



INVESTIGACIÓN FINAL

Principio audiovisual de los dibujos animados

Autora:

María Paula Belmonte

AÑO: 2017



TUTORES:

ANA LORENZO

DIEGO PEREZ LLANA



Agradecimientos

Quiero expresar en este espacio mi más sincero agradecimiento a las personas que me brindaron su apoyo a lo largo de la carrera, en especial a:

Nidia Liberata por ser el principal impulso para concluir con esta etapa.

Rosa, Juan Carlos, Antonela y Francisco por ser el sostén incondicional durante todos estos años.

Nahuel por ser mi fiel compañero y apoyarme siempre.

Ana y Diego por acompañarme, guiarme paso a paso en este camino y brindarme su tiempo y dedicación.

Un profundo agradecimiento a mis familiares y amigos que me otorgaron ánimo, aliento y apoyo, ayudándome a concluir este camino. ¡Gracias por tanto amor!

RESUMEN

Realizamos una investigación descriptiva cuyo principal propósito abarcó la identificación y descripción del lenguaje audiovisual de los dibujos animados más vistos en Argentina durante el 2016. Estos son: Peppa Pig, Jorge el Curioso, La casa de Mickey Mouse, Princesita Sofía y Doctora Juguetes.

Intentamos asimismo, establecer similitudes y diferencias de estos rasgos entre los cinco programas. Se llevó a cabo un análisis a partir de las estrategias comunicacionales ejercidas en los dibujos animados seleccionados, con el fin de realizar un relevamiento de las particulares del lenguaje audiovisual que presentan en común estos dibujos animados.

La investigación utilizó un diseño no experimental, transversal descriptivo. Se trata de un muestreo no probabilístico, intencional o deliberado ya que no es aleatorio, sino que, la muestra es seleccionada siguiendo los diversos criterios de inclusión y exclusión mencionados anteriormente. En esta ocasión, fueron elegidos cinco dibujos animados dirigidos a público infantil entre 3 y 7 años, donde la elección de los capítulos para el visionado se realizará al azar y no incluirá el primer capítulo de cada programa. La evaluación siguió un modelo analítico, descriptivo y comparativo entre los resultados de cada dibujo animado.

El análisis del lenguaje audiovisual nos permitió dar cuenta que tiene la misma importancia que el contenido de cada serie, considerando que a través de este también se construyen y se interpretan mensajes.

Palabras claves: Medio de comunicación- Lenguaje audiovisual- Dibujos animados- Argentina

ÍNDICE

Introducción.....	5
Marco teórico.....	9
Capítulo I - Medios de comunicación.....	12
Capítulo II – Dibujos animados.....	22
Diseño metodológico.....	33
Herramientas de análisis.....	37
Resultados.....	41
Conclusiones.....	59
Bibliografía.....	65



UNIVERSIDAD
FASTA



INTRODUCCIÓN



El presente trabajo de investigación elabora un modelo descriptivo que responde a las características del lenguaje audiovisual utilizado por los dibujos animados dirigidos a niños entre 3 y 7 años en Argentina durante 2016.

Desde la llegada de la televisión al país hasta nuestros días han variado y evolucionado los contenidos audiovisuales que se transmiten. En sus comienzos, las difusiones eran exclusivamente de programas de producción nacional pero rápidamente, con el paso del tiempo, la evolución y los cambios de la tecnología, la televisión se ha ido adaptando, incorporando distintos programas de procedencia extranjera para satisfacer otras necesidades y preferencias del público.

La televisión es considerada hoy en día el medio de comunicación de mayor fuerza socializadora. Diferentes investigaciones han demostrado la importancia de la televisión como factor que favorece la conformación de un colectivo social. “La televisión socializa en cuanto potencia el pensamiento anticipatorio. Es sumamente importante porque consigue que se interioricen sus modelos no por su valor intrínseco sino por el placer que producen”. (Ferrés, 1997). Su gran influencia, nos lleva a considerar la importancia de revisar sus efectos e influencias, por lo tanto, es esencial entender a la televisión no solo como un medio masivo de entretenimiento, sino también, como transmisor de valores, tradiciones y creencias.

Los niños, son parte de ese numeroso público expuesto a la información televisiva, y seguramente, el más vulnerable, dada su incompleta formación ideológica, social, cultural y de valores, desde la que son interpretados y asimilados los mensajes. Varios estudios¹ psico sociales revelaron que los niños de 4 a 5 años establecen hábitos permanentes y características emocionales a través de la imitación y la identificación. La imitación es consciente pero la identificación es inconsciente, y ocurre por la adopción de pautas de conducta y actitudes de personas o hechos significativos para el niño. En este sentido, frente al televisor, y tal como señala Bartolomé Crespo (1998:5); “los niños aprenden la realidad televisiva de distinta manera que los adultos ya que están muy influenciados por su estado de evolución cognitiva”.

¹ ELKIND, D. (2002). Piaget, Jean (1896–1980). In J. W. Guthrie (Ed.), *Encyclopedia of Education* (2nd ed., Vol. 5, pp. 1894-1898). Piaget, J., & Inhelder, B. (1973). *Memory and intelligence*. Londres: Routledge y Kegan Paul. Block, Jack. 1982. "Assimilation, accommodation, and the dynamics of personality development." *Child Development*

En cuanto receptor activo de la televisión, el niño es un «aprendiz» constante. Giovanni Sartori², uno de los autores más críticos sobre la televisión, propone que la televisión y el video (imagen) modifican radicalmente y empobrecen el aparato cognoscitivo del “homo sapiens”, a tal punto que anula su pensamiento y lo hace incapaz de articular ideas claras y diferentes. “La cultura audiovisual es inculta y por lo tanto, no es cultura”, afirma Sartori. El autor también plantea que la televisión es la primera escuela del niño, formándolo en la imagen para después transformarlo en un hombre que no lee, y cuya capacidad de abstracción y de entender se empobrece en el caso de pasar un excesivo tiempo frente al televisor.

Por su parte, Pierre Bourdieu³ comparte esta visión reflexionando acerca del hecho de que la televisión ha adquirido, entre sus características intrínsecas, la de desalentar el ejercicio de pensar, privilegiando el impacto de la imagen sobre el contenido y el de la emoción sobre la razón⁴.

Uno de los formatos que revolucionaron la imagen con su llegada fueron los dibujos animados, logrando alto impacto como un recurso fácil y accesible para la población infantil.

En ellos se puede percibir mucho más que una simple alternativa de entretenimiento: tienen la función de transmitir valores culturales y educativos, ideologías y situaciones que actúan como reflejo de la sociedad en la que nos encontramos inmersos, y representan otra alternativa de enseñanza-aprendizaje en la que el niño o la niña pueden aprender conceptos, procedimientos, actitudes y normas a través de sus héroes favoritos. Orozco (1996: 35) señala que:

“En el proceso de televidencia la audiencia no asume necesariamente un papel de receptor pasivo. La actividad de la audiencia se lleva a cabo de distintas maneras. Mentalmente, los miembros de la audiencia frente al televisor se «enrolan» en una secuencia interactiva que implica diversos grados de involucramiento y procesamiento del contenido

² Giovanni Sartori (Florencia, Italia, 13 de mayo de 1924) es un investigador en el campo de la Ciencia Política, especializado en el estudio comparativo de la política. Su obra es de las más destacadas de las ciencias sociales, contando con libros fundamentales como *Partidos y Sistemas de Partidos*, *La Política: lógica y método en las ciencias sociales* y *Teoría de la Democracia*. En 2005 obtuvo el Premio Príncipe de Asturias de Ciencias Sociales.

³ Pierre-Félix Bourdieu (Denguin, 1 de agosto de 1930 – París, 23 de enero de 2002) fue uno de los más destacados representantes de la sociología contemporánea. Logró reflexionar sobre la sociedad, introdujo o rescató baterías de conceptos e investigó en forma sistemática lo que suele parecer trivial como parte de nuestra cotidianidad. Algunos conceptos claves de su teoría son los de "habitus", "campo social", "capital simbólico" o "instituciones".

⁴ Trata especialmente de dos de los mecanismos habituales de información televisiva con particular acierto como son los debates televisivos y los telediarios.

televisivo. Esta secuencia arranca con la atención, pasa por la comprensión, la selección, la valoración de lo percibido, su almacenamiento e integración con informaciones anteriores y, finalmente, se realiza una apropiación y una producción de sentido”.

Resulta necesario conocer si existe algo más atractivo que los mensajes y la trama en la que se encuentran fundados los dibujos animados, saber si el material audiovisual en el que se crean tiene o no influencia en sus espectadores, investigar las características de los contenidos que hacen que los niños pasen horas frente a la “pantalla chica” en un mundo paralelo al real. Con el fin de abordar dicho estudio, se plantea el siguiente problema de investigación:

¿Cuáles son las características del lenguaje audiovisual que tienen en común las series de dibujos animados, orientadas a los niños entre 3 y 7 años, que se emitieron en Argentina durante el año 2016?

El objetivo general es:

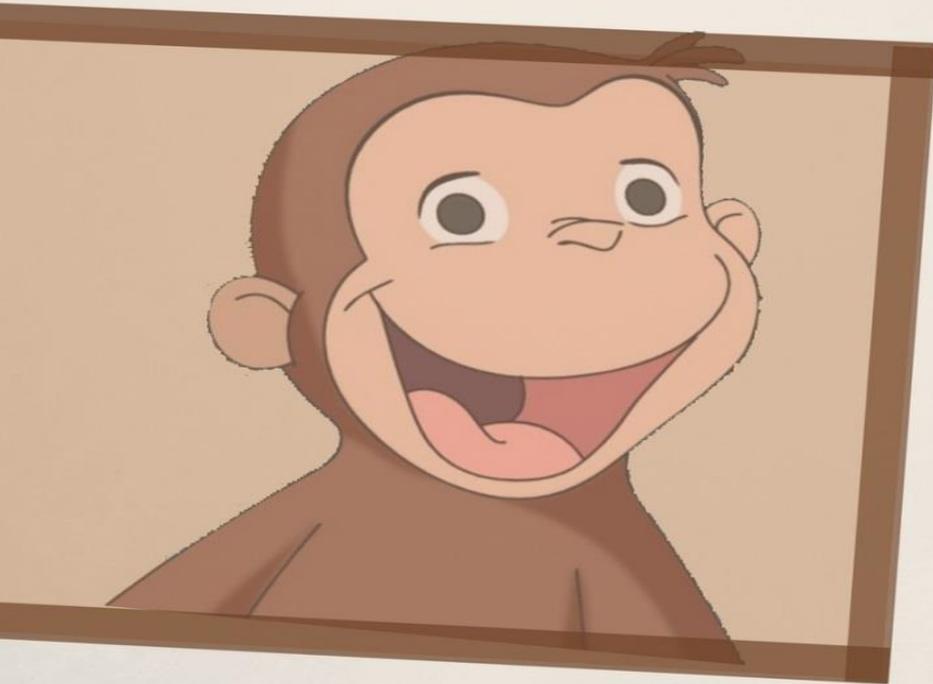
- Identificar y describir las características del lenguaje audiovisual en series de dibujos animados dirigidas a niños entre 3 y 7 años que se emitieron durante el año 2016, analizando los diversos elementos que lo componen y presenten en común.

Los objetivos específicos son:

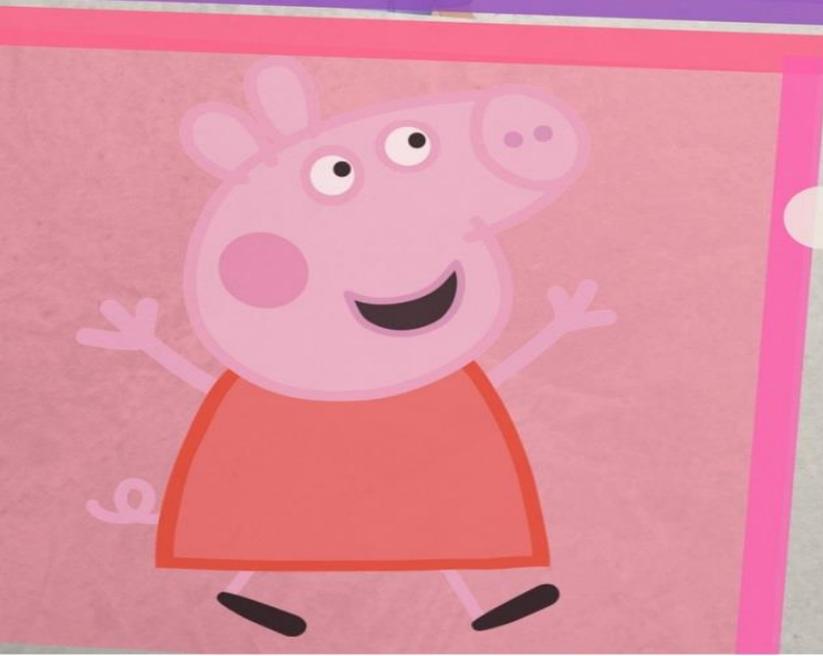
- Analizar y comprender los distintos recursos visuales y lingüísticos que integran la semántica del lenguaje audiovisual de los dibujos animados.
- Reconocer, interpretar y clasificar los distintos elementos sintácticos relacionados con la composición y distribución de objetos de la imagen.
- Establecer y caracterizar los componentes sonoros que acompañan las imágenes, tales como la voz, la música y los efectos especiales.



UNIVERSIDAD
FASTA



MARCO TEÓRICO



Las secciones en las que se divide el marco teórico brindan un panorama general sobre el objeto de estudio a evaluar.

Se consideran dos pilares fundamentales para la construcción del marco de referencia, por un lado, los medios de comunicación como participantes del proceso de formación del niño (en este caso los dibujos animados que se emiten a través de la televisión) y, por otro lado, una descripción detallada sobre el lenguaje audiovisual que conforma todo tipo de programa de televisión.



UNIVERSIDAD
FASTA



**CAPÍTULO 1:
Medios de
Comunicación**



El hombre siempre ha tenido la necesidad de comunicarse con sus pares y a lo largo de la historia, lo ha experimentado a través de diferentes formas. Aristóteles⁵ planteaba que “el hombre es un ser social por naturaleza”, poniendo a la comunicación como un recurso fundamental para sobrevivir.

A lo largo de su historia, el ser humano ha ido perfeccionando las posibilidades expresivas de su forma de comunicación. Gracias a la invención del lenguaje el hombre pudo alcanzar el grado de abstracción que caracteriza el pensamiento. “La palabra distingue al hombre de los animales y la lengua distingue a las naciones entre sí. Se sabe de dónde es un hombre sólo después que ha hablado”. (Rousseau)

El lenguaje es el gran instrumento de comunicación del que dispone la humanidad, íntimamente ligado a la civilización y el más desarrollado porque por medio de él se pueden explicar ideas o sentimientos.

“Hombre y lenguaje, imposible hablar de uno sin la presencia del otro. Es el lenguaje la más grande creación concebida por el hombre en todos los tiempos, pues a través de él ha logrado capturar el pensamiento, la acción y sentimiento de seres de distintas épocas. El hombre es el único de los seres vivientes que tiene la suficiente capacidad para representar simbólicamente la realidad” (Hernández Fierro, 2000).

La lengua primitiva, según la mayoría de los lingüistas, se reducía a exclamación de sorpresas, alegría y dolor. El cambio del lenguaje se debe a:

- factores históricos: hechos que marcan y dejan huellas perceptibles en el léxico de las lenguas de las comunidades que están involucradas,
- factores científicos y tecnológicos: dichos avances están acompañados por algún tipo de modificación, adecuación o innovación en la terminología del campo,
- factores lingüísticos: aparecen como innovación individual de la historia de la lengua, y, por último,
- factores sociales: la interrelación da origen a nuevos vocablos.

⁵ Aristóteles (384 a. C.-Calcis, 322 a. C.)^{1 2} fue: filósofo, lógico y científico de la Antigua Grecia cuyas ideas han ejercido una enorme influencia sobre la historia intelectual de Occidente por más de dos milenios.

El estudio de la comunicación humana y adquisición del lenguaje se divide en tres áreas. Por un lado, la sintáctica, cuyo estudio abarca lo relativo a la transmisión de información, como por ejemplo codificación, canales, ruido; por otro lado la semántica, que estudia el significado de las expresiones lingüísticas y, por último, la pragmática, que se define como parte de la lingüística que estudia el lenguaje en su relación con los usuarios y las circunstancias de la comunicación.

Paul Watzlawick⁶, realizó grandes aportes en el campo de la pragmática. Para él, el abordaje pragmático de la comunicación, entendiendo que toda conducta es comunicación, se caracteriza por el aparato mental (individual). Así nace el concepto de la mente como “caja negra”, concepto que

“... aplicado a los conceptos psicológicos y psiquiátricos ofrece la ventaja heurística de que no es necesario recurrir a ninguna hipótesis intrapsíquica, imposible de verificar en última instancia, y de que es posible limitarse a las relaciones observables entre entradas y salidas, esto es, a la comunicación”.
(Watzlawick 1972).

Desde mediados del S.XX, el capitalismo se reorganiza dentro de un proceso de cambio histórico sin precedentes: la producción, el consumo, el espacio político y la vida cotidiana se ven sacudidas por la progresiva implantación de medios electrónicos como la televisión y los ordenadores, por el papel fundamental de la información como proceso y recurso estratégico en la producción, en la organización y en el control social, y por la creciente mundialización de la economía y del mercado. La misma sociedad comenzó a sentir la necesidad de informarse sobre cuestiones económicas, políticas y/o culturales que le atañen o simplemente por interés público. Aquí es donde nace el derecho a informarse, luego de épocas oscuras en Europa por la falta de información y la imposibilidad de libre expresión.

Se entiende que el derecho a informar tiene dos caras, a informar y a estar informado, potenciando los derechos del emisor ya que es el derecho a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La información se desarrolla en el mismo proceso de expansión que la imprenta y las publicaciones impresas, conoce un nuevo

⁶ Paul Watzlawick (25 de julio de 1921, Villach - 31 de marzo de 2007, Palo Alto, California) fue un teórico y psicólogo austríaco nacionalizado estadounidense. Fue uno de los principales autores de la Teoría de la comunicación humana y del Constructivismo radical, y una importante referencia en el campo de la Terapia familiar, Terapia sistémica y, en general, de la Psicoterapia. Desde 1960, residió y trabajó toda su vida en la ciudad y Universidad californiana de Palo Alto.

despliegue con la adopción de medios de comunicación electrónicos, y llega a adquirir una importancia central en la organización social, política y cultural del mundo contemporáneo.

En este contexto aparece lo que se denomina “sociedad de la información”, dentro de lo que se llama la “nueva economía” que se basa en el sector servicios (informática, audiovisual, publicidad, sanidad, turismo, bancos y sistemas financieros, ocio y entretenimiento, educación, nuevas tecnologías) como motor de crecimiento.

Los medios de comunicación son el instrumento por excelencia para la creación, interpretación y difusión masiva de información de lo que acontezca o se considere relevante o de interés para transmitir. En este sentido, coincidimos con las ideas de Miguel Rodrigo Alsina⁷ (1993), quién plantea que los medios de comunicación son constructores y transmisores de la realidad social, y fundamentalmente, de un saber muy particular: la actualidad. Con el transcurso del tiempo, han ido evolucionando a tal punto que diariamente aparecen nuevos medios que facilitan el acceso a la información y la pluralidad de voces.

La televisión forma parte de los medios de comunicación tradicionales que aún persisten en el S. XXI, y sigue dando que hablar debido a su gran impacto: ha sido uno de los medios más importantes en la historia de la humanidad, no solo por su masividad y gratuidad sino también por el acercamiento a la realidad que genera en los receptores.

En sus comienzos solo se transmitían programas de interés general, cocina y entretenimiento, dirigidos fundamentalmente a las mujeres que se quedaban en sus casas a cuidar de los niños, pero con el tiempo la programación fue cambiando y se incorporaron nuevos formatos televisivos que perduran hasta la actualidad.

⁷ El periodista, plantea que en la construcción de la noticia intervienen tres mundos distintos e interrelacionados, que son:

- El mundo real: una construcción cultural, nuestro modo de describir la realidad sí lo es. Es la fuente que produce los acontecimientos que el periodista utiliza para confeccionar la noticia. El mundo real correspondería al mundo de los acontecimientos

- El mundo de referencia: todos aquellos en los cuales se puede encuadrar el acontecimiento del mundo real. Es imprescindible, para la comprensión de un acontecimiento. Este mundo de referencia, nos permitirá determinar la importancia social del acontecimiento. Y a partir de estos mundos de referencia será como el periodista podrá determinar el tipo de acontecimiento que tiene que relatar. El mundo real es donde puede producir la verificación del mundo posible narrado.

- El mundo posible: El hipotético mundo posible construido es confrontado con los nuevos datos que se van aportando sobre el acontecimiento.

Es innegable la influencia de la televisión como medio audiovisual en niños, jóvenes y adultos. En los niños, porque al pasar varias horas frente a la pantalla chica, se encuentran expuestos a imitar el lenguaje de sus personajes favoritos, incluso comportarse como ellos en ciertas situaciones de la vida cotidiana con cierta naturalidad, porque tal como expresaba Sartori, “el problema es que el niño es una esponja que registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que ve”.

Se trata de una “cultura globalizada” que comprende en ella el idioma, la música, las comidas rápidas, las series televisivas, los géneros de cine. De hecho en la televisión surge un concepto que lo diferencia del cine: el formato. Refiere a la duración, momento del día en que se va a exhibir y frecuencia con que se va a emitir un determinado programa. De acuerdo a lo que plantea Gloria Saló en su obra *“Qué es eso del formato”*⁸, define al formato como “el desarrollo concreto de una serie de elementos audiovisuales y de contenidos, que conforman un programa determinado y lo diferencian de otros”. (Saló 2003:13). En otras palabras, los géneros y formatos televisivos son estereotipos necesarios para la producción, distribución y recepción de los materiales televisuales. Son divisiones de contenido y convenciones formales para reproducir esos contenidos. Entre ellos podemos diferenciar unitarios, miniserias, telenovelas, sitcom y dibujos animados, entre otros.

Los dibujos animados son uno de los formatos que revolucionaron el ambiente con su llegada. Se trata de una técnica de animación que consiste en dibujar a mano cada uno de los cuadros para generar la representación de imágenes en movimiento.

La animación⁹ es la técnica que da sensación de movimiento a imágenes, dibujos, figuras, recortes, objetos, personas, imágenes computarizadas o cualquier otra cosa que la imaginación pueda crear, fotografiando o utilizando minúsculos cambios de posición para que, por un fenómeno de persistencia de la visión, el ojo humano capte el proceso como un movimiento real.

⁸ Con la llegada de las televisiones privadas en 1990 se pone fin al monopolio de Televisión Española y comienza la lucha encarnizada por la audiencia. Al multiplicarse la oferta televisiva también se multiplican el número de programas a emitir y de este modo comienza la búsqueda de formatos nuevos y diferentes, ya sean originales o procedentes de otros países.

⁹ Según el animador norteamericano Gene Deitch, «animación es el registro de fases de una acción imaginaria creadas individualmente, de tal forma que se produzca ilusión de movimiento cuando son proyectadas a una tasa constante y predeterminada, superior a la de la persistencia de la visión en la persona.

En sus comienzos, se pintaba cada fotograma y luego era filmado, proceso que se aceleró al aparecer la animación por celdas o papel de acetato inventada por Bray y Hurd en la década de 1910. Usaron láminas transparentes sobre las que animaron a sus personajes sobre el fondo. Más tarde, la técnica se agilizó mediante los dibujos realizados en computador, pues existen programas que asisten a la creación de los cuadros intermedios.

Estas animaciones reproducidas por la pantalla, representan hoy en día un recurso fácil y accesible para la población infantil. No sólo son una alternativa de entretenimiento, sino que también son utilizados para transmitir valores culturales y educativos que les permitan a los niños, a través del ocio, acceder a ciertos conocimientos. Pero también se plantea una serie de cuestiones sobre la idoneidad de ellas como transmisores de valores culturales y educativos

Las animaciones simbolizan otra alternativa del proceso enseñanza-aprendizaje en la que el niño o la niña pueden aprender conceptos, procedimientos, actitudes y normas a través de sus héroes favoritos, aunque resulta indispensable la función reguladora de los maestros y de los padres.

Sartori, en su obra "Homovidens" expone que el cambio en el modo de informarse comienza con la televisión, ya que modifica la naturaleza de la comunicación. Habla de la imagen como un recurso simple y de pura representación visual, por lo que basta con el sentido de la vista para poder percibirla. De acuerdo a sus lineamientos, la televisión modifica la relación entre *ver* y *entender*, tomando como principal "rehén" al niño que, convertido en adulto marcado durante toda su infancia por una atrofia cultural, está sordo de por vida a los estímulos de la lectura y el saber transmitido por otras fuentes sociales.

Por otro lado, Mc Luhan¹⁰ en su libro "Determinismo tecnológico" refiere a que la tecnología afecta las formas y la escala de la organización social y la vida individual. Comprende al medio como una extensión de nuestro cuerpo, mente o ser, a partir de que cada cultura desarrolla su configuración sensorial en función de los medios imperantes afectando las estructuras del pensamiento. Mc Luhan realiza una clasificación de los mismos acorde a la interacción con el receptor. "La participación no se refiere al compromiso intelectual, sino, como en "definición" e "información", al modo en que un medio involucra nuestros sentidos físicos", menciona el autor.

¹⁰ La teoría del determinismo tecnológico sostiene que la tecnología, específicamente los medios forman el pensamiento de los individuos, cómo sienten, actúan, y cómo las sociedades se organizan y operan.

- medios cálidos: son medios de alta definición, de precisión, detallados y que brindan mucha información. Saturan el canal sensorial con una enorme cantidad de información, no favorecen la interacción, son cerrados e inducen pasividad, es decir dan todo hecho y no permiten que el receptor actúe sobre ellos. Estos son: imprenta, fotos, películas, conferencias.
- medios fríos: brinda poca información y hace que el público tenga que trabajar para “llenar los espacios vacíos”. Se dispersan entre varios canales sensoriales, tienen escasa densidad informativa, inducen a la participación e interacción y aquí incluye como ejemplo a los dibujos animados y la televisión, entre otros.

A través de los dibujos animados, los niños se hallan expuestos a la presentación de diversas concepciones y miradas acerca del mundo que los rodea, construidas en un momento histórico por una cultura y ello hace que obtenga un amplio espectro de versiones sobre el contexto que, en la mayoría de los casos, no se asocian de manera directa con la cultura de origen de la producción animada.

En relación al papel de los receptores, Guillermo Orozco¹¹, describe el proceso de recepción como una interacción con el medio, con el género, con el mensaje, con la cultura, con las instituciones, todo lo cual influye en la organización de nuestras prioridades de acción y en la forma en que recibimos los mensajes. Sugiere una serie de proposiciones para conceptualizar productivamente la recepción en tanto objeto de estudio, y luego ser problematizada desde la perspectiva pedagógica. Dentro de estas premisas, induce que es en la recepción, y no en la emisión, donde se produce la comunicación. Los sentidos del emisor no tienen garantía de ser aceptados tal como se proponen, siendo todo mensaje susceptible de varias interpretaciones. Por su parte, el receptor no nace sino que se hace debido a la mediación ejercida por los mismos medios y mensajes, y esta constitución diferenciada redundante en que no hay una sola manera de ser receptor sino muchas.” Los receptores no son sujetos estáticos, no están condenados a ser ni receptores de una misma manera toda la vida ni víctimas de los medios”, concluye Orozco.

En referencia a lo señalado por Orozco, Margarita Zires asegura que el niño no es un recipiente pasivo que recibe los mensajes y acumula, sino que participa del proceso de

¹¹ Es un académico mexicano enfocado en los estudios sobre recepción de los medios y alfabetización audiovisual. Es licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Jesuita de Guadalajara (ITESO); y Doctor en Educación por la Universidad de Harvard. Su investigación se ha centrado en el impacto de la televisión en la formación de audiencias en América Latina.

recepción y no solo copia discursos, los interpreta y elabora. La tesis central de su obra *“El discurso de la televisión y los juegos infantiles”*¹² implica que, conocer cómo el niño interpreta, elabora e integra los mensajes televisivos con otros mensajes de otras instituciones, es una tarea indispensable para poderse plantear el papel que juega la televisión en el niño, en vinculación con el medio cultural que lo rodea y con la etapa de desarrollo que está viviendo.

Las propuestas que se ofrecen a través de los dibujos reflejan los intereses y necesidades de la sociedad en la que vivimos, aunque sea a través de personajes de ficción con historias fantaseadas junto a una importante dosis de imaginación. A través de las actuaciones de sus personajes y de sus pensamientos, se manifiestan una serie de conceptos, ideologías o situaciones que son, o deberían por lo menos parecerse, a nuestra sociedad. Su enseñanza de carácter indirecto y bajo una situación totalmente lúdica y agradable, ha supuesto una mayor aceptación por parte de su audiencia.

En la actualidad es inconcebible un medio de comunicación sin imágenes porque se cree más lo que se ve que lo que se lee. En nuestro entorno existen cientos de mensajes cuyo texto es muy reducido o no existe, lo fundamental es la fotografía o ilustración, lo que nos lleva a plantearnos el hecho de que la imagen es el mensaje.

Las imágenes que se presentan frente a nuestros ojos no fueron elegidas al azar, sino que conllevan una extraordinaria planificación para aumentar el nivel de impacto que se quiere tener sobre el receptor. Múltiples autores han investigado la capacidad comunicativa de los lenguajes verbal y audiovisual y destacan el enorme potencial que el segundo posee respecto del primero. En palabras de Joan Ferrés¹³:

“Uno de los problemas más graves que debería plantearse hoy la pedagogía es precisamente esta divergencia –o incluso contradicción- desde el punto de vista de los parámetros comunicativos, entre la escuela y la sociedad para la que teóricamente educa, entre el ámbito escolar y el entorno sociocultural en el que crece el alumno. Mientras que en la escuela la forma de expresión hegemónica es la verbal, en la sociedad es la icónica o audiovisual”.

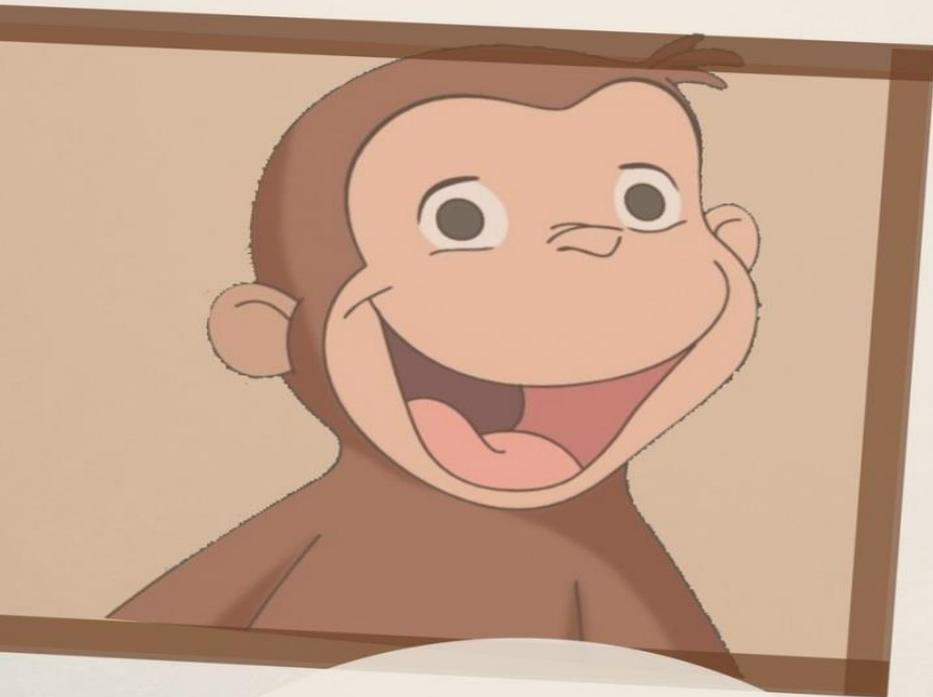
¹² El objetivo de este ensayo es subrayar la participación del sujeto receptor en el proceso de comunicación, abordar el análisis de las condiciones específicas de los procesos de recepción y conocer la manera como el niño articula los mensajes de la televisión con otros mensajes de otras instituciones a partir del estudio de los juegos infantiles.

¹³ Especialista en Comunicación Audiovisual y Educación, trabaja de manera preferente en dos ámbitos temáticos: el de la socialización mediante comunicaciones inadvertidas y el de la educación en una cultura del espectáculo.

Para el aprendizaje de los medios es imprescindible comprender y dominar el lenguaje hegemónico que ofrecen, es decir, el lenguaje audiovisual, así como cierto entrenamiento en el análisis crítico de sus mensajes.



UNIVERSIDAD
FASTA



**CAPÍTULO 2:
DIBUJOS
ANIMADOS**



Como punto de partida, este estudio se orienta a la necesidad de definir cuáles son las características principales de los dibujos animados en función de un conjunto de variables audiovisuales de interés para el observador.

“No se ve lo mismo cuando se oye, no se oye lo mismo cuando se ve”. Estas palabras de Michael Chion¹⁴ (1993:11) nos introducen a un mundo en el que imágenes y sonidos conviven creando un nuevo lenguaje, el audiovisual, en función de un todo.

Entendemos por lenguaje audiovisual a un código que se orienta por reglas tales que nos permiten producir enunciados a través de combinar imagen en movimiento y sonido. Existen distintos tipos de enunciados, los cuales se denominan géneros. Cada producto audiovisual es elaborado mediante un guión, equivalente a la estructura del relato. Estos guiones pueden ser narrativos, cuando se trata de estructurar el relato en sí, o técnicos cuando hablamos de elementos vinculados a la edición.

En el lenguaje audiovisual se pueden considerar diversos aspectos que lo componen y trabajan en forma conjunta: el aspecto sintáctico, el semántico y los efectos sonoros. Primeramente el aspecto sintáctico, según Morris¹⁵, se trata de la dimensión de la semiótica que estudia la relación del signo con otros signos. En el caso de las imágenes, son las que tienen con establecer el orden de los signos, como es el caso de la estética. Se incluyen planos, ángulos, composición, profundidad de campo, ritmo, continuidad, signos de puntuación, iluminación, colores, intensidad de sonido y estudios que tienen que ver con la rigurosidad de acomodar ciertos elementos para generar efectos concretos en el espectador.

En segunda instancia, el aspecto semántico, considerado por Morris como dimensión de la semiótica que estudia la relación del signo con el objeto. Estudia la relación que se da entre lo que se piensa del objeto y el objeto, al ser una dimensión centrada en el pensamiento, el intelecto, la razón. Esta dimensión abarca recursos estilísticos tales como metonimia, sinécdoque, hipérbole, símbolos, repetición, elipsis, y lingüísticos, como onomatopeyas, frases

¹⁴ En particular, el libro titulado *L'audio-vision. Son au cinéma et la imagen*, publicado originalmente en Francia en 1990, ha sido considerado por los críticos como el libro definitivo sobre las relaciones entre sonido e imagen, que se describen como dos idiomas diferentes en la forma de arte multimedia, discutiendo el argumento de los dos puntos técnico-lingüístico y estético, donde antes se discutió principalmente en términos de implicaciones narrativas.

¹⁵ Su trabajo semiótico está fuertemente influenciado por la lógica y semiótica de Charles Peirce. Mientras Peirce imaginaba una filosofía semiótica basada en las categorías universales de la percepción y la opinión de que «todo pensamiento es signo», Morris quería desarrollar una ciencia de los signos sobre una base biológica y específicamente con el marco teórico de la ciencia del comportamiento.

hechas, ironías, neologismos, interjecciones, entre otros. Abordar los recursos semánticos implica enfocar la perspectiva del objeto y su percepción en el sujeto.

. Finalmente, el tercer componente de este lenguaje son los efectos sonoros. El efecto sonoro lo podemos definir como aquel sonido, natural o artificial, que sustituye objetiva o subjetivamente la realidad, desencadenando en el oyente la percepción de una imagen auditiva. Fuera de tiempo y fuera de espacio, la banda sonora comunica con todos los tiempos y todos los espacios de la trama, pero los deja existir separada y distintamente.

Respecto a los aspectos sintácticos que se desenvuelven en los dibujos animados podemos encontrar, en primer lugar, los planos. En rodaje, el plano es “un fragmento de film que se extiende desde el encendido hasta el apagado de la cámara” (Aumont "Estética del cine"). El orden en que se presentan los planos influenciará en la interpretación del contenido por parte de los espectadores. A través de éstos, los realizadores deciden entonces, qué es lo que quieren mostrar al espectador, y lo hacen con imágenes en planos cortos, planos largos o muy largos.

En primer lugar, los planos cortos se utilizan para mostrar detalles, resaltar, revelar acciones y dramatizar, pero se debe evitar su frecuente utilización, ya que puede dejar a la audiencia con la sensación que de que no pudo ver todo lo que hay en la escena.

En segundo lugar los planos largos son utilizados para mostrar el escenario en el cual está teniendo lugar la acción, mostrar las posiciones relativas de los sujetos, crear una disposición de ánimo o simplemente para que la audiencia pueda seguir los movimientos amplios de los personajes. A diferencia de los planos cortos, se debe evitar el abuso de éstos porque no permiten que la audiencia pueda apreciar los detalles y se la puede dejar con sensación de que hay cosas que se han perdido.

Por último, los planos muy largos, caracterizados por ofrecer al espectador una vista excesivamente distante de la escena, permite establecer una localización amplia y crear una impresión global de ambiente, predomina el entorno y las personas aparecen como figuras diminutivas en el paisaje. A raíz de la categorización mencionada, podemos clasificar y describir los planos específicamente de la siguiente manera:

Gran plano general (G.P.G): Sirve para situar en escena al espectador e introducirlo a un contexto determinado.

Plano General (P.G): En este tipo de planos el centro de interés ocupa 1/3 de la pantalla. Se trata de una visión más cercana que el plano anterior, aparece el escenario donde transcurre la acción y también los personajes.

Plano Medio (P.M): Este plano muestra al personaje hasta la cintura, permitiendo observar la expresión de su rostro. También se aprecia parte del escenario como fondo.

Plano Entero (P.E): Encuadra justamente la figura entera del sujeto a tomar. Hay un margen mínimo por debajo y por encima del centro de interés.

Plano Americano (P.A): Se corta al personaje por las rodillas, con el fin de distinguir el gesto del personaje y su movimiento.

Plano detalle (P.D): Es un plano muy cercano que muestra un detalle concreto del rostro del personaje o de una parte de algún objeto. Implica un acercamiento extremo a un detalle aislado.

Primer Plano (P.P): Encuadra toda la cara del personaje o algún detalle concreto: sus manos, su mirada, un objeto.

Todo tipo de plano va siempre acompañado por un ángulo de perspectiva o posición de cámara. Al hablar de ángulo nos referimos a una línea perpendicular al objetivo de la cámara que pasa por la cara del objeto-personaje principal. Significa posicionar la cámara de manera que se pueda "manipular" el plano para crear cierto efecto en el resultado final.

La cámara puede tomar las figuras de una manera normal (a la altura de los ojos de un hombre de pie). Tomarlas en picado, inclinada hacia el suelo o en contrapicado, mirando la cámara hacia arriba.

El ángulo normal no agrega significación alguna pero lo cierto es que, al posicionar la cámara no solo se destaca el lado más favorable de las figuras sino que, además, se emiten juicios de valor al respecto de una determinada situación o modelos de relaciones y en este sentido los ángulos hacia arriba y hacia abajo son el ejemplo.

En el ángulo picado, por razones de perspectiva, el personaje u objeto enfocado aparece más pequeño con relación al entorno. Se relaciona con disminución de interés y emoción, decepción, tristeza y examen crítico. También denota inferioridad, debilidad o sumisión del personaje.

Contrariamente al picado, el ángulo contrapicado se obtiene cuando la cámara realiza un encuadre de abajo hacia arriba. Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes, ya que, por razones de perspectiva, el personaje queda potenciado de manera que parece más grande y poderoso.

Otro factor fundamental para la construcción de la imagen es la profundidad de campo. Se la define como la zona que comprende desde el punto más cercano y el más lejano de nuestro campo que sea aceptable en cuanto a nitidez, una vez formada su imagen en el mismo plano de enfoque. Se trata del área por delante y detrás del objeto o personaje principal.

Una buena utilización de la profundidad de campo permite obtener interesantes efectos estéticos, destacar determinados objetos y difuminar otros para evitar la distracción del espectador. Acorde a lo referido, existen dos extremos para catalogar la profundidad de campo: gran profundidad de campo y poca profundidad de campo.

Se aprecia gran profundidad de campo, cuando se ven con claridad la mayoría de los objetos de la imagen, tanto los que están más próximos al objeto principal como los más lejanos se suele utilizar generalmente en situaciones en que queremos que todo aparezca enfocado, por ejemplo fotografía de naturaleza, paisajes, montañas, etc.

Contrariamente, se utiliza poca profundidad de campo cuando solo se ven con claridad los objetos situados cerca del objeto principal que se ha querido enfocar. Se emplea en situaciones en las que interesa captar la atención del espectador y centrarla en un punto concreto, por ejemplo para darle protagonismo al sujeto de un retrato, o para destacar un objeto entre varios.

Se dedica más tiempo de observación a un plano con mucha profundidad de campo, ya que requiere una lectura de la imagen completa y detallada al haber más elementos a foco que en un plano sin profundidad.

El camarógrafo utilizará las técnicas necesarias para atrapar por completo la atención del espectador, por ellos, además de pensar en el tipo de plano, su ángulo de perspectiva y la profundidad de campo, le dará a su imagen el ritmo acorde a lo que quiere generar.

“El ritmo interno de una toma lo determina el movimiento que exista al interior de esta, generado comúnmente por objetos que se desplazan, como también otras menos

veces, el movimiento que podemos generar en los ojos de nuestro espectador al hacer que este siga las líneas de algún objeto inmóvil". (Sergei M. Eisenstein)

El ritmo se consigue a partir de una buena combinación de efectos y de una planificación variada y depende de factores fundamentales como el tratamiento del espacio y el tiempo. M.R. Souto define dos tipos de ritmos.

En primer lugar, el ritmo interno, determinado por la utilización de planos cortos, pausas y recorridos. El cambio rápido de planos dará sensación de ritmo, dinamismo pero hay que tener en cuenta que el uso de planos demasiados breves puede dificultar la asimilación de la información por parte de los receptores.

Dentro de ritmo interno, se funda una clasificación acorde a: por un lado, el ritmo de los movimientos dramáticos, que se trata de la acción de los personajes que se desplazan en el escenario o simplemente dialogan. Por otro lado, el ritmo de los movimientos visuales, que se refiere a movimientos dentro del cuadro que no presentan una acción con sentido completo. Por lo tanto, la dimensión de este ritmo se tomará en cuenta de acuerdo a las funciones que desempeñan los personajes o la velocidad con la que la cámara móvil se desplaza.

Finalmente el ritmo externo, determinado por la duración de los planos. El primer factor que determina este tipo de ritmo es el montaje mismo en sus medidas de duración de las tomas. Si un plano es demasiado breve, el público no tendrá tiempo suficiente de apreciar la información que se presenta, pero si un plano es muy largo, la atención se pierde en su totalidad. La creación de este ritmo cae esencialmente en manos del compaginador.

"La duración indicada para cada plano es relativa al propósito que se quiera generar. La atención de la audiencia está determinada por el ritmo de realización. Una información de <<flash>> durante una secuencia de tiempo lento puede pasar desapercibida, mientras que en una secuencia rápida se hace más notable". (Rafael C. Sanchez. Montaje Cinematográfico: arte de Movimiento. 1970.)

Respecto a la banda sonora, constituye una parte esencial del lenguaje audiovisual porque es el audio que acompaña a las imágenes y ayuda al espectador a compenetrarse con lo que está viendo. Según Eduardo Abbate en su obra "La banda sonora en los productos audiovisuales", podemos establecer dos extremos en los productos audiovisuales, uno en donde la información es lo principal y tiene una función operativa, donde no implica un

movimiento interno importante; y otro extremo, donde tenemos una posibilidad de conmover de expresar una situación en la que se juega algo que nos implica más como sujetos.

Sin embargo, en todo rango de productos, si queremos que se preste atención a éstos debemos tener en cuenta un factor clave: la identificación. Este es el mecanismo básico que opera en nosotros como seres humanos para poder interesarnos en situaciones ajenas. A mayor compenetración en un producto audiovisual nos encontramos con mayor grado de identificación (a la situación, a un personaje o a un rasgo de la historia).

“La identificación es el proceso en el cual se produce un enlace metafórico. Entonces diseñar y realizar la banda sonora tendrá necesariamente que pasar por promover la identificación” (Holman, Tomlinson: Sound for film and television).

En síntesis, según M.R. Souto podríamos puntualizar dos desafíos básicos de una banda sonora en un producto audiovisual: producir el material más rico posible en cuanto a calidad, creatividad y complementación con la imagen, y agregarle valor al producto audiovisual, respetando el fin último del producto, subordinándose a una unidad de estilo y función.

En la banda sonora se propagan diferentes tipos de lenguajes reunidos en tres grupos: diálogos, música y efectos sonoros.

	SONIDO DIEGÉTICO	SONIDO EXTRADIEGÉTICO
Diálogos	Constituido por las voces de los personajes	Narrador o locutor, voz en off, voice over. En algunos géneros puede ser un personaje hablándole al público.
Música	Todos los elementos musicales cuya fuente sonora se encuentre en el lugar de la acción: radios, televisores, intérpretes, cantantes y/o instrumentistas, altavoces, etc.	Todas las músicas que le comentan la acción dramática al espectador. No odias por los personajes de la trama. Pueden ser, descriptiva, complementaria o paradójales. Pueden anticipar cosas que aún no han pasado, o enlazar cosas presentes al pasado.
Efectos Sonoros	Todos los sonidos que le dan verosimilitud a la trama. Lo que se denomina “el decorado sonoro”. También el fondo o marco sonoro, que nos da el donde se desarrolla la acción (mar, bosque, convento),	Los backgrounds o sonidos ambientes que anticipan acontecimientos o sugieren un clima.

Figura N°1: Clasificación de banda sonora. (cuadro de elaboración propia)

Dentro de la banda sonora podemos distinguir 3 grupos: diálogos, música y efectos sonoros (ver figura 3).

Según la Real Academia Española, un diálogo es una forma de comunicación verbal o escrita en la que se comunican dos o más personas en un intercambio de información, alternándose el papel de emisor y receptor.

En lo que respecta a producciones audiovisuales, además de las conversaciones entre los personajes, los diálogos se diferencian en *voz en off*, cuando se trata de una narración que pertenece a uno de los personajes sin la necesidad de que este se vea en escena y, *voice over*

cuando se trata de una narración de un persona que no participa del relato y describe los hechos que se desencadenan desde afuera.

“El empleo del *voice over* es muy efectivo, pues ayuda a enlazar mejor los diálogos cubiertos por planos independientes de sujetos con largos diálogos” (M.R. Souto).

El segundo elemento que forma parte de la banda sonora es la música¹⁶. Aquí podemos considerar dos sentidos: hablamos de música diegética cuando la banda sonora se ajusta con precisión a los acontecimientos narrados en pantalla, para disfrute exclusivo de los espectadores, ya que los personajes no pueden oírlos. Y, por otro lado, se denomina extra diegética a la música externa a los personajes y trama, se utiliza para comentarle algo al espectador. Esta última puede acompañar las escenas de forma general o bien, sincronizarse con las imágenes o realizar descripciones señalando aspectos específicos respecto de lo que pasa en la imagen.

“La música diegética podemos decir que es la que corresponde para mostrar ese mundo imaginario que crea la ficción; básicamente tiene la función de ambientar el lugar aportando credibilidad, con la música que allí se escucha, con sus fuentes musicales a la vista o bien deducibles de dicho espacio.” (Abbate: 75)

Por último, destacamos los efectos sonoros. Un efecto de sonido o efecto de audio es un sonido generado o modificado artificialmente, o un proceso de sonido, empleado con finalidades artísticas o de contenido en el cine, la televisión, las grabaciones musicales, los videojuegos, los dibujos animados, las representaciones en directo de teatro o musicales y otros medios (Konigsberg, Ira). Se trata de crear un clima verosímil para el espectador, y se utiliza como recurso para enriquecer el relato.

Las formas sonoras de un efecto se reconocen y se interpretan porque están asociadas al mundo que nos rodea: objetos, animales, fenómenos meteorológicos, etc., aunque en ciertas ocasiones dichas formas no necesitan asociarse a un referente real.

Retomando la unidad central que integra el lenguaje audiovisual, lo siguiente son los aspectos semánticos. Como bien señalamos anteriormente, los recursos visuales y lingüísticos

¹⁶ Puede decirse que la música es el arte que consiste en dotar a los sonidos y los silencios de una cierta organización. El resultado de este orden resulta lógico, coherente y agradable al oído.

constituyen la figura semántica audiovisual y tienen como principal función la de modificar el significado denotativo de los elementos del mensaje y despertar la atención de su público, siempre y cuando éstos se utilicen con moderación.

Mencionaremos, según Prieto Castillo (1999), las relaciones entre lo verbal y lo visual que pueden ser:

- De anclaje: el audio indica cómo leer la imagen.
- De redundancia: el audio insiste en algo que la imagen presenta muy claramente de modo visual.
- De inferencia: audio e imagen se refuerzan, se sostienen mutuamente y colaboran ambos en un mismo sentido para la comprensión del mensaje.
- De contradicción: audio e imagen transmiten ideas diferentes.

En alusión a los recursos visuales, establecemos que un medio visual utiliza un lenguaje icónico distinto del verbal, obedeciendo a las leyes de la percepción y comunicación. Si bien, para dar cuenta de la presencia de éstos en la imagen se requiere la atención del espectador, también incluyen otros factores fundamentales necesarios para la comprensión de los mismos como lo son una actividad cognitiva desarrollada e influencia del medio cultural y de la educación. Las técnicas visuales manejadas en la televisión y específicamente en los dibujos animados son:

- Elipsis: Consiste en la supresión de alguna acción, generalmente innecesaria, para hacer más ágil el relato eliminando acciones que el espectador no pierde la continuidad de la secuencia aunque se hayan eliminado los pasos intermedios.
- Metonimia: Figura retórica de pensamiento que consiste en designar una cosa con el nombre de otra con la que existe una relación de contigüidad espacial, temporal o lógica por la que se designa el efecto con el nombre de la causa (o viceversa), el signo con el nombre de la cosa significada, el contenido con el nombre del continente, el instrumento con el nombre del agente, el producto con el nombre de su lugar de procedencia, el objeto con la materia de que está hecho o lo específico con el nombre genérico. En síntesis, consiste en la sustitución de un elemento por otro, con el que tiene una relación de tipo causa efecto.
- Sinécdoque: es un tipo de metonimia que se basa en la sustitución de elementos con una contigüidad espacial, temporal o nocional.

- **Hipérbole:** Es una exageración que busca provocar un mayor impacto al espectador. Se suelen presentar utilizando imágenes irreales, trucos y efectos especiales.
- **Comparación:** Consiste en la presentación de dos elementos con el fin de que se puedan comparar sus cualidades y propiedades.
- **Metáfora:** Es una comparación muy exagerada en la que se elimina la comparación entre un producto y el otro; y se sustituye directamente un producto con el otro. Se identifica un término real con uno imaginario con el que tiene una determinada semejanza.
- **Símbolo:** Es un tipo de metáfora que representa un valor o un conjunto de valores de una sociedad.
- **Repetición:** La repetición consiste en la redundancia de determinados elementos en una imagen o secuencia.

Sujeto a las técnicas lingüísticas de realización audiovisual, realizaremos una breve descripción de ellas:

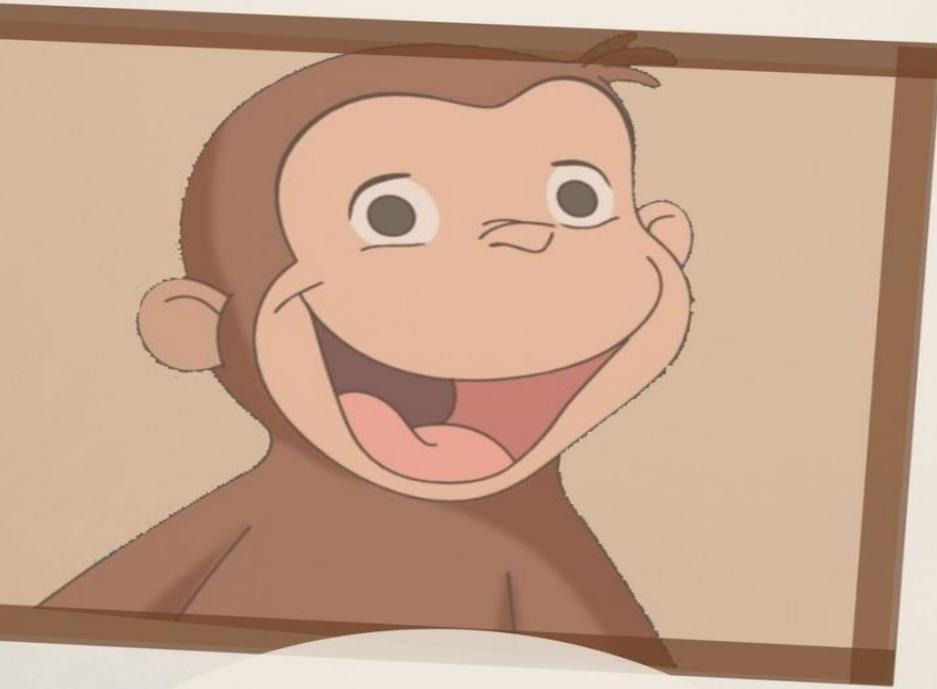
- **Frases hechas:** Refieren a citas y refranes utilizados popularmente. Son utilizadas para generar empatía con su audiencia y que su público se sienta identificado con los personajes.
- **Ironía:** Modo de expresión o figura retórica que consiste en decir lo contrario de lo que se quiere dar a entender, empleando un tono, gesticulación o palabras que insinúan la interpretación que debe hacerse.
- **Onomatopeya:** Palabras cuya lectura imita un sonido. Es una figura retórica de dicción y más precisamente un ícono acústico, pues aspira a convertirse en traducción oral y/o escrita de los ruidos. Por su condición de fonema mimético, colorea emocionalmente y aporta connotaciones a cada expresión dentro del marco de cada contexto cultural.

Las onomatopeyas se pueden dividir en cinco categorías:

- Sonidos no verbales de producción humana: gemidos, ronquidos, suspiros.
 - Sonidos de producción animal: mugidos, ladridos.
 - Sonidos producidos por la naturaleza: viento, truenos, terremoto.
 - Sonidos producidos por la interacción de un ser vivo y un objeto: golpes, disparos.
 - Sonidos producidos por objetos: colisiones, zumbidos, timbrazos.
- **Interjección:** Palabra o expresión que, pronunciada en tono exclamativo, expresa por sí sola un estado de ánimo o capta la atención del oyente; se escriben entre signos de

admiración. La RAE define interjección como la clase de palabras que expresa alguna impresión súbita o un sentimiento profundo, como asombro, sorpresa, dolor, molestia, amor, etc.

- Interrogación retórica: Es un recurso expresivo y que corresponde al grupo de figuras de pensamiento, se diferencia a otro tipo de preguntas debido a que es una pregunta que se hace sin la espera de alguna respuesta e incluso puede hacerse sin señalar a alguien a quien vaya dirigido, el no esperar respuesta puede darse a causa de que ya exista una respuesta o por no ser posible determinar una. Este tipo de pregunta es utilizada para dar un énfasis mayor a una idea o mensaje.
- Alusiones: Es una figura retórica que hace referencia o representa a personas, lugares, eventos, obras literarias, mitos u obras de arte, pero de manera indirecta o por implicación.
- Neologismo: Creación de una nueva palabra que aparece en una lengua, o la inclusión de un significado nuevo en una palabra ya existente o en una procedente de otra lengua. La creación de neologismos se produce por modas y necesidades de nuevas denominaciones. Se pueden clasificar en:
 - Neología de forma: son palabras creadas a partir de cambios morfológicos de vocablos ya existentes en la propia lengua: por ejemplo, aeronave se forma de la unión de aéreo más nave; teledirigido se forma de la unión de tele y dirigido.
 - Neología de sentido: son palabras nuevas a partir de vocablos ya existentes en la propia lengua que sufren cambios semánticos o de significado: por ejemplo tío (un pariente que resulta ser el hermano de alguno de los propios padres) se transforma en cualquier expresión para llamar la atención de la otra persona, como chico u hombre; camello que es un animal, también puede ser un traficante de drogas.



**DISEÑO
METODOLÓGICO**



Se realiza una *investigación descriptiva* cuyo propósito implica la caracterización del lenguaje audiovisual utilizado en los dibujos animados más vistos durante el 2016 por la televisión argentina. Se lleva a cabo un análisis a partir de las estrategias comunicacionales ejercidas en los dibujos animados seleccionados, con el fin de realizar un relevamiento de las particulares del lenguaje audiovisual que presentan en común estos dibujos animados.

De acuerdo a los lineamientos referidos por Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio (2010), es una investigación con *diseño no experimental, transversal descriptivo*, ya que, no se manipulan deliberadamente variables y solo nos remitimos a observar y analizar los fenómenos en su contexto natural, recolectando datos en un tiempo único.

Requisitos de inclusión:

- Que sean dibujos animados infantiles.
- Que se emitan por la televisión argentina.
- Que estén dirigidos a niños de entre 3 y 7 años.
- Que se emitan varias veces durante la semana.

Requisitos de exclusión:

- Dibujos animados dirigidos al público adulto.
- Dibujos animados que se emitan por internet.
- Programas infantiles que no sean dibujos animados.

Se trata de un muestreo *no probabilístico, intencional o deliberado* ya que no es aleatorio, sino que, la muestra es seleccionada siguiendo los diversos criterios de inclusión y exclusión mencionados anteriormente. En esta ocasión, fueron elegidos cinco dibujos animados dirigidos a público infantil entre 3 y 7 años, donde la elección de los capítulos para el visionado se realizará al azar y no incluirá el primer capítulo de cada programa.

Los cinco programas analizados son: *Peppa Pig, Jorge el curioso, La casa de Mickey Mouse, Princesita Sofía, Doctora Juguetes.*

Descripción de las variables sujetas a estudio:

1. Banda sonora

Definición conceptual: es la parte de sonido completa y resultado de la edición de diferentes pistas de sonido, ya sean diálogos, sonidos y música de una obra o acompañamiento paralelo.

Definición operacional: Se analiza a través de una grilla de observación que incluye la clasificación de la banda sonora en diálogos, música y efectos sonoros.

2. Diálogos

Definición conceptual: forma de comunicación verbal o escrita en la que se comunican dos o más personas en un intercambio de información, alternándose el papel de emisor y receptor.

Definición operacional: Se considera voz en off y voice over.

3. Música

Definición conceptual: Conjunto de sonidos sucesivos combinados, que por lo general producen un efecto estético o expresivo y resultan agradables al oído.

Definición operacional: Sus variantes son música diegética y extra-diegética.

4. Efectos sonoros

Definición conceptual: Sonido generado o modificado artificialmente con finalidades artísticas o de contenido.

Definición operacional: Determinado por observación según efecto especial diegético o extra diegético.

5. Aspectos semánticos

Definición conceptual: refiere a los aspectos del significado, sentido o interpretación de signos lingüísticos como símbolos, palabras, expresiones o representaciones visuales.

Definición operacional: Datos obtenidos mediante una grilla de observación. Se categoriza en recursos visuales y lingüísticos.

6. Recursos visuales

Definición conceptual: Todo aquello que se puede mirar. Elemento notorio del mensaje que se transmite.

Definición operacional: Se considera la presencia de elipsis, metonimia, sinécdoque, metáfora, repetición, comparación, símbolo, hipérbole y repetición

7. Recursos lingüísticos

Definición conceptual: Conjunto de instrumentos capaces de facilitar las dudas que surgen en la lengua, ayudando a que el receptor tenga una fácil interpretación.

Definición operacional: Se considera la utilización de frases hechas, ironías, onomatopeyas, interjecciones, interrogaciones retórica, alusiones, neologismos.

8. Aspectos sintácticos

Definición conceptual: Normas que influyen poderosamente en el significado final de nuestro mensaje.

Definición operacional: Datos obtenidos a través de una grilla de observación donde se contemplan variables como planos, ángulos, profundidad de campo y ritmo.

9. Planos

Definición conceptual: perspectiva física visual de los personajes, objetos y elementos de la imagen tal como los capta el observador desde un lugar determinado.

Definición operacional: Se considera el registro de gran plano general, plano general, plano entero, plano medio, plano detalle, primer plano y plano americano.

10. Ángulos

Definición conceptual: Posición de la cámara en relación al objeto o centro de interés.

Definición operacional: Se analiza la posición de cámara: normal, picado y contrapicado.

11. Profundidad de campo

Definición conceptual: área por delante y detrás del objeto o personaje principal que se observa con nitidez.

Definición operacional: se investiga si se utiliza gran profundidad de campo o poca profundidad de campo.

12. Ritmo

Definición conceptual: forma de sucederse y alternar una serie de cosas (movimientos, palpitations, acontecimientos, etc.) que se repiten periódicamente en un determinado intervalo de tiempo.

Definición operacional: Se considera si predomina el ritmo externo o interno.

El siguiente instrumento fue utilizado para recabar los datos obtenidos.

CAPÍTULOS	1 Capítulo: Temporada:			2 Capítulo: Temporada:			3 Capítulo: Temporada:			4 Capítulo: Temporada:			5 Capítulo: Temporada:			Observaciones
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
ESCENAS																
ASPECTOS																
<u>BANDA SONORA</u>																
<i>Diálogos</i>																
Voz en off																
Voice over																
<i>Música</i>																
Sonido diegético																
Sonido extradiegético																
<i>Efectos sonoros</i>																
Sonido diegético																
Sonido extradiegético																
<u>ASPECTO SEMANTICO</u>																
<i>Recursos visuales</i>																
• Elipsis																
• Metonimia																
• Sinécdoque																
• Hipérbole																
Comparación																
• Metáfora																
• Símbolos																
• Repetición																

➤ <i>Recursos lingüísticos</i>																
Frases hechas																
• Ironías																
Onomatopeya																
• Interjección																
Interrogación retórica																
• Alusiones																
Neologismos																
<u>ASPECTO SINTÁCTICO</u>																
➤ <i>Planos</i>																
Descriptivos																
Gran Plano General																
Plano General																
Narrativos																
Plano Entero																
○ Plano Americano																
Plano Medio																
• Expresivos																
○ Plano Medio																
○ Plano Detalle																
○ Primer Plano																
➤ <i>Ángulos</i>																

• Normal																
• Picado																
Contrapicado																
<i>Profundidad de campo</i>																
• Gran profundidad																
• Poca profundidad																
➤ <i>Ritmo</i>																
• Interno																
• Externo																



UNIVERSIDAD
FASTA



RESULTADOS



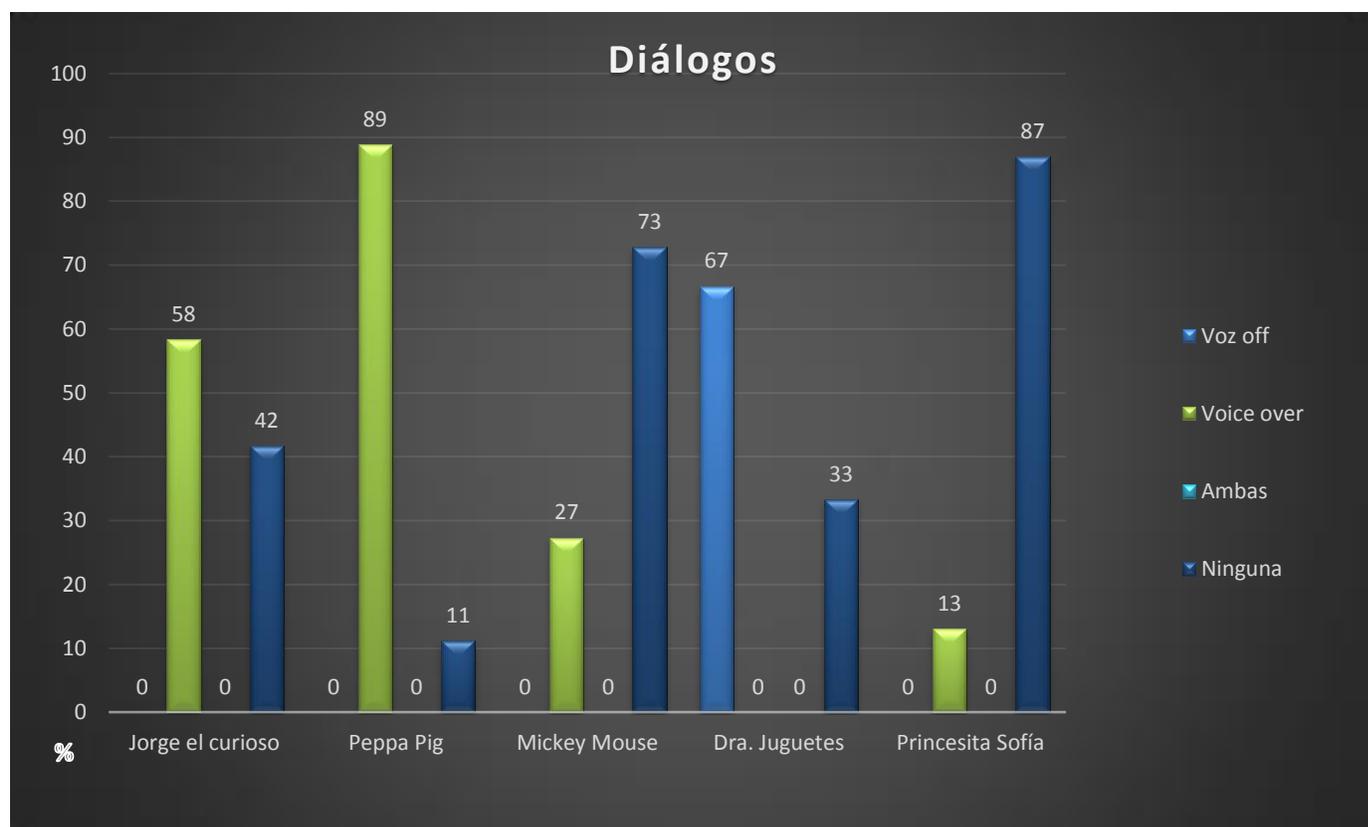
En este nuevo capítulo, se presentan los resultados obtenidos en el trabajo de campo desarrollado durante la investigación. Se analizaron seis capítulos de *Peppa Pig* y cinco capítulos de *Jorge el Curioso*, *Doctora Juguetes*, *Princesita Sofía* y *La casa de Mickey Mouse*.

Programa	Nº de capítulo	Escenas	Temporada
Peppa Pig	6	3	1
Peppa Pig	7	3	2
Peppa Pig	8	3	2
Peppa Pig	4	3	3
Peppa Pig	13	3	4
Peppa Pig	25	3	4
Dra. Juguetes	9	3	1
Dra. Juguetes	21	3	1
Dra. Juguetes	4	3	3
Dra. Juguetes	26	3	3
Dra. Juguetes	8	3	2
Princesita Sofía	14	4	2
Princesita Sofía	24	5	1
Princesita Sofía	3	5	3
Princesita Sofía	15	4	3
Princesita Sofía	8	5	1
La casa de Mickey Mouse	5	4	2
La casa de Mickey Mouse	20	5	3
La casa de Mickey Mouse	10	4	4
La casa de Mickey Mouse	19	5	4
La casa de Mickey Mouse	8	4	5
Jorge el curioso	5	5	1
Jorge el curioso	18	5	2
Jorge el curioso	1	5	3
Jorge el curioso	10	5	3
Jorge el curioso	14	4	1

En primer lugar, se determinaron los elementos sonoros que acompañan la imagen. Tipos de diálogos (voz en off/over), tipo de música y efectos especiales (diegeticos/extradiegeticos).

ELEMENTOS SONOROS

1. Tipos de diálogos



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las observaciones representadas en la figura superior, se registra una apreciable distinción en cuanto a la inclusión de los recursos voz en off y voice over en diálogos. En su gran mayoría, los dibujos animados no presentan ninguno de los modos de diálogos mencionados anteriormente. En Princesita Sofía el 87% de sus escenas se realizan sin estos recursos, seguido por Mickey Mouse 73%, Jorge el Curioso 42%, Doctora Juguetes con el 33%, y por último, Peppa Pig 11%.

En cuanto a voz en off, el único dibujo animado que adquiere esta técnica es Doctora Juguetes en un 67% del total de sus escenas, el resto no demuestra utilización de este tipo de

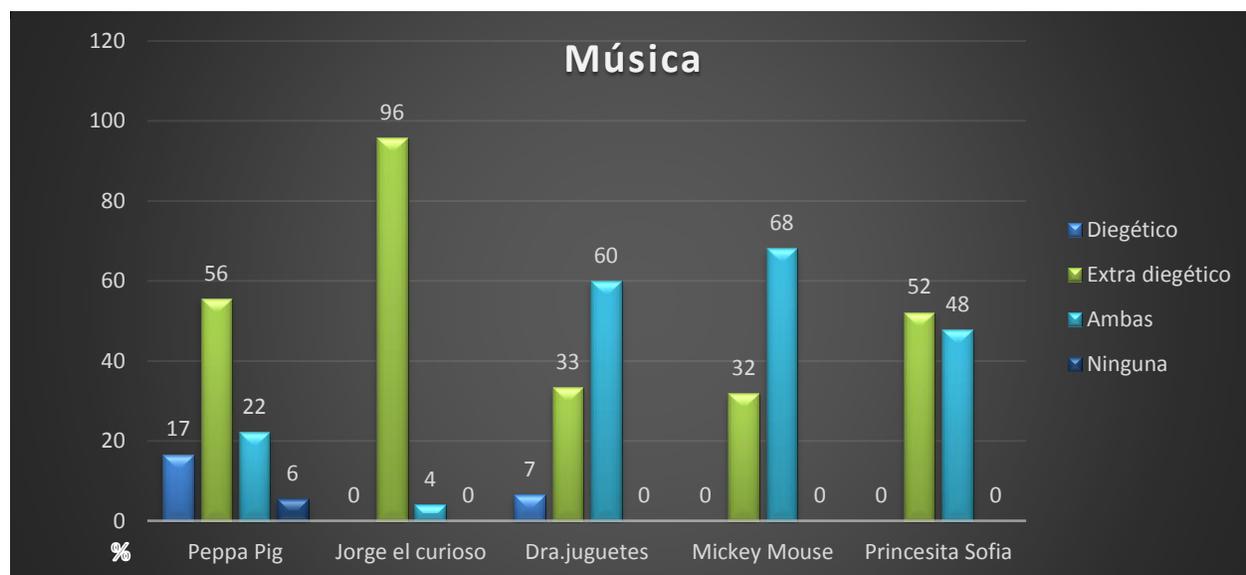
diálogo. Esto quiere decir que no existe narración, descripción ni pensamientos internos por parte de los personajes.

En el caso de la Doctora Juguetes, esta técnica la suele emplear al comienzo de sus capítulos haciendo una breve introducción sobre los casos a tratar durante el desarrollo del mismo o las causas de las enfermedades de los juguetes.

Por último, los datos indican que, a comparación de voz en off, la Doctora Juguetes no presenta registro. Peppa Pig es el dibujo animado que más utilidad le da al voice over con un 89% del total de sus escenas, seguido por Jorge el Curioso en un 58%, Mickey Mouse 27%, Princesita Sofía 13%.

La implementación de esta táctica resulta fundamental para acompañar los hechos que se ven en imágenes, ya que se trata de una narración ejercida por un personaje externo a la trama que se encarga de describir los sucesos, anticipar qué es lo que va a pasar o simplemente introducir en contexto a los espectadores.

2. Música



Fuente: Elaboración propia

Los resultados representados demuestran que todos los objetos a investigar acompañan sus imágenes con distintos tipos de bandas sonoras.

En cuanto a la música extra diegética, Jorge el Curioso es el dibujo que más uso hace de la misma en el 96% de sus escenas, Peppa Pig lo hace en el 56%, Princesita Sofía 52%, Doctora Juguetes 33% y Mickey Mouse 32%.

Respecto al uso de música diegética, el 17% de las escenas de Peppa Pig solo tienen este tipo y el 7% de Doctora Juguetes. Es significativo reconocer la utilidad de la música diégetica para aumentar la veracidad del relato. El gráfico muestra que todos los dibujos animados presentan en su mayoría los dos tipos de musicalización en la misma escena. La utilización de ambos modos (diegético y extra diegético) se da en Mickey Mouse en el 68% de sus escenas, Doctora Juguetes en un 60%, Princesita Sofía 48%, Peppa Pig 22% y por último Jorge el curioso 4%.

El uso de banda sonora, ya sea diegética o extra diegética le otorga veracidad al relato y se ajusta con precisión a los acontecimientos narrados en la pantalla. No afecta a la narración del argumento o la historia, sino que se adapta a ella generándole al espectador un clima agradable para mantener firme su atención.

NOTA: Los cinco objetos de estudio crean sus propias canciones dentro de la trama y en casi todas sus secuencias se puede encontrar al menos a un personaje reproduciendo una de ellas.

3. Efectos sonoros



Fuente: elaboración propia

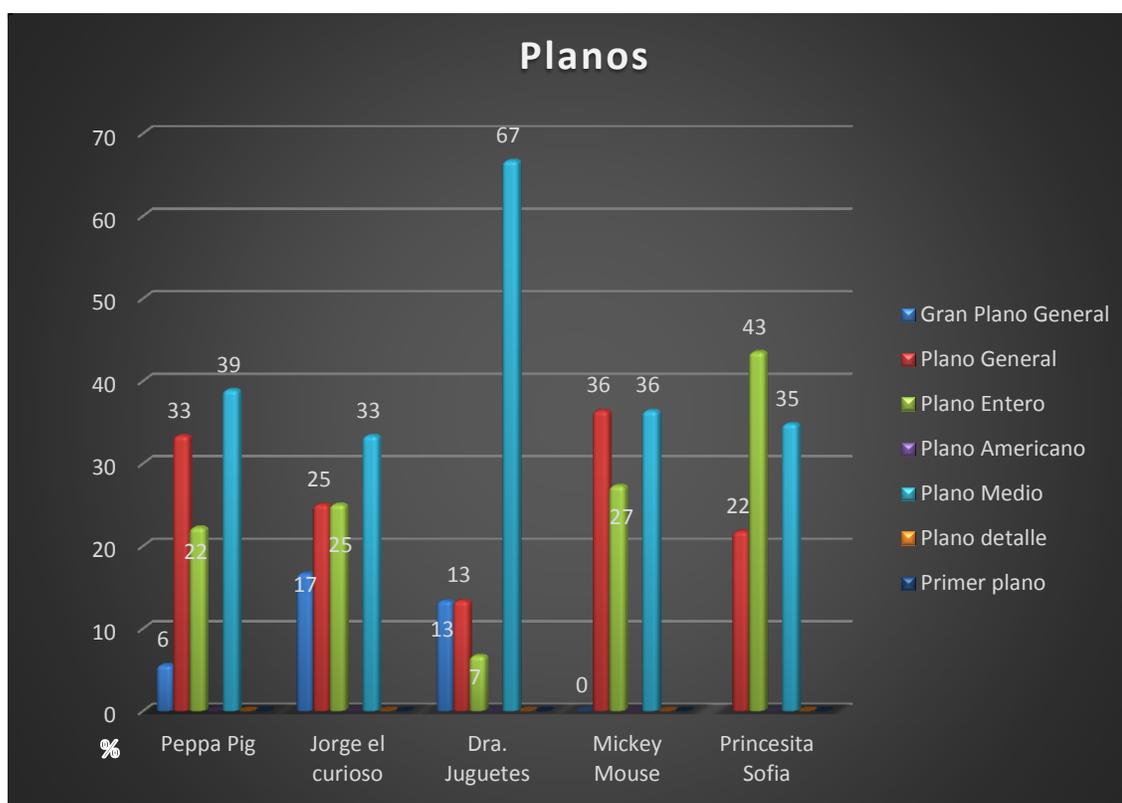
En relación a los efectos sonoros, el 45% del total de las escenas de los 5 dibujos analizados utilizaron solo efectos extra diegéticos. El 28% de las escenas totales utiliza ambas técnicas sonoras dentro de la misma secuencia, mientras que el 20% solo utiliza efectos diegéticos y el 7% ninguno de los dos.

La utilización de este instrumento se da por parte del realizador para dar sensación de realidad a los hechos que se desencadenan. Al igual que la banda sonora, éstos son una técnica eficiente para enriquecer el relato y mantener el interés de los espectadores.

A continuación, se indagó a cerca de la utilización de planos, posiciones de cámara, profundidad de campo y ritmo de la imagen.

ASPECTOS SINTÁCTICOS

4. Utilización de planos

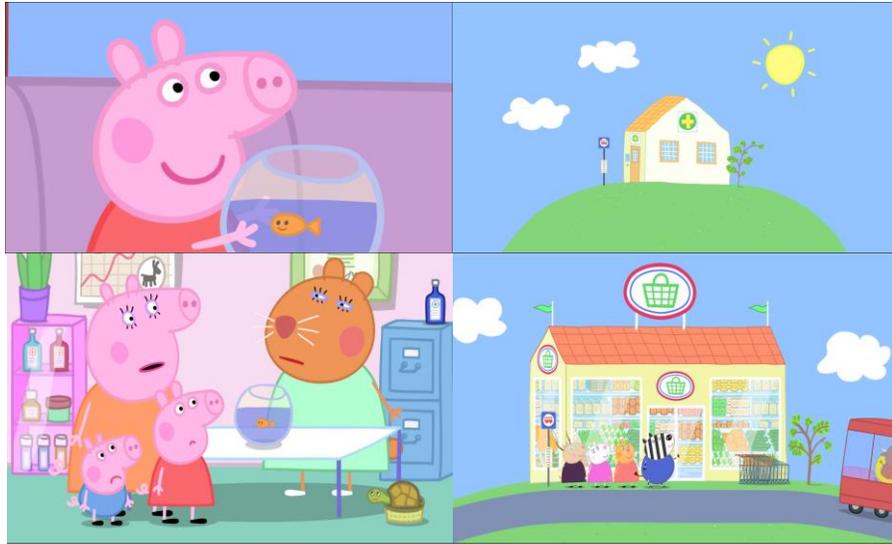


Fuente: elaboración propia

Ahondando en los datos obtenidos, podemos observar múltiples similitudes y diferencias en cuanto a la utilización de planos de cada dibujo animado. Si bien los

cinco hacen uso de los mismos tipos de planos, la distribución de cada uno de ellos es distinta.

En primer lugar, en Peppa Pig y Jorge el Curioso los planos se racionan de la siguiente manera: un 39% y 33% de sus escenas se generan a partir del plano medio, seguido por el 33% y 25% de plano general, 22% y 25% de planos enteros y 6% y 17% de Gran Plano general, respectivamente.



Planos de Peppa Pig



Planos de Jorge El Curioso

La elección de los planos es imprescindible para entender el contenido. En el caso de Peppa Pig y Jorge el Curioso los realizadores decidieron utilizar distintos tipos de planos y variarlos con el correr de las escenas. Esto implica que ambos tienen una dinámica que los diferencia del resto, porque con la diversidad de planos en cuestión logran que los espectadores tengan conocimiento sobre los elementos que componen a la escena, lo que pasa fuera de los objetos centrales y también lo que pasa con el mismo objeto llamado centro de interés. Es decir, se genera un equilibrio perfecto entre lo que se debe mostrar y lo que no.

En segundo lugar, Doctora Juguetes se diferencia de los mencionados anteriormente por su predominante aparición de planos medios (67%). Se pudieron apreciar los otros tipos de planos (entero, general y gran plano general) pero en menor medida: 13% plano general, 13% gran plano general y 7% plano entero. NOTA: el uso de estos planos se da mayoritariamente en los comienzos de las escenas con la intención de describirle al espectador un panorama general e introducirlo a un contexto.



Planos de Doctora Juguetes

En Doctora Juguetes sucede que solo se le da importancia al centro de interés y no a lo que pasa a su alrededor. Solo se realizan pequeños paneos generales para dar una mínima idea del ambiente donde se desarrolla el contenido. Al emplear en mayor medida planos medios, provocan que la atención no se desvíe del foco principal y los espectadores queden atrapados solo en lo que ven. El abuso de este tipo de planos concibe que el público sienta no pudo observar todo lo que hay en la escena.

Por último, a diferencia de los anteriores, tanto en La casa de Mickey Mouse como en Princesita Sofía los planos que predominan son plano general, plano medio y plano entero. En el caso de Mickey Mouse prevalecen con el mismo porcentaje de 36% el plano general y plano medio seguido por 27% plano entero. Mientras que, en el caso de Princesita Sofía el plano más recurrente es el entero (43%), continuado por plano medio (35%) y plano general(22%).



Planos de La casa de Mickey Mouse



Planos de Princesita Sofía

En ambas cuestiones, se realiza un abuso de planos largos y abiertos que generan en algunos casos, solo una visión amplia y distante de los personajes pudiendo apreciar mayoritariamente su entorno y una impresión global de ambiente. A diferencia de los otros, la utilización constante de este tipo de planos se debe evitar porque no permiten que el público pueda apreciar los detalles y se los deja con sensación de que hay cosas que se han perdido.

5. Profundidad de campo



Fuente: elaboración propia

Respecto a la profundidad de campo, los datos arrojaron una equilibrada distribución: el 55% de las escenas de todos los dibujos animados utilizan poca profundidad de campo, mientras que el 45% utiliza gran profundidad de campo.

Esto significa que no existe una brecha distante, más bien una moderación en su uso. Gran profundidad de campo está estrechamente relacionada con los planos de más duración, ya que para poder percibir todo lo que se encuentra en la escena es necesario más tiempo que si se tuviese poca profundidad.

Así, el público podrá apreciar con claridad la mayoría de los objetos de la imagen, y, también poner su foco de atención cuando solo se ven con claridad los objetos situados cerca del centro de interés.

6. Ritmo interno y externo



Fuente: elaboración propia

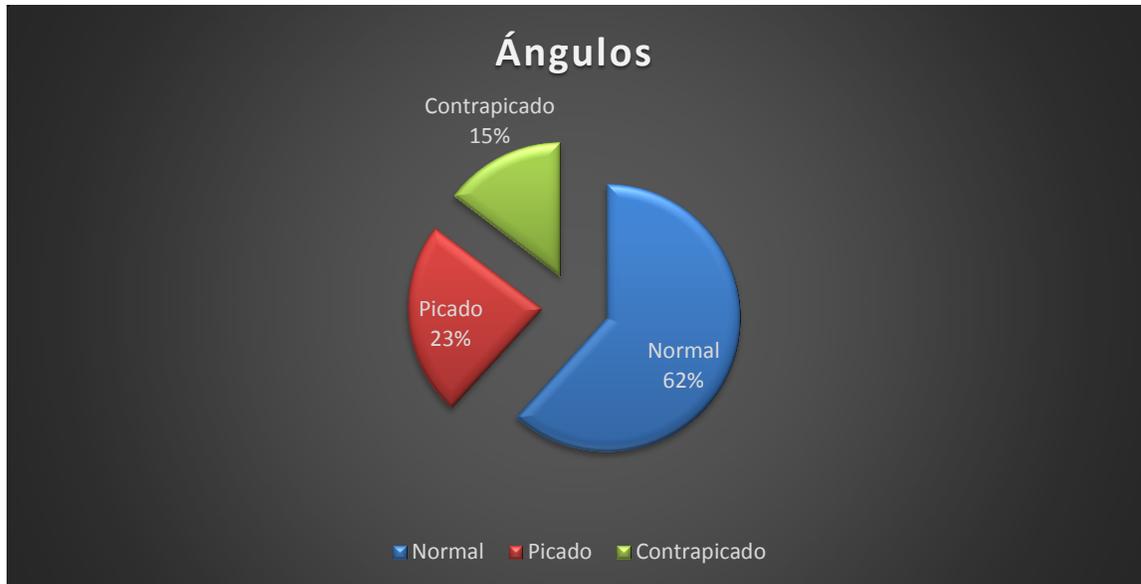
Según los datos obtenidos, del total de las escenas de los 5 dibujos analizados, en el 64% predomina el ritmo externo sobre un 36% de ritmo interno.

De acuerdo a lo que se pudo ver, el ritmo interno es generado por los desplazamientos de los personajes y también por las acciones que realizan los personajes.

En este caso, el porcentaje de ritmo interno que proyectan los datos no se genera por las trayectorias de los personajes durante el desarrollo del capítulo, sino por las acciones de éstos dentro de un mismo lugar durante un largo rato.

Por este motivo, prevalece el ritmo externo, que se da a partir de los cambios en los planos y su corta duración y ocasiona mayor dinámica en su contenido.

7. Posición de cámara



Fuente: elaboración propia

En el gráfico superior podemos observar los ángulos de la posición de cámara. Los datos indican que el 62% de la totalidad de las escenas de nuestro objeto de estudio se basa en ángulos normales, mientras que el 23% lo hace en picado y solo un 15% contrapicado.

Esto implica que, el 62% de las veces los realizadores adoptan la posición normal de la cámara a la altura de los ojos y no indica ningún valor implícito.

La posición picado se obtiene cuando la cámara realiza un encuadramiento desde arriba hacia abajo y se utilizó en situaciones donde había que marcar relaciones de poder y un personaje es más poderoso que otro. Es importante para añadir un valor emocional y expresivo a la imagen y dar a entender que el objeto señalado desde arriba en cuestión denota inferioridad.

Lo mismo, pero con la cámara a la inversa se genera cuando se enfoca al personaje de abajo hacia arriba y da la sensación de que "es más grande", poderoso, superior o simplemente el más importante de todos los que se encuentran en la escena.

NOTA: Las posiciones de cámara picado y contrapicado solo se utilizaron para mostrar un planos y realizar una descripción general de las escenas. En ninguno de los dibujos animados se encontraron relaciones de poder marcadas.

Para finalizar, se realizó un relevamiento sobre los recursos visuales y lingüísticos mayoritariamente recurrentes.

ASPECTOS SEMÁNTICOS

8. Estrategias de recursos lingüísticos

Recursos lingüísticos/Programa	Peppa Pig	Jorge el curioso	Dra. Juguetes	Mickey Mouse	Princesita Sofía
Frases hechas	22%	11%	22%	11%	12%
Ironías	4%	2%	2%	0%	4%
Onomatopeya	47%	46%	51%	61%	43%
Interjección	11%	19%	19%	15%	25%
Interrogación retórica	10%	7%	6%	12%	11%
Alusiones	3%	0%	0%	1%	0%
Neologismo	3%	15%	0%	0%	5%

Respecto a los recursos lingüísticos, hallamos resultados similares en relación a frases hechas: Peppa Pig 22%, Jorge el Curioso y Mickey Mouse 11%, Doctora Juguetes 22% y Princesita Sofía 12%. La implementación de frases hechas es muy común en este tipo de programas con el fin de que los niños se sientan identificados con su propia realidad.

Algunas de las más concurrentes son: *“No te preocupes, no hay nada que no tenga solución”*; *“Mañana será un mejor día”*; *“No hay nada que no puedas lograr”*; *“Solo tienes que vencer tus temores”*; *“Hablando se resuelven los conflictos”*; *“Tú puedes hacerlo, solo concéntrate”*.

En cuanto a las ironías, en Mickey Mouse no se detectó ninguna, en Peppa Pig el 4%, Jorge el Curioso 2%, Doctora Juguetes 2% y Princesita Sofía 4%. La razón por la cual no se esgrimen en cantidad es simple: los niños a esa edad no entienden el contenido implícito que hay detrás de cada ironía, por lo que resulta inútil la aplicación de las mismas.

Las onomatopeyas son la estrategia lingüística más recurrente en las escenas de los cinco dibujos investigados. El 47% de las escenas en Peppa Pig, el 46% de Jorge el Curioso, 51% en Doctora Juguetes, 61% en Mickey Mouse y el 43% de Princesita Sofía contienen onomatopeyas.

Algunas de las más escuchadas: “*Mua*”, “*Grr*”, “*Buaaa*”, “*Ring*”, “*Toc-toc*”, “*Hmm*”, “*hop*”, “*sh*”, “*zzz*”, “*ups*”, “*crack*”.

Sirven acompañar los diálogos, y son utilizadas por los mismos personajes cuando hacen juegos para ayudar a comprender el lenguaje corporal y otorgar emoción a la secuencia.

Al igual que las onomatopeyas, hallamos interjecciones en un alto porcentaje. Los personajes resultan ser muy expresivos y demostrar sus sentimientos, pensamientos y deseos con bastante frecuencia: Peppa Pig 11% Jorge el Curioso y Doctora Juguetes 19%, La casa de Mickey Mouse 15% y Princesita Sofía 25% de sus escenas. Algunas de las expresiones más recurrentes son: ¡Ay! ¡Ojalá! ¡Puuaj! ¡Yupi! ¡Cielos! ¡Oh! ¡Jaque! ¡Diablos! ¡Rayos!, ¡Urra!. Al igual que las onomatopeyas, utilizar interjecciones enriquece el relato.

En consideración a las interrogaciones retóricas, los datos han arrojado la siguiente distribución: 12% Mickey Mouse, 11% Princesita Sofía, 10% Peppa Pig, 7% Jorge el Curioso, 6% Doctora Juguetes.

Esta herramienta lingüística sirve como guía del relato, ya que, los personajes se hacen preguntas a sí mismos que dan pie al inicio de una nueva secuencia. “*¿Qué debo hacer ahora?*”, “*¿Cómo puedo arreglar esto?*”, “*¿Será demasiado tarde?*” son algunas de las interrogaciones retóricas que se encontraron durante la investigación.

El recurso lingüístico de alusiones no se utilizó en Jorge el Curioso, Doctora Juguetes ni Princesita Sofía. Solo el 3% de las escenas de Peppa Pig contienen alusiones y el 1% de La casa de Mickey Mouse. En este caso, se observaron frases como: “*este chancho torpe*”, “*es un perro feliz*” o “*viejo pájaro tonto*”. Al igual que las ironías, esta táctica no se ejerce con

frecuencia porque requiere de una actividad cognitiva instantánea para entender a quién alude determinada frase o apodo.

En relación a los neologismos, pudimos observar que Doctora Juguetes y La Casa de Mickey Mouse no presentaron ninguno, mientras que, Peppa Pig el 3%, Jorge el Curioso el 15% de sus escenas y Princesita Sofía el 5% de sus escenas. La creación de una nueva palabra es un medio que, en los casos analizados, se utilizó para hablar de algún conjuro, truco de magia o nombres/apodos inexistentes inventados. Se utilizaron de forma repetitiva con el fin de marcar tendencia y permanecer en la mente de los espectadores.

NOTA: el único dibujo animado que dispuso de todas las técnicas lingüísticas analizadas es Peppa Pig.

9. Técnicas de recursos visuales

Técnica/ Programa	Peppa Pig	Jorge el curioso	Dra. Juguetes	Mickey Mouse	Princesita Sofía
Elipsis	18%	7%	4%	0%	0%
Metonimia	14%	14%	32%	24%	28%
Sinécdoque	14%	17%	28%	26%	24%
Hipérbole	16%	24%	20%	26%	32%
Comparación	4%	9%	0%	0%	0%
Metáfora	8%	2%	0%	0%	0%
Símbolos	16%	7%	4%	0%	10%
Repetición	10%	20%	12%	24%	6%

Fuente: elaboración propia

En esta ocasión, al igual que las técnicas lingüísticas, las estrategias visuales se han examinado de manera independiente, considerando el hecho de que cada dibujo animado pudo contener una o varias dentro de la misma escena.

En primer lugar, pudimos observar que tanto en Peppa Pig como Jorge el Curioso utilizaron todos los recursos lingüísticos alguna vez, mientras que Mickey Mouse y Princesita Sofía quedan exentos de la utilización de elipsis, comparaciones y metáforas.

En cuanto a la elipsis, debido a la duración de sus capítulos de cinco minutos, Peppa Pig utiliza en el 18% de los casos este método para agilizar su relato omitiendo acciones no trascendentales. Lo sigue Jorge el Curioso con el 7% y Doctora Juguetes con 4%. Tanto Mickey Mouse como Princesita Sofía no se ven obligados a hacer uso de este recurso porque poseen capítulos de 20 minutos y tienen la posibilidad de contar una historia sin la necesidad de omitir hechos.

En relación al uso de metonimias, sinécdoque e hipérbole, resultaron ser las estrategias más esgrimidas en todos los objetos de estudio. Por un lado, la presencia de metonimias es 14% en Peppa Pig y Jorge el Curioso, 32% en Doctora juguetes, 24% en La casa de Mickey Mouse y 28% en Princesita Sofía.

Por otro lado, la figura de sinécdoque se distribuye de la siguiente manera: Peppa Pig 14%, Jorge el Curioso 17%, Doctora juguetes 28%, La casa de Mickey Mouse 26% y Princesita Sofía 24% del total de sus escenas.

Tanto metonimia como sinécdoque se manipulan como asociación de un objeto a otro a través de una relación causa efecto para enriquecer el contenido. Se intenta fundar en el espectador cierta incertidumbre sobre lo que está viendo para atrapar por completo su atención, que piense, que invente y por sobre todas las cosas que utilice su imaginación antes de que se desenvuelva la escena y concluya la metonimia en su objeto real.

En última instancia, se registró presencia de hipérbole en: Peppa Pig 16%, Jorge el Curioso 24%, Doctora juguetes 20%, La casa de Mickey Mouse 26% y Princesita Sofía 32%. El uso de ésta intenta provocar impacto en el televidente. Las imágenes suelen tener objetos materialmente exagerados o efectos especiales excesivamente llamativos.

Ejemplo:



a) Sinécdoque

b) Metonimia

c) Hipérbole

Respecto al empleo de la comparación como técnica visual, Peppa Pig (4%) y Jorge el Curioso (9%) son los únicos que registraron alguna comparación en alguna de sus escenas. Este recurso puede ser utilizado de forma didáctica para enseñar a los televidentes cuál es la diferencia entre dos o más objetos, es decir, distinguir sus cualidades y propiedades.

En el ejemplo que se encuentra debajo, el hombre de sombrero amarillo le explica a Jorge cuál es la diferencia entre la aspiradora grande que se utiliza para los pisos y la chiquita que tiene sobre sus manos que consiguió especialmente a medida de Jorge.



Al igual que con la comparación, Peppa Pig (8%) y Jorge el Curioso (2%) son los únicos que dispusieron de la metáfora como recurso visual. No resulta fácil identificar a qué se hace referencia cuando un objeto sustituye a otro sin indicio alguno. A continuación, se verá como ejemplo de metáfora una imagen de Peppa Pig donde el hada de los dientes reemplazará un diente de Peppa por una moneda.



Según los datos obtenidos, de los cinco objetos de estudio, solo La casa de Mickey Mouse no presenta símbolos en ninguna de las escenas analizadas. Peppa Pig lo hace en un 16%, Jorge el Curioso en un 7%, Doctora Juguetes en 4% y Princesita Sofía en el 10% del contenido investigado. La utilización de esta técnica es importante para mostrar indirectamente

la sociedad en la que están inmersos los personajes principales y así, de alguna manera formar su propia identidad. Ejemplo:



Por último la repetición de recursos visuales como técnica esencial para que los espectadores siempre recuerden qué objetos se encuentran dentro de una escena o secuencia de actos. En consideración a esto, los datos arrojaron los siguientes resultados: Peppa Pig 10%, Jorge el Curioso 20%, Doctora juguetes 12%, La casa de Mickey Mouse 24% y Princesita Sofía 6%.





UNIVERSIDAD
FASTA



CONCLUSIONES



La serie de origen británico Peppa Pig, creada por Neville Astley y Mark Baker en el año 2004, relanzada en Latinoamérica en 2013, ha logrado un nivel de preferencia significativo por encima del resto de los dibujos animados que se emiten en nuestro país. De acuerdo al sitio de tendencias de Google, la serie ocupa actualmente el tercer lugar en las búsquedas realizadas en YouTube durante 2016.

A lo largo del presente trabajo de investigación, hemos podido dar cuenta que, si bien es atractivo el personaje de Peppa, una niña curiosa y abierta a aprender de sus mayores que lidia con su hermano travieso George y le encanta saltar en los charcos de lodo, no sólo es el contenido, perfil de los personajes y estructura familiar que contiene el relato lo que hace de este dibujo el más visto por los niños. Aquí hallamos otro motivo fundamental (y no menor al resto) por el cual esto es así: Peppa Pig resultó ser el único que cumple a raja tabla con la utilización unánime de las técnicas estudiadas.

Si bien los capítulos de esta tira tan solo gozan de una duración acotada (5 minutos para ser exactos), recalamos la manera en la que se narra su relato. El voice over presente en casi todas sus escenas, logra enlazar a la perfección los hechos con las imágenes, ya que su función primordial es reforzar los acontecimientos y las conductas pertinentes.

Un aspecto a destacar de esta cuestión es que el narrador “voice over” en todos los capítulos investigados, repite las mismas frases: “*A Peppa le gusta saltar en los charcos de lodo, a todos les gusta saltar en los charcos de lodo*”. Lo mismo sucede con la música y los efectos especiales; el personaje de Peppa se encarga de adaptar siempre, a la misma base musical, canciones que se adaptan al contexto que está sucediendo y se repiten a lo largo del capítulo al menos 2 veces.

En cuanto a los elementos sintácticos, se observa un exacto equilibrio entre la variación y duración de planos, profundidad de campo y ángulos de perspectiva, lo cual forja una clara descripción de los hechos narrados y se logra ritmo externo cuando los personajes se encuentran estáticos. Generar armonía en la utilización de estos recursos genera que el dibujo en cuestión mantenga atrapados a sus espectadores y no otorgue lugar a un mínimo segundo de distracción por su parte. En cuanto a la profundidad de campo, observamos que los episodios de Peppa Pig se desarrollan siempre en los mismos escenarios, lo cual genera que, cuando en un capítulo hay poca profundidad de campo, en el otro hay gran profundidad y se pueden ver los elementos que rodean el centro de interés. Se juega con este recurso para incentivar la buena memoria de los niños y crear indirectamente una interacción con ellos.

La variación de planos en las escenas se distribuye siempre de la misma manera: al comienzo de cada una se realiza un gran plano general para dar lugar al contexto en el que se va a desarrollar el capítulo, luego, al momento de contar la historia e involucrarse en la trama predominan los planos medios y enteros, finalizando los capítulos con planos generales. De acuerdo a las indagaciones que hemos realizado, dimos cuenta que todos los capítulos de Peppa Pig terminan de la misma manera: un plano general abierto y sus personajes tirados en el piso riéndose.

Respecto a los ángulos de perspectiva o posiciones de cámara, existe poca variación de ellas ya que, aunque deberían existir al menos entre Peppa y sus padres, no existen relaciones de poder; ellos son excesivamente permisivos con sus hijos.

La frecuente utilización de recursos visuales y lingüísticos también es esencial para causar efecto en su público. Claro está que como sus capítulos poseen corta duración, recurrir al uso de elipsis como método de omisión de hechos no importantes es fundamental, pero lo que resulta atractivo en esta cuestión es que se emplearon, alguna vez, todos los recursos que se analizaron. En estos 6 episodios pudimos percibir la presencia de metonimias, sinécdoques, metáforas, comparaciones, repeticiones, símbolos e hipérbolos pero todo en su justa medida, sin abusar de ninguno de ellos, haciendo así, de un relato completo donde los acontecimientos y el contenido visual se unen para enriquecer el relato.

Lo mismo sucede con los recursos lingüísticos, ya que todas las variables sujetas a análisis fueron utilizadas alguna vez, pero lo que destacamos particularmente de esta animación es la frecuente aparición de onomatopeyas y neologismos. Observamos dos aspectos relevantes que enriquecen esta investigación: en primer lugar, los personajes principales (la familia de Peppa) emite constantemente "oink", adecuando esta onomatopeya a la diégesis del relato y, en segundo lugar la expresión *¡Urra!* se repite constantemente en todos los capítulos.

Por su parte, en Jorge el Curioso, Jorge es un mono que vive para investigar todo aquello que lo rodea. Su curiosidad insaciable lo lleva a meterse en problemas inesperados de los que alguna manera siempre logra salir, pero esto no lo es todo. Hemos localizado grandes similitudes con Peppa Pig, comenzando por la presencia de un narrador externo a la trama que relata los acontecimientos. Sucede que, según las apreciaciones que realizamos, ambos voice over describen los hechos de la misma manera.

A diferencia de los otros objetos de estudio, éste se destaca por el uso excesivo de banda sonora en sus capítulos.

Realizando un análisis minucioso de la cuestión, concluimos en que todas las escenas de Jorge el Curioso poseen una breve introducción de un piano y, también se emplean efectos especiales diegéticos con bastante frecuencia.

Al igual que en Peppa Pig, se produce una distribución variada en cuanto a la cantidad de planos y su utilidad: comienza el relato con un plano general abierto descriptivo, continuando con planos medios y enteros y finaliza con planos abiertos. Al tener capítulos con una duración aproximada de 16 minutos cada uno resulta elemental la variación de planos para aumentar el ritmo de la serie y no fomentar la distracción de su público.

Refiriéndonos ahora a la posición de cámara, es relevante destacar que, aquí se juega demasiado con los ángulos de perspectiva, de hecho es el único dibujo animado de los investigados que lo hace; el picado y contrapicado son la mejor opción para mostrar cuando Jorge se siente inferior porque su dueño lo reta.

Al ser el personaje principal un mono curioso que le gusta investigar todo lo que le llama la atención, la frecuente aparición de recursos visuales es inevitable. Si bien las acciones siempre se desenvuelven en un ámbito diferente, durante el episodio se puede apreciar una constante repetición de objetos de un acto a otro y excesivas cantidades de metonimias, sinécdoques e hipérbolos, puesto que Jorge, luego de meterse en problemas resulta ser algo asustadizo.

En alusión a Doctora Juguetes, la serie cuenta la historia de Doc, una niña que tiene el poder de comunicarse con sus juguetes gracias a un estetoscopio mágico obsequiado por su madre, quien es doctora. Todos los días los amigos de Doc juegan con sus juguetes, pero de repente se le dañan alguna parte del juguete y ella los repara. Esta ficción, marca una diferencia con respecto a los demás, ya que es la única que utiliza como recurso principal voz en off, siendo la misma doctora juguetes quien narra las enfermedades o los casos a tratar de ellos al comienzo de cada capítulo.

En relación a la banda sonora en su totalidad, en esta ocasión se utiliza para dramatizar las escenas cuando el juguete se encuentra dañado y, paradójicamente también para animarla cuando Doc soluciona el problema. Además, resulta interesante destacar que en cada capítulo, al igual que en Peppa Pig, se originan canciones fundadas en la temática a desarrollarse.

Al referirnos a episodios con una duración aproximada de 15 minutos cada uno, el recurso más eficiente para otorgarle ritmo son los cambios continuos de planos. Los tipos de planos utilizados resultan ser los mismos que en los demás dibujos, con la excepción de que en éste en particular predominan los planos medios, por lo cual la profundidad de campo en relación a estos es poca, ya que por regla general en los planos medios siempre sobresale el centro de interés.

Al ser el más realista de los objetos de estudio, la utilización de recursos visuales y lingüísticos se distinguen con menos frecuencia. Si bien no deja de ser un dibujo animado, con el objetivo de entretener, puntualmente fue creado con una historia más profunda y es que los niños se sientan identificados con los muñecos y pierdan el miedo a ir al doctor, con lo cual se intenta crear la ilusión de que la realidad de los juguetes es la misma que la de ellos.

Focalizando en La Casa de Mickey Mouse y Princesita Sofía nos hemos topado con grandes similitudes entre ambos. "La Casa de Mickey Mouse" está orientado a la interacción constante con su público ya que, Mickey al principio de cada capítulo saluda, durante el desarrollo les pide ayuda para resolver determinadas problemáticas y al finalizar se despide de ellos. Por su parte "Princesita Sofía" enseña a lo largo de sus capítulos pequeñas lecciones de valores y sobre la amistad.

La duración aproximada de los capítulos de ambos es de unos veinte o veinticinco minutos. Sus escenas son más largas que en los otros dibujos. Predominan por sobretodo la música; en la mayoría de sus escenas se canta una canción.

Respecto a la utilización de recursos visuales y lingüísticos, ahondando en el análisis de datos, la exageración (hipérbole) prevalece por encima del resto. El objetivo principal es captar por completo la atención de los televidentes, en estos casos, más que diálogos entre los personajes se utilizan onomatopeyas, frases hechas e interjecciones.

. En ambos se quiere resaltar más el entorno y el propio ambiente que los mismos personajes por lo que los tipos de planos son abiertos y largos, otorgándole al espectador una visión general de los hechos.

Como cierre final para concluir este trabajo de investigación, luego de llevar a cabo una breve descripción de los elementos que componen el lenguaje audiovisual en dibujos animados pudimos descubrir que, a través del lenguaje audiovisual se le puede proporcionar al público, la sensación de poder trasladarse en tiempo y espacio o

simplemente modificar el significado de una acción en un instante, para poder crearle otro clima. También trasladar el centro de interés de la imagen y redirigir su atención hacia otro objeto, se le puede dar énfasis a una información u omitirla por completo. Se elige el orden y la duración de los planos, lo cual puede cambiar la forma de interpretación del contenido según el tipo de plano y lo que se quiera mostrar. Un lenguaje audiovisual efectuado con habilidad posee la misma importancia que el contenido y obtiene el mismo impacto, logrando atrapar por completo la atención de sus espectadores.



UNIVERSIDAD
FASTA



BIBLIOGRAFÍA



- AUMONT, Jacques y otros. *Estética del Cine - Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Buenos Aires, Paidós Comunicación, 2005
- AUMONT, Jacques y MARIE, Michel. *Diccionario Teórico y Crítico del Cine (Dictionnaire Théorique et Critique du Cinema)*, Buenos Aires, Colección Biblioteca de la Mirada, Editorial La Marca, 2006
- BARROSO GARCÍA (1998), Jaime. *Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión*, Madrid, Instituto Oficial de RadioTelevisión España,
- BETTENDORFF, M. E. y PRESTIGIACOMO R (2002). *El Relato Audiovisual*, Buenos Aires, Longseller,
- BOURDIEU, Pierre (1997), *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.
- CHION, M. (1998) *La audiovisión*. Barcelona: Paidós.
- DAVARA RODRÍGUEZ, Franciso (1990). *Introducción a los medios de comunicación*. Madrid.
- FERNÁNDEZ, Federico y MARTINEZ ABADÍA, José.(1994) *La Dirección de Producción para Cine y Televisión*, Barcelona, Paidós, Papeles de Comunicación,
- GARCIA JIMÉNEZ, Jesús. *Información Audiovisual II - ITP – Paraninfo*
- KATZ, Steven D.(2000) *Plano a Plano- Dirección I (Film Directing: Shot by Shot)*, Madrid, Plot Ediciones,
- MC LUHAN, M. (1969). *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. México: Diana.
- MILLERSON, Gerald (1990). *Técnicas de Realización y Producción en Televisión (The Technique of Televisión Production)*, Madrid, Instituto Oficial de RadioTelevisión España,
- OROZCO, Guillermo (1994). “El comunicador frente a la recepción”, en *Al rescate de los medios*. México: Fundación Manuel Buendía.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española (22º Ed.)*. Consultado en: <http://www.rae.es/rae.html>
- RODRIGO ALSINA, Miguel (1996). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós. (2º impresión)
- SALO, Gloria (2003). *¿Qué es eso del formato?*, España. Editorial Gedisa
- SÁNCHEZ, Rafael. (1999) *Montaje Cinematográfico, Arte del Movimiento*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones, Colección Aperturas,

- SARTORI, Giovanni (1998). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- SOUTO, Mario Raimundo.(1993) *Manual del Realizador Profesional de Video*, Madrid, D.O.R. SL Ediciones,
- WATZLAWICK, P. et al. *Teoría de la comunicación humana*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- ZIRES, Margarita (1983). “El discurso de la televisión y los juegos infantiles”, en *Comunicación y Cultura*, nº 10. México.