

DISNEY CHANNEL: ADOLESCENCIA COMO SUEÑO DULCE, PLÁCIDO Y FELIZ

RAMÓN BREU

COORDINADOR DEL PROYECTO *Cinescola.info*
info@cinescola.info

Desde el mundo de la docencia el tema de la televisión pasa con frecuencia por la recomendación de apagarla (o menospreciarla). Pero esta acción no impide analizarla y entender qué es aquello que alimenta el universo de nuestro alumnado y de gran parte de la ciudadanía.

La multinacional Disney se ha configurado como una organización creadora de currículum educativo y cultural, que construye una cultura global, en la cual nuestros escolares se encuentran inmersos y son copartícipes. Disney no sólo vende sus productos sino que también vende valores e identidades.

Disney es un conglomerado de empresas que influyen profundamente en la cultura infantil y preadolescente. La concentración del control de los medios de producción y difusión de la comunicación ha coincidido con la aparición de nuevas tecnologías que han transformado la cultura, especialmente la cultura llamada popular, que es la vía principal por donde los jóvenes aprenden y perciben el mundo que les rodea, nos guste o no. La industria cinematográfica y televisiva, Internet, la publicidad configuran actitudes y comportamientos humanos y regulan constantemente nuestras prácticas sociales en todo momento.

Hoy en día se hace imprescindible desarrollar instrumentos educativos críticos que nos permitan ser conscientes e interrogarnos sobre el papel de los medios de comunicación en tanto que extraordinarias fuerzas políticas, pedagógicas y sociales. Hay que seguir insistiendo en la necesidad de disponer de una materia educativa dentro de los centros escolares que nos acerque al lenguaje de la comunicación y al análisis crítico; y, también, se hace necesario disponer de espacios en los medios de comunicación que ofrezcan la posibilidad de aprender a utilizar y a leer críticamente los productos comunicativos. Democratizar los medios, y hacerlos responsables ante unos ciudadanos y ciudadanas participativos, exige construir una educación en comunicación para todos, que pueda someter a multinacionales como Disney a la investigación social y al diálogo crítico.

Más de un siglo después del nacimiento del audiovisual continuamos sin resolver los dos problemas educativos que surgieron con su aparición. Primero, afrontar los efectos educativos o deseducativos del medio; y segundo,

“En un mundo sin infancia, los héroes de High School Music son como Blancanieves y el príncipe”

“En Disney todo ha de formar parte de un mundo ordenado, limpio, donde el mal siempre se puede reconocer fácilmente”

FAMILIA

incorporar el nuevo medio para actualizar y mejorar los procesos de educación y aprendizaje.

No es fácil encontrar el camino, mantener un esquema de valores, un entramado moral, un orden mental. Y menos si eres niño, niña o adolescente, porque la estructuración del pensamiento, la capacidad de crítica y de interpretación del mundo se construyen, no son innatas.

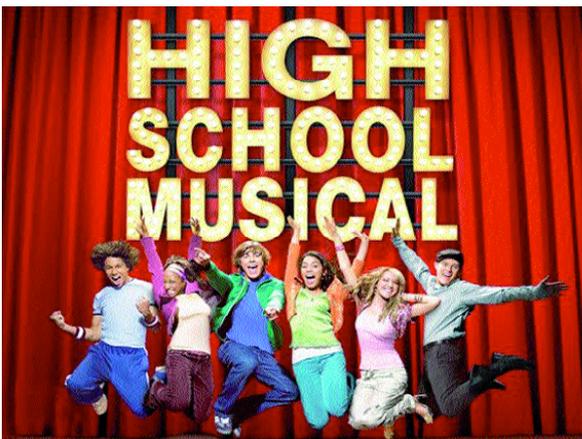
¿ADOLESCENCIA IDÍLICA?

La adolescencia en los países occidentales es una edad que tiende a alargarse, justamente como un chicle (una metáfora bastante pertinente, en realidad). Con el acortamiento progresivo de la infancia, la adolescencia se inicia hacia los diez años y se prolonga hasta los veinticinco... Conscientes de este importante cambio, las estructuras económicas cada vez invierten menos en la infancia y dirigen sus productos y sus marcas hacia una edad donde las conductas están marcadas por clichés y modas a imitar. Los productos infantiles se han transformado en productos preadolescentes que presentan un escenario donde los príncipes y princesas de los cuentos de hadas son ahora jóvenes de instituto que cantan, bailan y caminan inelectablemente hacia un futuro idílico y feliz.

HIGH SCHOOL MUSICAL

En un mundo sin infancia, los héroes de **High school musical**, Troy Bolton y Gabriella Montez son como Blancanieves y el príncipe, mientras que la malvada bruja es Sharpay Evans, la antagonista femenina que no hace más que mirarse al espejo.

En enero de 2006, la cadena Disney Channel emitió un producto televisivo de bajo presupuesto centrado en un grupo de jóvenes de un instituto que se pelean por tener el máximo protagonismo en una obra de teatro. El éxito de audiencia se multiplicó gracias al DVD que apareció en Navidad de aquel mismo año, acompañado de cromos, camisetas y de la irrupción de versiones teatrales en los parques Disney.



High school musical nos explica historias de instituto, pero son historias donde el instituto no se contempla como un polvorín repleto de conflictos y violencia sino como un jardín pulcro donde los jóvenes aplicados triunfan en el baloncesto, en el teatro y en el amor. En el instituto de la serie, el de Albuquerque, no hay *bullying*, ni conflictos raciales. Se trata de un mundo opaco donde domina la premisa de los *buenos sentimientos* que siempre ha guiado la ideología Disney.

Troy surge como el nuevo héroe ya que sus certezas siempre se imponen a las dudas. Para este joven la adolescencia no es angustia sino proyección hacia el futuro. Los jóvenes de *High school musical* no tienen el síndrome de Peter Pan, no les da miedo crecer porque en su horizonte se proyecta un futuro cómodo en las universidades de élite. La adolescencia no es una edad complicada ni convulsa, sino un sueño plácido y feliz.

En casa de *Mickey Mouse* el cuento ha cambiado muchísimo. Hace años, el gran motor de Walt Disney Company eran sus películas animadas. Pero hoy, la televisión y concretamente Disney Channel, constituye la gallina de los huevos de oro. Uno de los productos más representativos de este nuevo fenómeno es **Hanna Montana**, la serie protagonizada por Miley Cyrus, hija del cantante de country Billy Ray Cyrus, que es la base de una franquicia que vale más de mil millones de dólares. ¿Cuál es la clave? Pues, el hecho que los niños y niñas de entre 8 y 14 años, que son el objetivo del canal, representan el público más rentable del mundo. En tiempos de piratería, compran o piden a sus padres discos y DVD's debidamente etiquetados por Disney. Además, lo quieren todo: la muñeca de Hannah, el póster, la camiseta, el libro, los pendientes... Y es que con productos como la misma *Hannah Montana*, el conjunto de los *Jonas Brothers*, *Camp Rock* o *High School Musical*, Disney Channel se ha convertido en una de las más grandes cajas registradoras del show business.

Los contenidos de todas estas series están más que supervisados para que todo sea comprensible para los adolescentes y, especialmente, para que nada no haga saltar las señales de alarma de algunos padres... En *High School Musical* la historia de amor entre el jugador de baloncesto que quería cantar (Zac Efron) y la tímida superinteligente (Vanessa Hudgens) discurre siempre por unos caminos extraordinariamente blancos y alejados de complejísima realidad de nuestro tiempo.

High School Musical nos presenta un instituto de gente *guapa*, irreal y elitista, con chicos y chicas poco creíbles, que viven en un mundo de cartón piedra. Un producto de una enorme asepsia argumental, que no

tapa aristas racistas o clasistas. Como en los filmes clásicos de animación de Disney, todo ha de formar parte de un mundo ordenado, limpio, donde el mal siempre se puede reconocer fácilmente.

Las series Disney desordenan dos coordenadas esenciales de la cultura: el espacio y el tiempo. En la primera coordenada, se llega al desarraigo, a la pérdida del sentimiento de pertenencia a un territorio a la hora de percibir aquello que es próximo o lejano; hace perder el enlace orgánico con el territorio y la lengua que son las bases del tejido propio. Y, en lo que se refiere al tiempo, este tipo de series crea una realidad atemporal, fabrica un presente perpetuo donde el pasado, la experiencia no existen.

LA REPETICIÓN

Estas series parten de una situación fija y de un número de personajes principales fijos que mueven a otros secundarios que cambian, para dar la impresión de que la historia siguiente es diferente a la anterior; y responden a la necesidad infantil de volver a escuchar, a ver o a leer constantemente la misma historia. Desde el inicio, el primer capítulo nace con la vocación de estar sometido a una relación de imitación con el resto de los capítulos.

Los episodios mantienen una estructura lineal simple que distribuye los hechos en tres escenas nucleares que corresponden a las tres proposiciones prototípicas de una secuencia narrativa: planteamiento, nudo y desenlace. En el planteamiento se nos presenta un problema próximo al mundo preadolescente. En el nudo, el conflicto afecta a los personajes que participan en él; y, finalmente, el desenlace se resuelve con la ayuda de otros personajes y se incluye una explicación de uno de ellos.

El protagonismo siempre recae en un grupo de preadolescentes integrados por chicos y chicas. Esto permite que en cada capítulo los problemas planteados puedan afectar a cada uno de sus miembros y se diversifiquen los conflictos. Y como cada personaje representa un arquetipo con el que en niño o el adolescente le resultará fácil identificarse, el conflicto planteado también es prototípico y próximo.

Efectivamente, además de la repetición, una de las claves del éxito de estos relatos es el uso de las técnicas que tienen la finalidad de provocar la identificación del público con aquello que se narra. *Es igual que yo; es como si me pasara a mí*, podemos oír en ocasiones. Frecuentemente, las similitudes se establecen no tanto con su vida – que también – como con la vida virtual, con los valores, las jerarquías adoptadas, las preferencias, los proyectos, el estilo y las opiniones ante la vida como ser original; preferir los

retos; vivir intensamente las relaciones; tener buena fe y ser generosos con los amigos...

Se trata de personajes transparentes que son lo que parecen y aquello que son, no evolucionan ni a medida que pasan los capítulos ni a lo largo de la serie; es decir son personajes planos, y se elaboran a partir de pocos materiales, que representan estereotipos sociales. Mantienen diálogos y establecen una comunicación directa, inmediata y personal a partir de la cual conocemos qué harán, qué sienten y qué relaciones mantienen entre ellos.

1. CARACTERÍSTICAS DEL RELATO DISNEY:

- El estilo es muy secundario.
- El discurso está organizado linealmente.
- Los personajes son secundarios a la acción, están dibujados esquemáticamente, representan estereotipos
- Lenguaje simple, repetitivo y de clichés.
- El relato está pensando para adaptarlo a las circunstancias de la audiencia.
- Intertextualidad orientada a otras series y a otros productos.
- Acciones guiadas por la visceralidad y la emotividad.
- Autoría convencional, desdibujada y sin personalidad.

2. UNA PROPUESTA DE ANÁLISIS DE LAS SERIES DISNEY

El trabajo en el aula de las series puede iniciarse con una reflexión que podemos guiar a partir de preguntas sencillas: ¿Por qué sigues esta serie? ¿Qué es lo que te obliga a sentarte en el sofá cada día a la misma hora? Y seguir con otras del estilo de: ¿Cómo se crea la intriga? ¿Qué tipo de estructura tiene la serie? ¿Qué tipo de sentimientos mueve? ¿Son universales? ¿Es nueva la serie o no? ¿Por qué? ¿Te gusta o no? ¿Por qué?

Es importante que siempre se argumenten las opiniones que se dan. La tarea del profesor o profesora debe ser de guía y de ayuda para que puedan ir desgranándose las respuestas bien estructuradas. Naturalmente, el profesor o profesora deberá modificar el contenido de este esquema de acorde con las circunstancias de su aula, enriqueciéndolo con aportaciones y nuevas ideas.

- **Análisis del contexto.** Donde se enmarca la serie, el producto audiovisual. Se trata de situar la serie en relación a su nacionalidad, año de producción, director, género y marco sociopolítico y cultural.
- **Análisis audiovisual.** El análisis audiovisual se divide en las tres dimensiones clásicas de cualquier relato fílmico: Nivel narrativo, nivel formal y nivel temático.

NIVEL NARRATIVO

Se trata de explicar el argumento, de explicar qué pasa, de qué va la historia, qué se nos explica.

- Rehacer la historia por escrito o verbalmente, organizándola en bloques narrativos.
- Comprobar si el relato sigue una estructura clásica: situación inicial, conflicto (obstáculo y manera de superarlo; amenaza y dificultad para liberarse de ella), itinerario y resolución.
- Leer de manera profunda la solución del conflicto: cómo se produce, gracias a qué o a quién...
- Definir al protagonista o protagonistas. Caracteres principales en relación a la edad, sexo, ocupación, apariencia física, clase social, nivel cultural. Analizar sus motivaciones, objetivos que se persiguen.
- Definir a los personajes y sus motivaciones.
- Observar los personajes desde la perspectiva de las funciones que cumplen para hacer avanzar el relato: héroe, malvado, auxiliar, príncipe...
- Ver si se produce el recurso a la agresión, a la violencia, ya sea física, verbal o psicológica. Averiguar qué razones tienen los personajes para recurrir a la violencia.
- Analizar el entorno físico, el escenario, los ambientes donde se desarrolla el relato, destacando sus características más definitorias. Deberemos interrogarnos si este entorno físico aporta alguna cosa a la historia y a los personajes; si contribuye a la creación de un atmósfera determinada.

NIVEL FORMAL

Observar el tratamiento formal que se ha otorgado al relato: dentro de qué género lo podemos incluir (comedia, drama, culebrón, musical, humor...); dentro de qué estilo (romántico, satírico, irónico, épico, lírico...); dentro de qué tono (realista, tierno, poético, coloquial).

- Ver los recursos visuales más significativos que se utilizan en el producto audiovisual (tipos de planos; angulación; movimientos de cámara, iluminación; color; trucajes; diálogos; música; efectos sonoros...).
- Analizar como es el montaje (es decir la organización de los planos para darles significación); si se establecen conexiones creativas, de impacto visual; si se confiere ritmo al episodio...

NIVEL TEMÁTICO

- Averiguar si los personajes de la historia tienen un valor singular y específico o en cambio funcionan como símbolos de una categoría más amplia.
- Delimitar la idea central, el tema principal de la producción, así como los temas secundarios que podrían enriquecer el relato, si es que existen.
- Observar qué personajes o situaciones de la obra buscan sentimientos de identificación o de proyección.

ANÁLISIS VALORATIVO E IDEOLÓGICO

- Precisar a qué segmento de población se dirige la serie, elaborar un pequeño retrato robot de la audiencia a la que va dirigida la obra.
- Valorar el argumento desde el punto de vista del interés, de la originalidad y de la fuerza expresiva.
- Comprobar si las situaciones y los/las protagonistas y otros personajes responden a estereotipos y reflexionar sobre las implicaciones ideológicas y éticas que ello comporta.
- Ver si hay maniqueísmo en la presentación de los personajes (buenos-malos; guapos-feos; listos-tontos) y si hay simplificación en la presentación de las situaciones.
- Considerar el tema y los subtemas del episodio desde el punto de vista ético e ideológico.
- Valorar desde el punto de vista ético y de valores, las motivaciones de los personajes, el de sus objetivos y los medios que se utilizan para conseguirlos.
- Observar en el conjunto de la obra qué aspectos se privilegian: la acción; la emoción; la descripción psicológica de los personajes; el estilo o visión de vida y la actitud de los personajes; el planteamiento ideológico o ético...
- Precisar qué concepción de la vida y qué valores transmite, de qué manera trata a la mujer y al hombre, a los niños y a las niñas, a los adultos...
- Analizar qué tipo de relaciones sociales refleja: qué valores, representados por los personajes son premiados o castigados en la serie.
- Observar los valores que de manera explícita o implícita promueve la serie y analizar qué visión de la sociedad refleja y promueve.
- Si la serie es un éxito (que lo es), se deberá analizar a qué es debido, qué tipo de beneficios proporciona a la audiencia.
- Efectuar una valoración global de la serie desde el punto de vista de aquello que se pretende; de sus características formales, estéticas; de sus virtudes o defectos narrativos; de su atractivo como producto de entretenimiento; de su estrategia publicitaria e ideológica.