

# El deporte en la animación: la ausencia del valor de la igualdad<sup>10</sup>

Inmaculada Sánchez-Labela Martín  
Universidad de Sevilla

## 1. Una lección educativa a través de los dibujos animados

Los dibujos animados televisivos se representan como un recurso fácil y accesible prácticamente para toda la población infantil, a través de los cuales transmitir una serie de valores culturales y educativos que, paralelamente, se representan también a través de otros medios de comunicación (Rajadell et al., 2005: 359-360). Tal y como publicó El Comité Federal de Radiodifusión de la República Argentina en su trabajo titulado “Una cuestión preliminar al análisis de contenido de los dibujos animados” (2000), las producciones animadas continúan ejerciendo una cierta hegemonía sobre los espacios audiovisuales que suelen elegir los niños y niñas. Durante los últimos años, el magnetismo de las historias infantiles moralizantes que marcaron los años setenta, por lo general vinculadas al modelo de los cartoons tradicionales de origen estadounidense, ha sido paulatinamente reemplazado a raíz de la atracción que sobre el público generan actualmente otro tipo de producciones asociadas a temáticas que trascienden los ámbitos de interés que han sido específicos de la audiencia infantil. En este punto se advierte de qué manera los dibujos animados proponen distintas miradas sobre la lógica que gobierna el desarrollo de tipos específicos de sociedad, y de los actores sociales que en

ellas intervienen, como asimismo sobre su dinámica interna. Esta circunstancia conlleva el problema de identificar, por la vía de la observación y del análisis puntual de las alternativas que actualmente conforman la oferta de programas, no sólo las diversas propuestas, modelos socioculturales y concepciones del mundo que aquellos viabilizan, sino adicionalmente, la función que cumplen sus distintos códigos de representación, ya sea que éstos permanezcan anclados en el terreno de la ficción, de la fantasía o bien del realismo.

Las narraciones animadas se consideran discursos que transmiten explícita o implícitamente los valores socialmente predominantes, que no siempre coinciden con los valores deseables desde el punto de vista educativo. El ser humano posee una mente narrativa que se ha formado en las primeras experiencias sociales y que continúa desarrollándose a través de la forma en que procesamos la información que nos interesa.

---

<sup>10</sup> El presente trabajo surge de la publicación “Infancia, dibujos animados y televisión pública. La difusión de valores y contravalores en la producción española y argentina”, publicado en la Revista Mediterránea de Comunicación, 7(1), 11-29. Disponible en <http://mediterranea-comunicacion.org/>.

DOI: 10.14198/MEDCOM2016.7.1.1

“La mente narrativa de los niños está capacitada para comprender el significado cultural e individual que se transmite a través de las narraciones televisivas. Partimos, pues, de la idea de que las narraciones televisivas pueden ser mediadores dialógicos para reconstruir nuevos significados” (Medrano Samaniego, 2005: 255).

Los modelos que se transmiten a través de medios de comunicación de masas no son únicamente estilos de vida o tipos de personas, sino que van creando tendencias en la sociedad; incluso muchos relatos televisivos se basan en comportamientos derivados de lo que entendemos por contravalores. Sin embargo, la credibilidad de éstos, a diferencia de aquellos acontecimientos que observamos directamente, se basa en la confianza que otorgamos al comunicante, bien sea una persona como el maestro o sea un medio de comunicación como la televisión (Medrano Samaniego, 2005: 256).

Mediante la pantalla de cine y televisión se viven emociones. Las imágenes con su ingente capacidad de persuasión penetran en el niño o niña enriqueciendo su capital cognitivo, por ello, habría que aprovechar esta cualidad para transmitir a través de ellas mensajes educativos basados en valores con los que el público más infantil construya una realidad adecuada.

El contenido audiovisual es considerado como un importante recurso didáctico ofreciendo a la audiencia entretenimiento, educación y formación, por este motivo, el medio televisivo y cinematográfico bien utilizados pueden favorecer el aprendizaje de valores.

Educar en valores se convierte en una tarea tanto de las instituciones educativas, las familias como los medios de comunicación. En éste ámbito, diversos estudios demuestran cómo los medios se convierten en la fuente principal para la transmisión de estos (Maeso Rubio, 2008; Bonilla Borrego, et al., 2012; Jiménez Marín et al., 2014). Es importante, por tanto, controlar el contenido en lo referente a las temáticas, los valores o contravalores, la violencia, los estereotipos así como la igualdad y desigualdad de género, pues las narrativas animadas son entendidas y asumidas como realidades por la semejanza que el público infantil encuentra en situaciones y personajes.

En base a ello, el trabajo “Veo veo, ¿qué ven? Uso y abuso de los dibujos animados. Pautas para un consumo responsable desde la infancia” (2015), se presenta como un estudio que recoge datos sobre cómo los niños y niñas entienden como normalizados algunos contravalores, comportamientos y situaciones, incluso de violencia, expuestos en los dibujos animados. Más allá del compromiso por parte de las producciones audiovisuales, ante tal situación, su autora propone la alfabetización desde las escuelas como herramienta para enseñar a la audiencia infantil a interpretar y reflexionar sobre lo consumido a través de la televisión (Sánchez-Labela Martín, 2015).

### 1.1. La transmisión de valores y contravalores en el discurso audiovisual infantil

En el ámbito de la comunicación estamos siendo testigos de un cambio de paradigma: surgen nuevos modos de informar y comunicar, nuevos lenguajes, nuevas plataformas

de entretenimiento... las generaciones más jóvenes están creciendo en un escenario de aprendizaje informal, "viven rodeados de medios en los que, en general, los referentes no son los valores, sino los contravalores" (Martínez, 2011: 12). Tal y como apunta Sánchez Castillo: "los medios masivos gozan de un nivel excepcional de libertad y autonomía, aunque esa libertad es un elemento vital en una sociedad democrática, los medios acarrear deberes y responsabilidades, como parte de la esfera de la ecología cultural" (Sánchez Castillo, 2012: 85). "Implícita y explícitamente tratan aspectos socio-morales que afectan y explican el desarrollo de los valores, así como la identificación con algunos personajes" (Medrano y Aierbe, 2008: 55).

El concepto de 'valor' es polisémico. Según Rodríguez Bravo et al., (2013) dicho concepto, adaptado a los productos audiovisuales, se entiende como "aquellos elementos de sus contenidos y aquellos rasgos de sus características formales que configuran el conjunto de cualidades que otorgan importancia, validez o mérito a una producción audiovisual, haciéndola ser apreciada por su adaptación a las necesidades del hombre y la sociedad" (Rodríguez Bravo et al., 2013: 5). Por su parte, Yepes Stork (1998) lo define como un aspecto del bien, con la particularidad de que, al mismo tiempo que perfecciona al que lo realiza produce un enriquecimiento personal que irradia positivamente en la comunidad.

Muchos han sido los autores que han reflexionado sobre cómo se pueden transmitir valores a través del discurso audiovisual televisivo por ser éste un medio accesible y cotidiano para el público infantil. Medrano Samaniego en

2005 presenta una investigación en la que aplica la codificación de valores de Sharon Schwartz a los contenidos televisivos. Ortiz Sobrino (2007), por su parte, propone una televisión con contenidos prioritarios, basados en los valores universales sustentados en la tolerancia, la convivencia, la integración social y el respeto a la persona. Poco después, García Matilla (2003) sostiene que la función de la televisión y su incidencia en la población infantil juegan un papel determinante. Este autor, siguiendo la línea de muchos otros, defiende una cultura infantil a favor de la potencialidad del desarrollo autonómico de los niños, dentro de un sistema de valores congruentes con el ideal de una sociedad democrática, igualitaria y solidaria. Además de interesantes estadísticas que fundamentan esta publicación, Del Valle López (2012), asegura en su texto sobre los menores ante la televisión, que el discurso televisivo transmite más contravalores que valores, especialmente en sus contenidos dirigidos a los más pequeños a partir de productos de animación. En este contexto, Buxarrais (2013) expone que "la comunicación debería evitar el fomentar contravalores como la manipulación, la ignorancia, la inconsciencia, la reactividad, el conflicto y el miedo a ayudar a consolidar valores como el respeto, la honestidad, la libertad, la solidaridad, la convivencia, la cooperación y el acuerdo" (Buxarrais, 2013: 63). Por ello, junto a Ortiz Sobrino (2007) proponen la necesidad de priorizar aquellos contenidos basados en valores "evitando el fomento de antivalores" (Buxarrais, 2013: 63).

Independientemente de los contenidos televisivos o cinematográficos, cuando se trata de analizar el universo de los valores es complicado definir cuáles representan mayor

o menor calidad pero sí está claramente definido que la presencia de valores y, por ende, la ausencia de sus contrarios, no solo es preferida por el público y las empresas e instituciones vinculadas a los medios sino también por la propia industria. Ante este escenario, el Observatorio de Televisión de la Universidad Austral (OTV) ha establecido una codificación para evaluar los valores y los antivalores transmitidos mediante los diversos géneros.

Centrados en los dibujos animados, más allá de constituirse éstos como una variante de programación, se han configurado como un género cuya identidad se fundamenta en la singularidad de su audiencia. La delimitación de su público objetivo es un rasgo común y su especificidad estaría edificada sobre la base de la edad de sus integrantes. Por ello, ante el análisis de cualquier título animado se debería contemplar la diversidad de las temáticas planteadas las cuales están, por lo general, dirigidas a distintos públicos, tanto infantiles como adultos.

El presente trabajo toma como punto de partida que la transmisión de valores a través del audiovisual contribuye con la educación siendo, por tanto, responsable de parte del bienestar social. Por ello, y tomando como base la clasificación de valores y contravalores creada por el OTV, se trabaja en base a la línea de investigación deporte e igualdad. Este binomio se convierte en una preocupación social real donde se cuestiona constantemente la representación de la igualdad en el ámbito del deportivo.

Con todo ello, el objetivo de este trabajo es saber si en las películas infantiles de temática deportiva el valor de la igualdad entre los personajes femeninos y masculinos está presente.

## 2. Metodología

Mediante una metodología cualitativa, y usando como herramienta de abordaje el análisis de contenido, se han elegido al azar seis títulos de películas de animación donde el deporte se constituye como el eje principal: *Cars* (2006), *Locos por el surf* (2007), *Aviones* (2013), *Turbo* (2013), *Fútbolín* (2013) y *Monstruosas sobre ruedas -Friday Night Frights-* (2013).

El procedimiento metodológico se ha desarrollado en dos fases:

### Fase 1.

Por un lado, se ha confeccionado una ficha de análisis de contenido que permita realizar una valoración de los valores y contravalores representados. Éstos han sido tomados de la codificación que el Observatorio de la Televisión de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral ha elaborado para instrumentar el Índice de Calidad Televisiva (ICT), que esta institución emite bimestralmente sobre los contenidos de los cinco canales de aire que se emiten en la Argentina.

Los campos de análisis son los siguientes: 1) Ficha técnica: título, año y país de producción; 2) Sinopsis; 3) Valores y contravalores representados.

Se pretende conocer:

3.1. ¿Qué tipos de valores y/o contravalores se representan?

3.2. ¿Quién los ejecuta: personaje femenino (PF) o masculino (PM)? El objetivo es observar si existen valores 'propios' de los personajes hombres y mujeres.

Tabla nº 1. Análisis de los valores y contravalores representados.

FICHA TÉCNICA	SINOPSIS	VALORES/ CONTRAVALORES	PF/PM
<p>Título: Cars Año: 2006 País producción: EEUU</p> 	<p>El aspirante a campeón de carreras Rayo McQueen parece que está a punto de conseguir el éxito, la fama y todo lo que había soñado, hasta que por error toma un desvío inesperado en la polvorienta y solitaria Ruta 66. Su actitud arrogante se desvanece cuando llega a una pequeña comunidad olvidada que le enseña las cosas importantes de la vida que había olvidado.</p>	<p>Amistad Deportividad Respeto Superación Compañerismo entre sus iguales</p>	<p>Masculino</p>
<p>Título: Locos por el surf Año: 2006 País producción: EEUU</p> 	<p>Historia de animación que basa el surf como una práctica inventada originalmente por los pingüinos. La película transporta al público hasta los más espectaculares, peligrosos y competitivos escenarios del surf mientras se disputa la Copa Mundial de Surf de Pingüinos.</p>	<p>Amistad Diversión Deportividad Superación</p>	<p>Masculinos</p>

FICHA TÉCNICA	SINOPSIS	VALORES/ CONTRAVALORES	PF/PM
<p>Título: Planes -Aviones- Año: 2013 País producción: EEUU</p> 	<p>Película llena de acción y aventuras, protagonizada por Dusty, un avión que sueña con participar en una competición aérea de altos vuelos. Pero Dusty no fue construido para competir y además tiene miedo a las alturas. Recurre a un experimentado aviador naval que le ayuda a clasificarse. Dusty demostrará su valor para alcanzar alturas inimaginables y enseñará al mundo lo que hay que hacer para levantar el vuelo. y demostrará su valor para alcanzar alturas inimaginables y enseñará al mundo lo que hay que hacer para levantar el vuelo.</p>	<p>Amistad Respeto Deportividad Superación Compañerismo entre sus iguales</p>	<p>Masculino</p>
<p>Título: Turbo Año: 2013 País producción: EEUU</p> 	<p>Turbo es un caracol de jardín con un sueño imposible: convertirse en el caracol más rápido del mundo. Cuando un extraño accidente le da el poder de la súper-velocidad, Turbo intentará cumplir su sueño.</p>	<p>Amistad Respeto Deportividad Superación</p>	<p>Masculino</p>

FICHA TÉCNICA	SINOPSIS	VALORES/ CONTRAVALEORES	PF/PM
<p>Título: Metegol -Fútbolín- Año: 2013 País producción: Argentina</p> 	<p>Amadeo es un chico tímido y virtuoso que deberá enfrentarse al más temible rival sobre un campo de fútbol: el Crack. Para ello, contará con la ayuda de unos jugadores de fútbol liderados Las aventuras de Amadeo y los jugadores tendrán como telón de fondo no sólo el fútbol, sino también el amor, la amistad y la pasión.</p>	<p>Amistad Respeto Deportividad Superación Respeto Amor Compañerismo entre sus iguales</p>	<p>Masculinos</p>
<p>Título: Monstruosas sobre ruedas -Friday Night Frights- Año: 2013 País producción: EEUU</p> 	<p>El equipo de patinaje laberíntico de los chicos del instituto no puede participar en el Campeonato de Patinaje Laberíntico y Frankie Stein convence a sus compañeras de que ellas pueden sustituirles y ganar el campeonato para recuperar el emblema del instituto.</p>	<p>Amistad Superación</p>	<p>Femeninos</p>

(Fuente: elaboración propia)

## Fase 2.

En este momento de la investigación, tras haber visionado las películas anteriormente descritas, se cree necesario recoger los diálogos donde se detecta el incumplimiento del valor de la igualdad entre los personajes masculinos y femeninos. Para ello, se delimita el título de la película, la descripción de la escena y diálogo así como el minutado para su fácil localización.

Tabla nº 2. Diálogos.

PELÍCULAS	DESCRIPCIÓN DE LA ESCENA, DIÁLOGO	MINUTADO
Planes -Aviones- (2013) 	Dos aviones, personajes masculinos, aparecen en escena sobrevolando el cielo mientras comentan lo rápido que es Dusty; éste surge de la nada y los sobrepasa diciendo: “¿Qué tal señoritas, listas para perder?”	01:15
Monstruitas sobre ruedas: Friday Night Frights (2013) 	Las chicas se disponen a organizar su propio equipo cuando se produce el siguiente diálogo: Chico 1: “No voy a jugar en un equipo con chicas” Chica: ¿Por qué no? Chico 2: “Porque es un deporte de chicos, es sagrado, es tradición”	11:58

(Fuente: elaboración propia)

### 3. Conclusiones

Aunque este trabajo tiene las limitaciones propias de un diseño experimental basado en un número de observaciones limitadas, se ha podido demostrar que aunque en cada una de las películas se trata el tema del deporte y se proyectan valores como la amistad, el respeto, la superación y el compañerismo, entre otros, en su mayoría se crean historias protagonizadas por personajes masculinos lo cual determina la ausencia del valor de la igualdad.

El cine, junto a la televisión, contribuye a la formación de las personas a través del entretenimiento; y los dibujos animados, en concreto, se presentan como una herramienta esencial para el aprendizaje o auto-aprendizaje durante la infancia (Contín, 2002). Es fundamental, por tanto, que los personajes protagonistas representen valores educativos para los más pequeños pero esto, y en base al valor de la igualdad entre personajes masculinos y femeninos, no se cumple en este caso. Con las películas analizadas se detecta una relación directa entre los personajes hombres y deportes como el automovilismo, el fútbol o la aviación contribuyendo así, a que exista poca identificación por parte de la audiencia femenina ante determinados deporte. Se es cómplice, de algún modo, de la falta de motivación en los niños y niñas para la práctica de determinados deportes.

Se detecta, pues, un estancamiento e involución en la representación del binomio género-deporte evidenciándose la existencia de estereotipos y relacionándose aún determinadas prácticas deportivas en función de si se es hombre o mujer. Se concluye afirmando que las películas infantiles de temática deportiva no incluyen el valor de la igualdad entre personajes.

### Referencias bibliográficas

Bonilla Borrego, J. et al. (2012). Educación en valores a través del cine. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (41), 117-131.

Buxarrais Estrada, M. R. (2013). Nuevos valores para una nueva sociedad. Un cambio de paradigma en comunicación. *Revista EDETANIA. Estudios y propuestas socioeducativas*. (43), 53- 65.

COMFER – Comité Federal de Radiodifusión (2000). *Una cuestión preliminar al análisis de contenido de los Dibujos Animados*. Buenos Aires: Publicaciones Digitales

Contín, S. A. (2002). Internautas del idioma: ¿cómo desarrollar la competencia intertextual en los adolescentes? En Vidal, C. (Dir.) *Nuevas tecnologías y enseñanza de las lenguas: Didáctica de la lengua y literatura* (pp. 59-71). Barcelona: Graó.

García Matilla, A. (2003). *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona: Gedisa.

Jiménez Marín, G. et al. (2014). Del valor educativo de los medios de comunicación: una aproximación al caso audiovisual. *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*, (25), 22-36.

Maeso Rubio, F. (2008). La TV y la educación en valores. *Revista Comunicar*, 16, (31), 208.

Martínez, M. et al. (2011). *Adolescencia, aprendizaje y personalidad*. Barcelona: Sello Editorial.

Medrano Samaniego, C. (2005). ¿Se puede favorecer el aprendizaje de valores a través de las narraciones televisivas? *Revista de Educación*, (338), 245-270.

Medrano Samaniego, C. y Airbe, A. (2008). Valores y contexto de desarrollo. *Revista Psicodidáctica*, 13, (1), 53-67.

Ortiz Sobrino, Miguel A. (2007). La infancia ante el nuevo entorno audiovisual. *Revista Telos: Cuadernos de comunicación e Innovación*, (73), 94-95.

Rajadell, N. et al. (2005). Los dibujos animados como recurso de transmisión de los valores educativos y culturales. *Revista Comunicar. Revista científica de comunicación y educación*, (25), 359-360.

Rodríguez Bravo, A. et al. (2013). Medición y evaluación de valores en contenidos audiovisuales desde un abordaje interdisciplinar. *Revista Prisma Social, Revista de Investigación Social*, 11, 158-204.

Sánchez Castillo, S. (2012). Valores morales, empatía e identificación con los personajes de ficción. El universo representativo de “Cuéntame cómo pasó” (TVE). *Revista Mediterránea*, 3, (2), 83-110.

Sánchez-Labela Martín, Inmaculada (2015). *Veo veo, ¿qué ven? Uso y abuso de los dibujos animados. Pautas para un consumo responsable desde la infancia*. Madrid: Fundación Inquietarte

Yenes Stork, R. (1998). *Fundamentos de Antropología*. Madrid: RIALP