donde analiza la televisión desde todos sus aspectos y su relación con la educación, como prolongación de las personas, los efectos que produce en los televidentes y la sociedad misma; como influye la televisión en la vida cotidiana y de qué manera. Además el proceso de socialización la comunicación inadvertida y los estereotipos.

Y, por otro lado, Marshal McLuhan con su libro *Comprender los Medios de Comunicación: Las Extensiones del Ser Humano*, donde se refiere a los mensajes de los medios de comunicación y dice que el verdadero mensaje de un medio son los cambios que éste produce en el entorno en el que se inserta. Ésto quiere decir que los medios modifican el ambiente y a partir de esta característica, suscitan nuevas percepciones sensoriales. De acuerdo a esta idea puede decirse que no sólo son los contenidos los que pueden influir de una u otra manera en un niño, sino que también la relación que el niño tiene con el medio televisivo.

Para analizar y entender el desarrollo de los niños se utilizaron perspectivas sobre el desarrollo humano en psicología propuestas por Diane Papalia y Sally Wendkos Olds en su libro *Psicología del Desarrollo*, donde se describen las teorías de Sigmud Freud, Erik Erikson, Pavlov, Skinner y Watson y Jean Piaget.

Además es importante expresar que se tendría como gran referencia el libro de Raúl Manrupe, *Breve historia del dibujo animado en la argentina*, donde el autor hace una recorrida exhaustiva por toda la historia del dibujo animado argentino desde el primer proyecto de dibujo hasta la actualidad, mostrando los avances y cambios en el tema y permitiendo dar un marco social, histórico y político para entender los elementos de la animación en Argentina.

Es necesario destacar que se tendría como referencia una entrevista realizada a la licenciada Leda Huellaneda (docente de la Universidad de Buenos Aires. Miembro de APA), donde se trató específicamente sobre desarrollo del niño y la relación que puede existir entre ellos y los dibujos animados.

A lo largo de los seis capítulos se abordarán las siguientes temáticas:

- En el primer capítulo se analizará el marco donde se proyectan los dibujos animados, que es la televisión. Para ello se recurrirá a varios autores comprometidos en el tema y se prestará especial atención en los efectos de la televisión y a la relación entre niños y televisión.

- En el segundo capítulo se desarrollarán los aspectos generales del desarrollo del niño, postulando específicamente las perspectivas sobre el desarrollo humano propuesta por importantes psicólogos y estudiosos de la psiquis humana. Se intentará bucear en la composición psicológica del niño para saber de qué manera influyen los contenidos televisivos en ellos y en particular como influyen los dibujos animados.

- En el tercer capítulo se hará una descripción del origen del dibujo animado en Argentina, comenzando por la historieta hasta la actualidad. Se realizará un recorrido por los exponentes más importantes del dibujo animado, teniendo en cuenta siempre el contexto histórico, social y político de nuestro país. Además se analizarán los dibujos animados como forma de comunicación, teniendo en cuenta la narración como eje de toda comunicación y, finalmente, se intentará descubrir de forma básica como se llega a realizar una animación.

- En el cuarto capítulo se analizarán los elementos que toman parte de los dibujos animados: el lenguaje, el contexto, los valores y la cultura, entre otros. Se analizarán algunos dibujos animados específicos elegidos especialmente con el objetivo de sentar precedentes.

- En el quinto y último capítulo se analizará el corpus de investigación compuesto por los dibujos animados Los Peques, buscando los elementos que los hacen distintos y únicos. Para el estudio de los casos se grabaron los capítulos de los dibujos en formato DVD, desde los comienzos de los mismos en el año 2002 a la actualidad. Y se elaborarán planillas de registro de información y conclusiones a la luz de los contenidos teóricos desarrollados en los capítulos precedentes.

De esta forma, la hipótesis a comprobar se enuncia de la siguiente manera:

Los dibujos animados “Los Peques” rescatan las particularidades geográficas y culturales de la Patagonia Argentina en la narración de leyendas mitológicas dirigidas a los niños.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Caratula desarrollo



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR



DESARROLLO

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

CAPÍTULO I

EL SOPORTE TÉCNICO DE LOS DIBUJOS ANIMADOS: LA TELEVISIÓN

“La televisión, como todas las instituciones de la comunicación social, se ha desarrollado de acuerdo con los grandes acontecimientos y procesos de la historia, que en el pasado formaron parte del mundo y aún hoy continúan haciéndolo.” (Sinclair, John. *Televisión: Comunicación Global y Regionalización.*)

EFFECTOS DE LA TELEVISIÓN EN EL PÚBLICO

“La televisión provoca una ambivalencia afectiva en nuestra sociedad, se la ama y se la odia, se la desea y se la desprecia.”¹, dijo el investigador catalán Joan Ferrés.

La televisión se ha convertido en uno de los fenómenos culturales más impresionante de la historia de la humanidad. Su alcance ha sido tal, que hoy en día prácticamente todos los hogares poseen un televisor, y el ver televisión es la tercera actividad a la que más tiempo le dedican los adultos en los países industrializados (después de trabajar y dormir) y la segunda actividad a la que los estudiantes dan más tiempo (después de dormir). En Latinoamérica, se ve televisión un mínimo de tres horas diarias en la semana, y cinco o más durante el fin de semana², así lo expresa un Informe Mundial de la Unesco. A muchos autores estudiosos del tema les preocupa que a pesar de ser una actividad tan masiva, sea la práctica para la que menos se prepara a las personas.

¹ Ferrés, Joan. *Televisión y Educación*. Editorial Paidós. España, 1994, p14.

² Informe Mundial de la Comunicación. UNESCO. 1998. [Consulta] 4 de julio de 2006. Disponible en:http://portal.unesco.org/shs/en/file_download.php/35a03cf30d612d63f381334652d41148press_kit_es.pdf.

Desde siempre, se ha tendido a poner el acento, casi de manera exclusiva, a los contenidos de la televisión. Se tiende a valorarla en función de sí sus programas son buenos o malos, adecuados o inadecuados, sobre todo cuando se trata de públicos infantiles o adolescentes. Sin embargo, hay quienes proponen que ejerce una acción más profunda la relación que se da con este medio, que en el ámbito de los contenidos que éste presenta. El investigador Marshall McLuhan³ en su libro *Comprender los Medios de Comunicación: Las Extensiones del Ser Humano*⁴, dice que el verdadero mensaje de un medio son los cambios que éste produce en el entorno en el que se inserta. Esto quiere decir que los medios modifican el ambiente y a partir de eso, suscitan nuevas percepciones sensoriales. Podría decirse entonces que no sólo son los contenidos los que pueden influir de una u otra manera en un niño, sino que también la relación que el niño tiene con el medio televisivo.

Por su parte, Roger Silverston afirma, “La historia de los estudios sobre la televisión ha estado marcada por una constante agitación, enteramente justificada, en torno a la cuestión de la influencia que ejerce el medio... el péndulo osciló entre posiciones rivales.”⁵

El tema de la televisión siempre ha sido un tema controversial. Hay quienes la condenan y quienes la defienden. El escritor y filósofo italiano Umberto Eco⁶

³ Herbert Marshall McLuhan (21 de Julio de 1911 - 31 de Diciembre de 1980) fue un educador, filósofo y estudioso canadiense. Profesor de literatura inglesa, crítica literaria y teoría de las comunicaciones, McLuhan es reverenciado como uno de los fundadores de los estudios sobre los medios y ha pasado a la posteridad como uno de los grandes visionarios de la presente y futura sociedad de la información. Durante el final de los años 60 y principios de los 70, McLuhan acuñó el término “*aldea global*” para describir la interconectividad humana a escala global generada por los medios electrónicos de comunicación.

⁴ McLuhan, Marshall. *Comprender los Medios de Comunicación: Las Extensiones del Ser Humano*. Editorial Paidós. España, 1996, p. 30.

⁵ Silverstone, Roger. *Televisión y Vida Cotidiana*. Editorial Amorrortu. Argentina, 1994, p. 221.

⁶ Eco, Humberto. *Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas*. Editorial Lumen. España 1977, p.20.

propuso hablar de apocalípticos e integrados para referirse a las dos posturas que se enfrentan. Los apocalípticos hablan de una industria homogeneizadora, de una cultura degradada y de una masificación alienadora, privativa. La consideran la principal causante de todos los males. En el otro extremo están los integrados. Ellos sostienen que la televisión debe ser considerada como una oportunidad para la democratización del saber y de la cultura, para la amplificación de los sentidos y la potenciación del aprendizaje. Desde esta perspectiva, la televisión representa la cultura de la diversidad y de la libertad de las opciones múltiples.

Se ha planteado que la existencia de dos posturas tan extremistas no conduce a nada. La mayoría de los autores, entre los que se encuentra el investigador Valerio Fuenzalida, proponen que la actitud adecuada es la aceptación crítica de la televisión, por eso afirma, “Valorar la eficiencia de la TV significa apreciar su fuerte impacto y también reconocer sus limitaciones. De otro modo se fantasea sobre una supuesta omnipotencia televisiva (para el mal o para el bien) que lleva a desvalorizar la importancia social de las agencias culturales especializadas en el conocimiento, y a desconocer el valor de las agencias sustentadoras de las reglas de convivencia y del comportamiento humano.”⁷

Es decir: debe existir un equilibrio entre el “catastrofismo” y el “optimismo extremo”. Se deben tener en cuenta las ambivalencias que presenta el medio televisivo, sus posibilidades y sus limitaciones, así como sus contradicciones internas.

Como puede observarse, la investigación en televisión se encuentra, desde sus comienzos, dividida en dos personalidades. No se han dado respuestas significativas ni generalizables sobre los efectos de la televisión, porque los datos son incompletos y escasos. Sin embargo, el filósofo y doctor en Ciencias de la

⁷ Fuenzalida, Valerio. *Televisión y Cultura Cotidiana*. Editorial CPU. Chile, 1997, p. 53.

Información Lorenzo Vilches⁸, considera que se pueden hacer dos generalizaciones respecto a este tema:

- Las comunicaciones no son, por lo general, causa necesaria y suficiente de los efectos que producen sobre el público, sino que actúan dentro de un conjunto de otros factores e influencias.

- Existen muchos elementos reforzadores y la televisión es uno más de ellos.

Una de las teorías que surge de las investigaciones, y que es recurrentemente citada por los diversos autores, es la de los usos y gratificaciones. De acuerdo a esta teoría: a) la televisión y los medios en general se usan con una finalidad directa, es decir, cada medio se usa para satisfacer necesidades específicas; b) la audiencia selecciona el medio y los contenidos que pueden responder a sus necesidades; c) existen otras fuentes de satisfacción y los medios compiten con ellas; d) la audiencia está enterada de sus necesidades y las puede verbalizar cada vez que lo quiera.

Sin duda, lo anterior es sólo una teoría a la cual se le oponen en principio otras posturas las cuales sostienen que las personas no saben lo que quieren ni por qué hacen lo que hacen.

La televisión como prolongación de la persona

El investigador catalán Joan Ferrés dice, "Los medios no modifican sólo una facultad. Al modificar esta facultad, a través del mensaje al que la someten, acaban modificando todo el complejo físico y psíquico de la persona: modifican su manera de pensar, de percibir el mundo y de actuar."⁹

Se plantea que la televisión transforma los hábitos perceptivos de los espectadores al crear una necesidad de hiperestimulación de los sentidos y que al

⁸ Vilches, Lorenzo. Art. Cit. p. 55.

⁹ Ferrés, Joan. Art. Cit. p. 23.