

Análisis con Perspectiva de Género de la Producción Animada en
Televisión Infantil en Colombia.

JAVIER AUGUSTO MURCIA BARRERA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

BOGOTÁ DC
2009

Agradecimientos

Familia Murcia Barrera y Pinilla Ramírez por todo el amor y apoyo brindado, soy afortunado de tenerlos a mi lado, agradezco a Inés Sifontes “la negra” por apoyarme a pesar de los problemas y las distancias, a mis amigos y compañeros de carrera en Uniminuto, Catalina Alfonso, Adriana Solert, Adriana Valero, Liliana Raigozo, Linda Chávez, Julián Oyola, Erwin Ramírez, Diego Alberto, Lucas Ochoa, Sandra Cordero, Marylanyi Sulbaran, Andrés Reyes y Oscar Rubiano; a los que hicieron parte o simplemente estuvieron al tanto de la investigación, entre ellos Gustavo Raad, María Paulina Ponce, Maritza Sánchez, Alexandra Restrepo, Ángela Paola Castañeda, Stephanie Apolo, Linda Camargo, Luisa Páez, Diego Agudelo y los técnicos de Codenza que restablecieron la energía en mi barrio; a Amós Piñeros, Javier Carmona, Andrés Ballén, Carlos Prieto, Fabián Casallas, Andrés Barragán, Juan Carlos Florian, Edward Orlando Vargas y Javier León por el animo y la confianza depositada en mi no sólo como amigo sino también como profesional. Infinitas gracias a mis maestros, empezando por mi profesora Aurora, ella me mostró que hay madrugadas que valen la pena, Sonia Cadavid y su séquito de seguidores, Ignacio Arismendi Celi por enseñarme que la letra con sangre entra, Yennis Sánchez y Manuel Tobo, gracias por las lecciones de vida; a Nury Mora, Harvey Murcia, Arturo Rojas, Ingrid Torres, Cesar Navarrete, Fabio Medellín y Gonzalo Ortiz por guiarme durante estos cinco años, pero muy especialmente a mi directora de proyecto Ángela María Roja, sin ella nada de esto hubiese sido realidad.

“Debo la vida al rey Filipo pero a Aristóteles la manera de vivir dignamente”.

Alejandro Magno

Tabla de contenido

1. Planteamiento del Problema	Pág. 4.
2. Antecedentes teóricos y empíricos	Pág. 6.
3. Televisión, Cultura y Ciudadanía	Pág. 6.
4. Televisión Infantil	Pág. 11.
4.1 Televisión Infantil en Colombia	Pág. 11.
4.2 Una breve historia de la Animación en Colombia	Pág.16.
5. Género y Ciudadanía	Pág.19.
5.1 Definiendo el género	Pág. 20.
5.2 Un largo camino hacia el reconocimiento ciudadano.	Pág. 22.
6. Televisión Animada Infantil y Género	Pág. 25.
6.1 ¿Qué se ha encontrado?	Pág. 25.
7. Objetivos de la Investigación	Pág. 34.
8. Diseño Metodológico	Pág. 35.
8.1 Participantes	Pág. 35.
8.2 Fases de la Investigación	Pág. 36.
9. Instrumentos	Pág. 37.
9.1 Primera fase	Pág. 37.
9.2 Segunda fase	Pág. 39.
9.3 Tercera fase	Pág. 40.
10. Cronograma	Pág. 43.
11. Resultados	Pág. 43.
12. Discusión	Pág. 62.
13. Conclusión	Pág. 72.
14. Algunas sugerencias	Pág. 73.
15. Decálogo	Pág. 74.
16. Bibliografía	Pág. 77.
17. Anexos	

Planteamiento del Problema.

La TV divulga diariamente contenidos implícitos y explícitos, sobre lo que se espera socialmente de cada sexo, cómo deben pensar, actuar o relacionarse los hombres y las mujeres; los mensajes mediáticos imponen cánones de comportamiento y nuevas tendencias a seguir; plantean imaginarios morales tanto reales y cotidianos como fantásticos e idílicos. Ya sea su propósito divertir, vender o enseñar, los mensajes mediáticos están continuamente proponiendo representaciones sociales de hombres, mujeres, niños y niñas.

La investigación sobre televisión se ha centrado en algunos formatos como las novelas, los noticieros o los realities, y el estudio de la animación no parece suscitar mayor interés en las ciencias sociales, a excepción de su relación con el tema de la violencia. Dentro de los formatos existentes en la TV infantil, los dibujos animados son un elemento efectivo de venta de productos e ideas, pero al mismo tiempo, de socialización de ideas sobre lo que es ser hombre o mujer.

Teniendo en cuenta el trabajo de varias décadas para superar las inequidades de género, por parte de individuos, organizaciones particulares, ONGs y ahora con un esfuerzo creciente de instituciones públicas, se podría esperar una incorporación en la TV infantil, de nuevos elementos de género como resultado de este trabajo. Rey (2008) plantea que la TV ha representado la transformación de los roles de género a su manera, sin embargo, vale la pena preguntar:

- ¿Se están incluyendo en la producción nacional infantil, los cambios y avances que la investigación ha podido evidenciar entre la compleja relación sexo-género?
- ¿La nueva TV animada infantil en Colombia está representando creativamente la complejidad y diversidad de género o sigue perpetuando las visiones de masculinidad y feminidad de hace 50 años?
- ¿Cómo están los realizadores de TV infantil representando a las niñas, los

niños, las mujeres y los hombres en las series animadas?

Este conocimiento es vital si se desea comprender y transformar las desigualdades de género existentes aún.

Como ciudadanos estamos en capacidad de exigir a la TV en general y la TV infantil en particular, formas de expresión que abarquen las nuevas dimensiones de género, pero para ello es necesario evidenciar si la nueva TV infantil sigue reflejando conductas estereotipadas y sexistas o se han incorporado cambios de género en este tipo de narración audiovisual. El desconocimiento sobre el tema suscita las preguntas formuladas en el presente trabajo:

- ¿Cuáles son, desde la perspectiva de género, los temas abordados, el público objetivo y el tipo de productos ofrecidos por la TV animada infantil, producida en Colombia del 2000 al 2008?
- ¿Cuáles son desde la perspectiva de género, las tendencias predominantes de la animación infantil en Colombia?
- ¿Tienen los realizadores y productores de series animadas de televisión infantil, pautas para realizar TV con perspectiva de género?

Aunque la producción animada infantil, es ampliamente reconocida y divulgada a través de diversos medios audiovisuales, especialmente a través de la TV, poco ha sido el interés de analizarla desde la perspectiva de género. Existen investigaciones sobre el contenido de algunos dibujos animados infantiles (Götz, 2008) sin embargo, no existe en Colombia, un análisis, con perspectiva de género de la producción animada en televisión infantil, que permita determinar las características y tendencias que desde el punto de vista de género han seguido los realizadores.

Antecedentes Teóricos y Empíricos.

El presente trabajo surge en primer lugar, de los resultados de algunas investigaciones en el país sobre televisión infantil (Domínguez, 1985; López de la Roche, 1999), que llamaron la atención sobre los efectos de la TV en los niños y luego sobre el papel activo de los niños en la interpretación de su mundo a través de la TV, y en segundo lugar de las investigaciones sobre el campo de estudio “Género, Infancia y Televisión” desarrollado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (Uniminuto) Dichas investigaciones han mostrado la necesidad de comprender las narraciones de género, que los medios transmiten cotidianamente a las nuevas generaciones.

Una mayor comprensión sobre el tema objeto de esta investigación, permitirá no sólo comprender los contenidos desde el punto de vista de género que se están divulgando a nuestros niños y niñas, a través de las producciones colombianas, sino también sugerir pautas para la realización y producción de series animadas que representen la diversidad de género existente.

A continuación se describen algunos de los antecedentes que justifican la realización del presente estudio.

Televisión, Cultura y Ciudadanía.

Los medios de comunicación como productos de la cultura hacen parte del contexto político y social, ya que es ahí donde la cultura se hace visible. Autores como Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, James Curran, Walter Benjamin y Jhon Keane (Gayà & Rizo, 1998), consideran que los estudios de comunicación deben abordar el papel de los medios masivos de comunicación, desde un contexto social y cultural, donde la tecnología sea vista como una herramienta de apropiación y apertura de la cultura misma, la cual brinda la posibilidad de repotenciar los lazos sociales entre las nuevas dinámicas de comunicación de los individuos y la puesta en común de los mismos fenómenos y

problemáticas que afectan una sociedad. La televisión tiene bastante menos de instrumento de ocio y diversión que de escenario cotidiano de las más hondas perversiones de la vida social, y también de la constitución de poderosos imaginarios colectivos desde los cuales la gente se reconoce y representa lo que tienen derecho a esperar y desear (Barbero, 2008, p.130)

Los medios emergen de la cultura y a la vez producen cultura, en esta medida son un referente para comunicar las construcciones sociales, pero a la vez también hacen parte de nuevas propuestas de identificación y consumo cultural. Entendiendo identidad como la conciencia que tienen las personas de pertenecer a un grupo o categoría social, con todos sus atributos y comportamientos, y asumiendo el consumo cultural como un *“conjunto de procesos de apropiación y uso de productos culturales en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y cambio”* (García Canclini, 1999, p.42)

La TV produce mensajes que promueven unas identidades particulares acerca de lo que significa ser hombre, mujer, niño o niña, hasta el punto de llevar al extremo dicha diferenciación. La televisión infantil así como los medios de comunicación en general, han conllevado la creación de públicos especializados, fragmentando así a la sociedad de consumo en audiencias clasificadas, por gustos, necesidades, edad y contexto, lo que hace de la relación cultura-comercio un escenario dedicado a construir “diferencias vendibles” (Barbero, 2004, sección Los medios como actores sociales, párr. 5) Estas diferencias son extremas en el caso de los contenidos de televisión que se producen para hombres, mujeres, niñas y niños. La TV, en vez de democratizar y promover construcciones de género equitativas, pareciera que se ha encargado de reforzar sus diferencias.

Para este proyecto es vital entender cómo las tecnologías de la información, en este caso la TV, representan las percepciones de género inmersas en la cultura acerca *del deber ser* de hombres, mujeres, niños y niñas. Dichas representaciones son interpretadas a su vez por la audiencia infantil, la cual ha demostrado ser una audiencia activa en total oposición a las teorías que consideran los medios como

entes sociales omnipotentes, que ejercen total poder e influencia sobre un público pasivo (Curran, 1990, citado por Gaya & Rizo, 1998) sin embargo, los contenidos divulgados por la TV sólo adquieren significado para el espectador, si éste tiene un capital cultural, el cual se vea enriquecido por la nueva información que llega hacia él; no se puede dejar pasar inadvertidos todos los procesos de percepción y análisis que los individuos hacen de los contenidos que ven, y cómo estos influyen en sus vidas diarias (Morley, 1992, citado por Gaya & Rizo, 1998)

Sin embargo, el problema de fondo es que los ciudadanos no tienen la más mínima información y argumentación pertinentes para enfrentar como colectivo ...la conversión de un servicio público en un mero medio de negocio (Barbero, 2008, p.133) es aquí donde el papel de la investigación y del estado deben promover en la ciudadanía, en este caso: niños, niñas, padres, madres, educadores, realizadores, guionistas, libretistas, artistas, productores, una información que les permita trascender con argumentos esa visión mercantilista de la TV; investigación que proporcione a los ciudadanos y a las instituciones, argumentos ...para exigir el respeto a unos derechos básicos que deberían tener los televidentes (Barbero, 2008, p.133) y la garantía de que hombres y mujeres, niños y niñas sean representados en toda su diversidad y pluralidad. Este papel es el objetivo del periodismo ciudadano, línea en la cual se inscribe este trabajo.

La comunicación social y el periodismo en particular, están llamados a indagar desde diversas fuentes, con el fin de obtener información rigurosa que provea al público de elementos sobre cómo se está produciendo nuestra TV infantil y en este caso, sobre cómo se están representando las diferentes identidades, derechos, responsabilidades y roles de niños, niñas, hombres y mujeres en ella. Esta investigación pretende ser un aporte dirigido tal como Barbero (2008) propone al hablar del Observatorio Nacional de Televisión, (iniciativa conjunta entre la Comisión Nacional de Televisión y la Pontificia Universidad Javeriana) a quienes debe servir... a los ciudadanos televidentes y a los ciudadanos creadores y productores de televisión.

Si se parte de afirmar que la ciudadanía comunicativa hace referencia a los procesos expresivos que llevan a la visibilidad pública, por medio de los cuales el sujeto se nombra, representa y reconoce... (Rincón, 2006, p.12, citado por Roveda, 2008, p. 23,24) la TV como espacio de ciudadanía no parece aún reconocer la pluralidad de construcciones de género, orientaciones e identidades sexuales, ni permitir el acceso y participación de sujetos con construcciones de género no tradicionales, sin caricaturizarlos, sino como realmente actores y actrices de su propio desarrollo.

El reto de una televisión diversa es que el país entero quepa en ella (Rey, 2008, p.117) no sólo diversas identidades, regiones, sectores o minorías sino especialmente las ¡diferentes!

Pablo Freire con su libro *La Educación Como Práctica De La Libertad* (1969) no sólo rescata el hecho de implementar mecanismos de educación que liberen al individuo de imposiciones injustas, las cuales benefician a unos pocos (las elites) sino de considerar la educación como alternativa transformadora de realidades a largo plazo, y del ejercicio activo de la ciudadanía y los derechos y deberes que esta demanda para garantizar el bienestar de las personas.

Una de las grandes-si no la mayor –tragedias del hombre moderno es que hoy, dominado por la fuerza de los mitos y dirigido por la publicidad organizada, ideológica o no, renuncia cada vez más, sin saberlo, a su capacidad de decidir. Está siendo expulsado de la órbita de las decisiones. El hombre simple no capta las tareas propias de su época, le son presentadas por una élite que las interpreta y se las entrega en forma de receta, de prescripción a ser seguida (Freire, 1969, p.33).

Según Freire (1969) una sociedad cerrada, es una organización de la sociedad que busca mantener los privilegios de las clases dominantes (elites), a través de diferentes medios que cumplan la función de alienar a la gente. En este tipo de sociedades no se permite la participación, ni la verdadera democracia, ni el

diálogo liberador. Desde el punto de vista de género, el planteamiento de Freire pone en entredicho todos aquellos ámbitos que se argumentaban exclusivos de un solo sexo.

Cada grupo humano, actor social o rostro cultural tiene una forma de concebir el mundo y de plantear la mejoría de éste; en esa dinámica los protagonistas se convierten en gestores de la cultura, emisores de mensajes, intérpretes de una realidad leída desde el referente grupal y social donde se desempeña (Montoya, 2000, p.137).

La línea de investigación que se escogió para este trabajo fue Periodismo Ciudadano, porque coincide con la premisa que considera que el periodismo, y por que no, también la comunicación,..Debe generar espacios de participación y discusión sobre las realidades diversas que conforman la complejidad ciudadana (Uniminuto, 2004, p.60). Se consideró pertinente esta línea de investigación, ya que en el presente proyecto es prioritario el debate sobre la equidad de género como premisa fundamental para hablar de ciudadanía. El Periodismo ciudadano no sólo promueve la participación de la comunidad, el cuestionamiento de las audiencias y el debate informado, entre otros temas, sino la definición de una "agenda ciudadana" para guiar la elaboración de temas en profundidad (Meso, 2005).Lo que pasa por los medios son generalmente informaciones periodísticas descontextualizadas y fragmentadas, por tanto es indispensable pensar en otro tipo de periodismo más responsable, ético e investigativo" (Uniminuto, 2004, p.59)

Los estereotipos de hombres y mujeres, niños y niñas, que se muestran a través de los mensajes de televisión o la discriminación sexual evidente en algunos de ellos, hace necesario una postura crítica desde el periodismo que contribuya a una televisión infantil de calidad, que promueva una real inclusión de niños y niñas, el respeto por sus derechos, la formación sobre sus deberes y la equidad entre hombres y mujeres.

En el caso de la producción televisiva es imposible crear productos audiovisuales

con perspectiva de género, si antes la sociedad no ha cuestionado tanto desde lo cotidiano como desde lo público, las inequidades de género existentes en las producciones que realiza y consume.

Televisión Infantil.

a) Televisión Infantil en Colombia.

En el año 2000 se crea en Colombia la alianza *Televisión de calidad* conformada por UNICEF Colombia, la Comisión Nacional de Televisión, el Goethe Institut, la Fundación Imaginario, instituciones públicas y privadas, canales, padres, maestros y otros sectores involucrados en el tema de la televisión e infancia. El objetivo que dicha alianza se propuso fue: promover el estudio de las producciones de televisión que se hacen en el país con un énfasis en la audiencia infantil.

La alianza *Televisión de calidad* surge como una estrategia para enfrentar las múltiples deficiencias de la televisión infantil en Colombia tanto en la producción como en el consumo. Su finalidad es realizar acciones conducentes a fortalecer la regulación existente en temas de Televisión infantil, estimular la producción y programación de televisión nacional destinada a niños y niñas, fomentar la investigación sobre medios donde los niños sean protagonistas y promover la creación de veedurías, ligas de televidentes activas y asociaciones de padres de familia que permitan una mayor participación ciudadana en su propio servicio público de televisión (Castaño & Parada, 2005, párr. 2).

Los participantes de la alianza concluyeron que la televisión en nuestro país no es lo suficientemente adecuada para los niños debido tanto a falencias en las producciones como en la administración que se da a las franjas de televisión, lo que da por resultado una gran cantidad de contenidos inapropiados a los que los niños se ven expuestos (Castaño & Parada, 2005, párr. 5, 6,7).

En Colombia, los niños pasan de cuatro a seis horas diarias frente al televisor. Sólo este hecho nos obliga a repensar la función social de los medios y en particular, de la televisión (Castaño & Parada, 2005, párr. 4). En el país de hoy, profundamente afectado por el desplazamiento forzado, la vinculación infantil al conflicto, la falta de educación y oportunidades, la televisión puede ser gestora de convivencia y desarrollo; puede fortalecer la identidad cultural colombiana y ser un recurso invaluable de apoyo a los procesos educativos.

La alianza *Televisión de calidad* planteó varias propuestas para hacer frente a las principales problemáticas encontradas, y dirigió las recomendaciones no sólo a productoras de series infantiles sino también a los investigadores, puesto que es necesario emprender procesos de observación y experimentación con audiencias infantiles, que sirvan como proveedores de datos acerca de la relación entre la televisión y la niñez colombiana (Castaño & Parada, 2005, p. 4).

En Colombia se evidencia un déficit en la producción de televisión animada infantil así como en la creación de franjas especializadas para este público que cumplan con verdaderos estándares tanto de contenido como de calidad de los mismos. Según el artículo *¿Qué Pasa Con La Televisión Infantil En Colombia?* publicado por el periódico El Tiempo, (2008) y recuperado por el portal virtual de Red de Gestores Sociales (rgs.gov.co) bajo el título de *¿Qué ven los niños en TV?*, la producción de televisión infantil nacional es fácilmente superada por las ofertas de los canales de televisión por cable.

Si bien algunos niños hablan del lobo Aurelio del Club 10, del Canal Caracol; de Yazmín y Casimiro de Kikirikí, de Señal Colombia o de Santy de Bichos, de RCN, lo cierto es que la demanda de programas animados que ofrece la televisión por cable hace que muchos de estos personajes ni siquiera existan en la mente de los pequeños...En cambio, si los ponen a hablar de Billy & Mandy de 'Cartoon Network'; de Los padrinos mágicos de 'Nickelodeon' o de Sportacus o Stefanny del programa 'LazyTown' de Discovery Kids no solo se animan, sino que explican sus historias con claridad (Velasco,2008).

La producción de televisión animada, presentada en los canales dirigidos específicamente al público infantil, y emitida las 24 horas del día, opaca las escasas propuestas nacionales. Uno de los principales obstáculos para las series infantiles creadas en nuestro país no sólo es la falta de una buena pauta publicitaria, sino también de sostenimiento, teniendo en cuenta que según la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) en el acuerdo 007 de 1996 (correspondiente a Normas Para La Operación y el Cubrimiento Nacional y Zonal) en el título II, "Espacios De Televisión", estableció franjas de acuerdo con el público habitual en esos horarios como lo sería un público infantil, uno familiar entre otros (Convenio Andrés Bello, 2002, p.113), pero a pesar de mencionar la necesidad de crear y mantener estos espacios en la programación regular de los canales nacionales, no se exige su cumplimiento.

Los fines de semana, cuando los niños no tienen colegio, marcamos bien (Nickelodion Chanel). Somos una marca y hacemos parte de la vida de ellos. Estamos en su casa, en sus cuadernos, en los videojuegos, en todas partes (Silva, 2008, citado por Velasco, 2008, párr.13).

De acuerdo con datos suministrados por Ibope (Velasco, 2008, párr.4), entre los canales internacionales de contenido infantil los cinco preferidos por los niños son: Disney Channel, Cartoon Network, Nickelodeon, Discovery Kids y Jetix, sin embargo es claro que la principal prioridad de estos canales no es educar sino entretener como aseguró Felipe de Stefani, Vicepresidente de marketing, medios digitales y servicios creativos para Cartoon Network y Boomerang Latinoamérica.

Adicionalmente, la CNTV manifiesta que se le apuesta más a la televisión familiar que a la infantil y esto es algo que hay que corregir ya que hay una falsa percepción del público infantil, como una audiencia que no exige calidad en los productos que se crean para ellos, por eso se deben adelantar acciones para mejorar la producción infantil partiendo de la investigación y el sondeo cultural, herramientas que proporcionen puntos clave para diseñar pautas de realización y

producción de TV infantil(Velasco,2008, párr. 7).

Otras razones para el déficit de producción de TV animada infantil nacional son: a) la escasa audiencia de las existentes, debido a factores tan variados como la mala calidad de muchas de las producciones, razón por la cual la CNTV propone capacitar a los productores en la creación de contenidos infantiles; b) la falta de divulgación masiva de estas producciones en los canales de mayor demanda; c) la falta de educación de las audiencias; es necesario generar una visión crítica de lo que se ve y por qué se ve dentro del público infantil.

Con el fin de mejorar los problemas mencionados anteriormente, así como las políticas nacionales, regionales y locales sobre infancia, familia y medios de comunicación audiovisual, se creó el denominado Compromiso Nacional por una Televisión de Calidad para la Infancia en Colombia. Este acuerdo, gestado por la Fundación Imaginario y UNICEF Colombia, con el compromiso de la Consejería Presidencial de Programas Especiales de la Presidencia de la República, la CNTV y otras instancias del sector público, privado y la sociedad civil propone el compromiso de todos los actores para velar por todos y cada uno de los derechos de los menores de edad, a través de la creación y apoyo de producciones que cumplan los siguientes objetivos:

a) Desarrollar la personalidad, las aptitudes y la capacidad mental y física del niño hasta el máximo de sus posibilidades.

b) Inculcar al niño el respeto por los derechos humanos, las libertades fundamentales y los principios consagrados en la Carta de las Naciones Unidas y en la Constitución Nacional, su identidad cultural, su idioma y los valores tanto nacionales como de las de culturas foráneas;

c) Preparar al niño para asumir una vida responsable en una sociedad libre, con espíritu de comprensión, paz, tolerancia, igualdad y amistad entre todos los pueblos, grupos étnicos, indígenas, religiosos inculcándoles respeto por el medio ambiente natural

A pesar de plantear dichos objetivos (Compromiso Nacional Por Una Televisión De Calidad Para La Infancia En Colombia, 2004, artículo 5, p.4), en el año 2005 durante El Encuentro Televisión de calidad IV - Conferencia Internacional: organizada por el Ministerio de Educación de Colombia y con la participación de países como Chile, Alemania y Sudáfrica, se volvieron a evidenciar las mismas falencias en la televisión infantil en Colombia:

- a) No hay una industria representativa de televisión infantil en Colombia.*
- b) La producción nacional no alcanza estándares internacionales de calidad que faciliten su exportación.*
- c) No hay una producción de televisión infantil que muestre nuestra cultura y responda a las necesidades de los niños colombianos.*
- d) La regulación actual no coincide con la realidad de la audiencia.*
- e) La veeduría sobre la televisión es escasa en Colombia.*
- f) La televisión no cuenta historias donde los niños colombianos puedan verse reflejados.*
- g) La oferta publicitaria en televisión infantil es muy baja.*

A pesar de la participación en el IV Encuentro de Televisión de Calidad de reconocidas investigadoras en el campo de la comunicación y el desarrollo, como Rosa María Alfaro de Perú, y especialistas en televisión pre-escolar como Ina Werner de Alemania, el tema de género no fue una de las problemáticas abordadas. Sin embargo, se destacaron experiencias como el programa chileno *31 Minutos* el cual tiene dentro de sus objetivos educar a la población infantil sobre sus derechos (Las Mejores..., 2005, párr. 3).

Las V, VI y VII muestras de Televisión De Calidad para la Infancia continuaron con la premisa de fortalecer la participación de los niños, las niñas y los adolescentes en proyectos audiovisuales y garantizar los derechos de la infancia en medios de comunicación (Las Mejores..., 2005, párr. 1).

Todos estos esfuerzos han sido imprescindibles para llamar la atención del Estado, la comunidad, los realizadores de TV y los educadores, los derechos de

los niños y las niñas como consumidores de televisión, su participación en la producción y realización audiovisual y la necesidad de empezar a producir televisión infantil. Sin embargo, no se puede esperar que la producción de televisión animada infantil en Colombia mejore sus estándares de calidad para empezar a pensarla en términos de equidad de género. Es necesario que a la vez que se emprenden procesos para mejorar la calidad de la producción de televisión nacional se asuman nuevas formas de abordarla con perspectiva de género, por tal razón consideramos importante el presente estudio.

A continuación, se resume la historia de la animación en Colombia resaltando la participación de hombres y mujeres en su producción.

b) Una Breve Historia de la Animación en Colombia.

La animación en nuestro país se remonta al año de 1930 con los hermanos Acebedo de la ciudad de Medellín, que por esa época incursionaron en la producción de dibujos animados aunque con muy poca acogida por el público de aquella época. En la década de los 60's con la llegada del francés Robert Rossé a Colombia, empezó la realización de piezas de animación de tipo comercial, sin embargo desde la siguiente década es cuando esta primera generación de animadores comienza a incursionar en el cortometraje y posteriormente en la realización del primer largometraje colombiano, el cual ha servido de inspiración para las generaciones posteriores.

Cuando la animación realizada en el país vuelve a aparecer, Rossé se asocia con Corafilm (una empresa colombiana productora de dibujos animados para cine) y realiza dibujo animado esencialmente para su exportación. Esto le permite crear la primera escuela de dibujantes y animadores, y empieza a enseñar el arte y la técnica a los que serán los primeros animadores propiamente colombianos. De esta época sólo algunos sobrevivieron y continuaron el trabajo de Rossé" (Breve historia..., 2003, los comienzos, párr. 2).

Fernando Laverde, Luis Enrique Castillo y Nelson Ramírez, este último, uno de los más importantes pineros de la animación para comerciales a mediados de los 70's, conformaron ese grupo de animadores que impulsaron esta nueva industria con cortometrajes como *El País De Bella Flor* de 1971, *Colorín Colorado*, *La Maquinita Nocturna*, *La pobre viejecita*, *Sombras De Vida*, *Pepitas Rojas*, *Cristóbal Colón* y *Martín Fierro* de 1973 entre otros. (Breve historia..., 2003, los comienzos, párr. 3).

Con la llegada de los ochenta, no sólo hubo una demanda más alta de animación como nueva técnica para hacer comerciales en la televisión colombiana como *Dr. Muelitas* y *Capitán Colgate* de 1981, *Con mis Gudiz soy feliz* de 1983, y *Javier* de 1989 entre otros (Contreras,2008, párr. 6,7), también se vio como la mujer incursiono en este ámbito de la realización audiovisual, como en el caso de Nohemí Cuéllar, Alicia Toro, Alcira Venegas, Carmenza Jiménez, Magdalena de Massonat y Claudia Ávila que en 1981 trabajaron junto a Philippe Massonat y Juan Manuel Agudelo en el cortometraje humorístico *Los Tolimenses Go West*,(Agudelo & Muñoz, 1981) donde el dúo cómico-musical conformado por Emeterio y Felipe llegan a 'Gold Hill', un típico pueblo del lejano oeste norteamericano (lleno de vaqueros, indios, duelos y tiroteos). En este proyecto la mujer fue una pieza fundamental para la realización del mismo ya que este selecto grupo trabajó en el departamento de arte, pero tres años después Magdalena de Massonat incursiono como realizadora con cortos como *Emanuella no tiene quien la escuche* y *Donde Hay Payasos*, realizaciones que rompen el imaginario que se tiene de considerar esta técnica, exclusiva de los hombres; a ella otras mujeres le seguirán como María Paulina Ponce (Breve historia ..., 2003, los comienzos, sección de cine, cortometrajes) que aparecería con sus cortos *Filemon Y La Gorda* y *Llegó La Hora* entre otros.

Sin embargo los años pasaron y con ellos las propuestas y los animadores, los ochenta se caracterizaron por ser el auge de la animación experimental, una época donde técnicas como el dibujo en tinta sobre el papel, el collage, los

recortes de cartón y la rotoscopia hicieron destacar al animador independiente, pero con la llegada de los años noventa el software para animación revolucionó la industria ya que no sólo simplificó la producción de las animaciones lo que permitió hacer producciones para televisión en un menor tiempo haciendo que muchos otros animadores entraran a competir en el mercado con sus producciones como lo hizo Conexión Creativa a partir del año 97 con *El siguiente programa*, *Blanca y Pura*, *Supercriollo* y *Betty Toons* (Breve historia..., 2003, los comienzos, sección de seriados).

En 1994 un cortometraje animado llamado *Histeria De Amor* de Miguel Urrutia Mora, fue uno de los más innovadores de su tiempo por ser de los primeros en utilizar la tecnología del 3D para la elaboración del mismo, de ahí en adelante las generaciones de animadores del siglo XXI en nuestro país destacarían por el gran nivel que alcanzarían sus trabajos, un buen ejemplo de esos trabajos son *El Ultimo Golpe De El Caballero* de Juan Manuel Acuña (2003) o las campañas publicitarias creadas por productoras y post productoras como Jaguar, Efe-X, Zero Fractal Studio , o Videobase entre otras .

Desde principios del 2000, gracias a los desarrollos tecnológicos en software para computador y su fácil acceso (Breve historia..., 2003, sección de la evolución tecnológica), el interés por la animación en nuestro país se incremento considerablemente. Estas posibilidades agilizaron métodos y técnicas de producción, y su incursión a las aulas universitarias masificó su aprendizaje.

La mayor parte de las producciones anteriormente mencionadas, fueron dirigidas a públicos institucionales, adultos y jóvenes. Las producciones dirigidas al público infantil eran muy escasas y en su mayoría publicitarias. La mayor parte de los guiones para animación en Colombia se realizan para campañas institucionales, mensajes comerciales e incluso telenovelas, desaprovechando la posibilidad de incursionar en mercados internacionales, con producciones que dejen de lado esta tendencia y abarquen formatos no muy explorados en nuestro país, como lo son los dibujos animados infantiles de carácter comercial, aunque se han obtenido

buenos resultados con seriados de tipo educativo como por ejemplo *El Libro de Sofía* de Gustavo Raad (2004) o *Wanana* de Fast TV (2001)

Aunque la animación es un recurso versátil, muchas veces los costos impiden que la industria de la animación crezca e innove en la forma como se narran las historias en esta industria.

Género, Televisión y Ciudadanía.

Para empezar este capítulo, es necesario reflexionar por qué la relación sexo-TV suscita tanta preocupación entre madres, padres, educadores, investigadores, iglesia y Estado, mientras que el binomio género-TV no parece suscitar la misma angustia, a pesar de que éste va más allá del sexo y regula social y culturalmente, todas las relaciones de hombres y mujeres como sujetos sexuados. A diferencia de lo que dice Barbero sobre este tema (2008) *necesitamos pensar el sexo ...como un peculiar ámbito de violencia contra la mujer en la TV*, el presente proyecto plantea que se necesita pensar las representaciones de género de hombres y mujeres como un ámbito de violencia compleja pero en ambos sentidos y no únicamente desde el tema del cuerpo sexuado o los modelos de sumisión femenina. Pensar la TV desde una perspectiva de género implica por igual a hombres y mujeres y va más allá de reflexionar sobre el cuerpo, las relaciones sexuales o las relaciones de dominación.

Las narraciones de género tanto individuales como colectivas, ahora más que nunca se ven moldeadas y definidas, por los contenidos y discursos de los medios masivos. Comprender cómo se plantean los imaginarios de género desde las industrias culturales y cómo se están representando a través de las series animadas permiten una aproximación al tipo de identificaciones, modelos y formas de género que ponemos al alcance actualmente de niños y niñas a través de la TV.

a) Definiendo el Género.

La categoría de género fue utilizada por el movimiento feminista anglosajón para referirse a la construcción social de lo femenino y lo masculino, anteponiendo sobre la condición biológica de los individuos unas características sociales y simbólicas para determinar las diferencias existentes entre hombres y mujeres (Lamas, 1986, citado por Arango, León, & Viveros, 1995, p. 22), sin embargo, la investigación ha utilizado más el concepto de género para remplazar el de sexo y referirse a la morfología de una persona, que realmente a las construcciones sociales y culturales que se asocian con el sexo. (Arango, León & Viveros, 1995, p.22).

Antes de precisar el concepto de género es necesario definir el concepto sexo, el cual es básico para comprender la variable principal de este estudio. El sexo se refiere al conjunto de características genéticas, anatómicas, fisiológicas y hormonales que distinguen a los hombres de las mujeres. Estas características biológicas se establecen antes del nacimiento y marcan la diferencia entre el cuerpo de los hombres y el de las mujeres. *El sexo no es algo que hacemos, sentimos o pensamos, es lo que somos* (Vargas, Rojas & Balanza, 2008) Aunque el término género se suele utilizar para denotar el sexo, son dos conceptos diferentes.

La mayor parte de las investigaciones sobre género, realmente no examinan las cogniciones sociales y culturales sino que se refieren al estudio sobre diferencias o similitudes con relación al sexo. El género, en cambio está ligado a la construcción de la identidad, como parte de la cultura y el entorno social, las identidades de género moldean a los individuos de una sociedad.

Al momento de nacer se despliega la lógica del género, en función externa de los genitales, al recién nacido se le habla de cierta manera, se le trata distinto, se le alimenta diferente y se deposita sobre el/ella ciertas expectativas y deseos. Así arranca el proceso de atribución de características femeninas y masculinas a cada

sexo, a sus actividades, conductas y a todas las esferas de su vida (Arango, León, & Viveros, 1995, p. 62).

En el presente trabajo se define el género como el conjunto de normas, expectativas, responsabilidades, obligaciones, privilegios, oportunidades comportamientos y actitudes, que cada época, cultura y sociedad impone a cada uno de los sexos (Vargas, Rojas & Balanta, 2008, p. 36). Las construcciones de género, establecen cómo deben ser, pensar, expresarse, comportarse, comunicarse y relacionarse las personas según su sexo.

Los comportamientos social y culturalmente asignados a los hombres, se les denomina comportamientos masculinos y los asignados a las mujeres, se les denomina comportamientos femeninos, dichos comportamientos difieren según la cultura, los grupos sociales y la época. Incluso, dentro de un mismo grupo cultural pueden presentarse múltiples formas de masculinidad y de feminidad, sin embargo, suelen coexistir formas dominantes que se exigen a los miembros de cada grupo. Por ejemplo, en algunos grupos se considera un comportamiento masculino ser heterosexual, líder, fuerte, mientras que en otros contextos ser masculino significa ser productivo, inteligente, o conquistador, estos imaginarios de los individuos pueden ejercer cierta clase de poder e influencia en su comunidad de acuerdo con sus cualidades y condiciones con las que cuentan (Bronck, Kaufman, 1994, citados por Arango, León, & Viveros, 1995).

Los conceptos de masculinidad y feminidad implican los roles y los estereotipos que socialmente se asignan a cada sexo, cada concepto es la reunión de valores, comportamientos y características deseables en un hombre o una mujer dentro de una cultura. De hecho, la masculinidad en las sociedades patriarcales resalta las cualidades de un integrante como macho viril y dominante frente a otros; Saltzman (1974) identificó siete áreas de la masculinidad (que puede ser también analizados en la feminidad) presentes en la cultura: física, funcional, sexual, emocional, intelectual, interpersonal y otras características personales, (Saltzman, 1974) todas ellas llevan una carga simbólica muy arraigada con lo que

se espera socialmente de un individuo.

Los conceptos de masculinidad y feminidad tienden a crear imaginarios colectivos que se transforman muchas veces en estereotipos de género. Los estereotipos de género, se refieren a las ideas generalizadas, rígidas e inmodificables que definen social o culturalmente a los hombres o a las mujeres, por ejemplo se suele pensar que las mujeres son tiernas por naturaleza o que los hombres son agresivos por ser hombres. Los estereotipos pueden incluir características físicas, psicológicas, o sociales.

A diferencia de los estereotipos, los roles de género se refieren al conjunto de normas y expectativas sociales acerca de lo que se considera apropiado para hombres y mujeres, por ejemplo: las ocupaciones o las responsabilidades, asignadas a las personas.

El presente proyecto se basa en una perspectiva crítica de género, es decir pretende analizar los antecedentes de la TV animada infantil en Colombia, con el fin de determinar: a) Las tendencias predominantes en el campo de la animación infantil para TV, identificando qué clase de productos se han realizado y cuales son las que se realizan actualmente, el sexo tanto del autor como el de los personajes de las historias, entre otras categorías ; b) Los temas tratados, teniendo en cuenta desde el enfoque de estas producciones, pasando por el argumento de estas y los roles que cada personaje desempeña en las mismas ; c) El público objetivo de estos programas, en especial los realizados desde el 2000 hasta el 2008 ya que durante este periodo se empezaron a gestar proyectos de dibujos animados infantiles para TV.

b) Un Largo Camino Hacia el Reconocimiento Ciudadano.

El concepto de ciudadanía ha estado sujeto a una variedad de nociones basadas en la idea de legitimar los derechos y asumir los deberes que el ciudadano

modelo debe cumplir. Según El Diccionario De La Real Academia De La Lengua Española (RAE), ciudadanía es la cualidad y derecho de ciudadano (RAE, 2008, ciudadanía); Antiguamente, se concebía al ciudadano como un habitante con derechos políticos o alguien que tenía un estatus intermedio entre caballero y “trabajador manual” (RAE, 2008, ciudadano). Sin embargo, dicha definición ha sido reevaluada con los aportes que han realizado numerosos académicos.

Ortiz (2003) identifica tres momentos de la ciudadanía: a) la ciudadanía sacra, donde la religión y las costumbres eran el soporte principal de una época enmarcada por el costumbrismo y la imposición de normas arbitrarias; b) la ciudadanía secular, que surge gracias a los procesos de industrialización, gestados en la primera mitad del siglo veinte y la cual destruía el tejido feudal de países tradicionalistas; c) posteriormente, aparecen las ciudadanía socioculturales, que en nuestro país se vieron bien representadas por La Constitución de 1991 donde se reconocían a nuevos actores sociales como los indígenas, los negros, los mestizos y los guerrilleros desmovilizados.

En el caso de las mujeres, al igual que en otros grupos excluidos, se ha necesitado un largo proceso para el logro de una ciudadanía plena. Trescientos años antes del nacimiento de Cristo, los griegos creían en la inferioridad del género femenino y por lo tanto la mujer era excluida de los círculos sociales y cualquier actividad intelectual. Después de múltiples movimientos de resistencia contra la opresión masculina, la historia resalta la proclamación de los derechos de la mujer y la ciudadana en 1791, escrita por Marie Olympe de Gouges en Francia, como la primera declaración de igualdad femenina redactada en plena revolución francesa (Rojas, 2008)

En Norteamérica, el movimiento demandado por la extensión del voto a los hombres marginados por factores raciales o económicos se extendió también hacia las mujeres. Finalmente, el movimiento sufragista va haciendo mella y será en 1920 que la enmienda 19 de la Constitución Norteamericana reconocerá el derecho al voto sin discriminación por sexo...Ocho años más tarde las mujeres inglesas podrán votar por primera vez (Rojas, 2008).

En el caso colombiano, aunque el principio de ciudadanía universal sería reconocido en Colombia en el año de 1936 en el gobierno de López Pumarejo, es hasta 1957 que las mujeres pudieron ser ciudadanas plenas ante los ojos de la ley (Ortiz, 2003, p. 106) aunque en el año de 1932 con la ley 28 se reconocieron los derechos civiles de las mujeres, los que incluían acceder a la educación superior. Ofelia Uribe de Acosta, fue una de las primeras activistas en pro de los derechos de la mujer, desde el gobierno de Olaya Herrera hasta la presidencia de Rojas Pinilla.

No deja de ser irónico que Ofelia Uribe de Acosta y sus seguidoras hubiesen conseguido en un gobierno militar sus metas, trabajadas durante un cuarto de siglo; y es todavía más irónico que no pudiesen ejercer sus derechos sino a la caída del gobierno que lo hizo posible (Personajes..., 2005, contraportada)

Colombia tendrá que esperar hasta 1957 para que sus mujeres puedan ejercer el derecho al voto. Sesenta y cuatro años después de que lo hicieran las mujeres de Nueva Zelanda. Derecho logrado teniendo como antecedente La Declaración Universal de los Derechos Humanos publicada en 1948, así como la presión ejercida por las mujeres, pero también hay que reconocerlo, gracias al discurso paternalista y a los intereses políticos de la época. La igualdad política y jurídica reclamada por la mujer en el siglo XIX y conquistada en el siglo veinte, si bien permitió que la mujer fuera propietaria de sus bienes, y en general que naciera como persona jurídica no significó cambios fundamentales en su rol doméstico y sexual (Rojas, 2008)

Actualmente, hablar de ciudadanía implica reconocer el ejercicio de la participación civil como un deber (la ciudadanía como condición legal) y la manifestación de un sentido de pertenencia con su comunidad y su entorno (la ciudadanía como actividad deseable) (Kymlicka & Norman, 1997, p. 6) En términos de género esta postura implica que tanto hombres como mujeres pueden ejercer su ciudadanía como una obligación o pueden ejercerla bajo el supuesto de que es deseable colectivamente que ambos tengan las mismas

oportunidades y responsabilidades.

Sin embargo, a pesar de los avances en el reconocimiento cada vez más amplio de la ciudadanía a sectores marginados o excluidos, este proceso no ha logrado permear todos los sectores sociales, muchos siguen siendo ignorados.

Televisión Animada Infantil y Género.

a) ¿Qué se ha encontrado?

Actualmente, se adelanta en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Corporación Universitaria Minuto de Dios una serie de investigaciones (Acosta, 2009; Vargas, Rojas & Balanza, 2008; Rojas, 2007) sobre televisión infantil y perspectiva de género, las cuales han encontrado que en Colombia e incluso en Latinoamérica existe escaso material de televisión infantil realizada teniendo en cuenta la perspectiva de género. Por lo tanto, muchas de las producciones refuerzan los estereotipos, los tabúes y las desigualdades entre los sexos. Los avances de la investigación adelantada por la comunicadora social-periodista Andrea Acosta (2009) muestra que existe entre expertos, investigadores de género y realizadores de TV colombianos un consenso sobre la urgencia de producir programas infantiles que incluyan dicha perspectiva, y a la vez, un vacío casi absoluto de propuestas dirigidas al público infantil que asuman dicha perspectiva. Los antecedentes más cercanos se encuentran en estudios sobre animación impresa, la mayoría de ellos centrados en el papel de la representación de los personajes femeninos. A continuación se describen algunos de ellos.

Bill Hendrick publicó en 1997 en el New York Times y el Clarín de Argentina un artículo titulado *Estudio Sobre Dibujos Animados Tan Sexistas Como Hace Treinta Años*, el artículo hace referencia a la presentación de la investigación realizada por Mary Hudak y Cynthia Spicher del Allegheny College ante los participantes de la 105 Reunión Anual de la Asociación Norteamericana de Psicología. Según

este estudio, los personajes masculinos en las tiras cómicas y los programas infantiles son mucha más preponderantes que los femeninos.

Es posible que las mujeres hayan recorrido un largo camino desde los días de Betty Boop, pero aún siguen siendo mostradas como estúpidas en los dibujos animados que aparecen por televisión” (Hendrick, 1997, párr. 1).

Según este artículo, el imaginario que se tiene de la mujer sigue siendo la del personaje sumiso y delicado , mientras que el hombre se deja ver como un individuo fuerte, intimidante y capaz de lograr todo lo que se propone; son muy pocos los personajes femeninos que demuestran fuerza o actitudes que las hagan superiores o iguales a los hombres.

“Los dibujos, dicen, no reflejan lo que pasa actualmente en la relación entre hombres y mujeres. En opinión de las investigadoras, la generación de los más jóvenes necesita saber que los símbolos que muestran los dibujos no son reales” (Hendrick, 1997, párr.11).

Algo muy importante que se muestra en este texto es el rol de la mujer como agente de innovación en el campo laboral, es decir, una mujer que rompe los parámetros del modelo que se tiene de ellas gracias a que realiza tareas y actividades “poco usuales” como ser policía, científica o doctora, pero aun así ellas no representan un verdadero rival para el hombre porque su protagonismo en una serie animada siempre se ve opacada por un hombre rudo y varonil que se encarga del trabajo sucio.

Los personajes fueron catalogados según su sexo, estereotipo sexual, conducta agresiva y ocupación. Las psicólogas notaron que los personajes masculinos no sólo se destacaban más que los femeninos sino que daban muestras de contar con una amplia gama de rasgos bien varoniles. Los personajes masculinos se veían poderosos, fuertes, inteligentes, agresivos y demás. Ocasionalmente aparece algún personaje de historieta femenino simbólico, pero éste siempre es terriblemente insípido, explicó Hudak (Hendrick ,1997).

Algo que también se notó en la investigación fue la importancia de recontextualizar el papel no solo de la mujer, sino de ambos sexos en las producciones de series televisivas tanto infantiles como familiares e inclusive para adultos, ya que tanto los hombres como las mujeres son personas capaces de desarrollar las mismas actividades.

Después de casi 10 años de publicados los resultados de la investigación de Mary Hudak y Cynthia Spicher aparece un nuevo balance de la situación de inequidad existente en los dibujos animados. Pilar Casares (Los Dibujos..., 2006) resaltó la aparición de heroínas que han roto los esquemas de los personajes femeninos que tenían el papel protagónico.

Tan inteligentes, ágiles, atractivas, fuertes y heroicas como sus compañeros masculinos... o más. El perfil de las protagonistas de los dibujos animados más vistos por nuestros hijos, los de la factoría Walt Disney, ha cambiado notablemente en las últimas décadas: las féminas (no necesariamente humanas) poco tienen ya que ver con las míticas Blancanieves, Cenicienta o Minnie... Para la realización de este trabajo, (se analizaron) once personajes femeninos, pertenecientes a cuatro de las películas más exitosas de Disney de los últimos años: 'El planeta del Tesoro', 'Lilo y Stitch'. 'Atlantis' y 'El emperador y sus locuras'. "Aunque hemos comprobado que el personaje central (mezcla de héroe y antihéroe) de los filmes sigue siendo predominantemente masculino –.... el papel de la mujer se ha visto modificado (Los Dibujos..., 2006).

En este artículo también se recalcó el hecho de que la nueva revolución sexual que se está dando en estos espacios de entretenimiento y educación sólo es posible si se rompe con la vieja creencia donde los niños y las niñas deben admirar y seguir el ejemplo de un héroe de su mismo sexo, cuando lo ideal es aprender por igual de todas las personas.

A través del análisis realizado por la investigadora granadina –en el que se encuentran personajes como la Capitana Amelia ('El planeta del Tesoro'), Nani

('Lilo y Stitch') o Kida (Atlantis) se ha descubierto que en los dibujos actuales, a diferencia de los de antes, encontrar marido o pareja es importante, pero no prioritario. No obstante, la formación de parejas, unida a las situaciones que viven las protagonistas, transmite al niño la importancia de la familia (Los Dibujos..., sección Se acabó la mujer tipo 'Barbie', párr 3).

En este escrito se habla de un repentino giro en el planteamiento del perfil de las protagonistas de las producciones de Walt Disney, ya que estas nuevas heroínas de fin de siglo son más arriesgadas, más autosuficientes y ante todo se desempeñan igual o mejor que un hombre en actividades físicas, pero aun así no ganan la admiración del público masculino infantil, aunque la aceptación de las niñas e incluso de padres de familia es muy buena porque ellas representan (a grosso modo) la lucha por la realización y consolidación de los sueños e ideales de la liberación femenina.

Las Mujeres En Los Comics de Ana Von Rebeur (2007) es un artículo de carácter documental y recopilatorio de la trascendencia de la mujer en el mundo del comic (y posteriormente en los dibujos animados) desde el estereotipo de personaje torpe y débil hasta el de la heroína capaz de enfrentarse contra villanos de toda clase. Según la autora, la mujer a través del tiempo ha ganado un papel importante como agente de cambio en la sociedad, al verse mejor reflejada en el imaginario colectivo y una de esas herramientas es el comic porque es un medio de opinión y a la vez un medio de entretenimiento por excelencia.

Aunque en la vida real a las mujeres se les dificulte alcanzar algún tipo de protagonismo, ellas siempre fueron las estrellas en variadas aventuras de papel. Las mujeres dibujadas llenaron kilómetros de papel en la historia del cómic y la historieta, reflejando la situación de la mujer en cada época. En un principio, representaban la esencia de la femineidad más pura. La vulnerabilidad lacrimógena de Annie la Huerfanita, los mohines aññados junto al nada inocente portaligas de Betty Boop, los tacos aguja de Barbarella y la cintura de avispa de la Mujer Maravilla plasmaron en papel lo que los hombres querían ver en las mujeres

de cada época, sin descuidar el ojo atento de las lectoras que buscaban en las tiras cuál era el último grito de la moda (Von Rebeur, 2007).

Von Rebeur indaga cómo la participación de la mujer en la creación de personajes fue la clave para el éxito de los personajes, ya que hasta la década de los 60 el trabajo de ilustración y dibujo era propio de los hombres, pero con la llegada de dibujantes como Claire Bretecher en la década de los ochentas se le da un vuelco total a la manera de dibujar las facetas de la mujer, porque se comienza a adoptar la técnica del autorretrato como base fundamental para el bosquejo del personaje.

Claire Bretecher con sus mujeres desgreñadas, psicoanalizadas, gays, equivocadas y tan frustradas como sugieren los títulos de sus libros: Frustrados 1, 2, 3 y 4. Todas visten ropa oversize, y unisex. Se acuestan con hombres que admiran por su talento y no por sus billeteras y quieren que sus hijas sean emancipadas. Son ejecutivas agotadas o intelectuales angustiadas. Las obras de Bretecher fueron traducidas a todos los idiomas y sus libros fueron reeditados decenas de veces. En Estados Unidos, la dibujante Cathy Guisewhite creó a su "Cathy", una oficinista preocupada por no engordar, mientras la canadiense Lynn Johnston, por otra parte, aparecía todos los domingos en los diarios americanos con la tira *For Better or for Worse* (traducido "*En las buenas y en las malas*"), dando una mirada compasiva a las madres y amas de casa que intentan salir adelante con la lucha cotidiana" (Von Rebeur, 2007).

En Argentina como en el resto de Sudamérica, las caricaturas también tuvieron un espacio, de hecho se creó uno muy especial donde la mujer tendría un papel muy importante como actor social; es el caso de personajes como *Mafalda* y *Bárbara*, dos personajes que expresaban una fuerte crítica a lo que ocurría en Latinoamérica durante la década del sesenta personajes como *Vampirella*, *Barbarella*, *Batichica* y *Gatúbela* impactaban con toneladas de pelo, uñas afiladas, ajustados pantalones de cuero, botas y corpiños casi filosos: demasiado atractivas para quedarse entre cacerolas. Sólo los personajes secundarios y con menos

poder siguen usando polleras (Montemorro, 2007).

Valentina, con su corte de pelo paje y su ropa lánguida y reveladora muestra una mujer que ya no se ajusta los botones hasta el cuello ni piensa en casarse para pedirle plata al marido, como lo hicieran *Blondie*, *Vilma* o *Dora la Tonta*. De 1970 a 1982 los dibujantes Barreiro y Zanotto crearon en la Argentina una rareza que adoran los coleccionistas: Bárbara era la versión femenina del Che Guevara. La guerrillera usaba boina y fusil para luchar en la selva (Montemorro, 2007).

La revista TELEVISION del IZI (Internationales Zentralinstitut für das Jugend - und Bildungsfernsehen) , un espacio de análisis e infamación sobre tendencias de la práctica y el trabajo científico en torno a la relación de niños y jóvenes con la televisión; (IZI,2009, sección de IZI About us) en su edición numero veintiuno, dedicada a género en la televisión y titulada *Girls and Boys and Television, The Role of Gender*, describe la investigación de Margit Herche, *The Global Girl's Body* (IZI,2009, sección de IZI publications).

En la investigación anteriormente mencionada, se hace un fuerte llamado de atención a los dibujantes y una crítica hacia la estética de los personajes femeninos de series animadas de tipo infantil; Sin embargo no se trata de perseguir y culpar a animadores, guionistas, dibujantes y diseñadores por miles de casos de anorexia y bulimia en niñas menores de catorce años, sino de especificar en qué aspectos se ve un fenómeno de sexualización de la mujer como por ejemplo, las curvas de la misma, su cintura de avispa, el largo de sus piernas o lo altas y espigadas que deben ser. En este estudio, se examinó la fisonomía de 102 personajes de series animadas la gran mayoría presentaban problemas en su abdomen ya que la medida de sus cinturas era exageradamente pequeña e irreal de hecho en los casos de Bloom (*Winx Club*) o Yoko (*Team Galaxy*) a duras penas tienen espacio en su cintura para que quepa su columna vertebral.

Más de la mitad de las mujeres de dibujos animados (57%) tienen piernas que nunca se podrían lograr naturalmente... Uno de cada tres personajes tiene esta

característica en las piernas desde Barbie hasta casos extremos que se nombran aquí como lo son DeeDee (de Dexter Laboratory) y las chicas Bratz; pero ¿son sólo las niñas y las mujeres personajes sexualizados?...en el hombre, dentro de los personajes infantiles y adultos también hay importantes características tanto de sexo como de estilo. Un análisis mundial de 71 personajes entre niño y adultos muestra que hay una serie de personajes masculinos con torsos en forma de V, figura que sólo se puede lograr mediante el trabajo profesional durante años. Eso sería el equivalente masculino a la cintura de avispa (Herche, 2008, p. 18).

...Si bien la clásica Barbie es criticada como un modelo inadecuado, esta crítica también se aplica aún más a un gran número de dibujos animados de niñas y adolescentes comercializados al rededor del mundo. Por supuesto que se podría decir que tanto Barbie como los dibujos animados no son más que figuras artificiales, y que su imagen sigue formas artísticas de expresión cuyo propósito no es para representar la realidad, y en consecuencia, no se enfrentaron con ella. Sin embargo, llama la atención que estas creativas simbolizaciones muestran una tendencia definida (Herche, 2008, p. 19).

Este estudio llegó a la conclusión que en cuestión de género, la concepción del cuerpo ideal está más ligada con las niñas que con los niños a temprana edad, estos personajes animados que científicamente tienen cuerpos anormales e imposibles de conseguir, perpetúan un ideal de belleza imposible de cumplir. Quizás esto no sea novedad para nadie, pues hay cientos de estudios que hablan sobre los estragos que los medios masivos y sus modelos de belleza y estética en las mujeres pueden provocar en niñas y adolescentes, junto con todas las consecuencias que esto acarrea, pero no hay que olvidar que estamos hablando de dibujos animados, ellos son los que representan de la manera más simple y franca lo que es la ficción.

Götz (2008) evalúa las inclinaciones de niños y niñas en cuanto a los personajes de los dibujos animados que ven con mayor frecuencia. En su investigación titulada *Just Pretty, Responsible and Compliant* se pregunta: ¿Qué es lo que

hace a ciertos personajes de dibujos animados tan atractivos para los niños? Y considera que la idea de que las niñas se inclinan por las “princesas” y los niños por los “vaqueros” no representa una verdad absoluta hoy en día.

Al principio, las niñas y los niños ya son conscientes de las diferencias de género que se les presentan en la televisión (Thompson & Zerbinos, 1997, citados por Götz, 2008, p.22) y prefieren personajes del mismo sexo (Knobloch, 2005; Signorielli, 1997, citados por Götz, 2008, p.22).

Götz (2008) encontró que las niñas le dan más valor a las relaciones interpersonales, la belleza, el desempeño en las competencias sociales, y el cumplimiento, (de hecho la relación existente con un personaje del sexo opuesto podría interpretarse como “compromiso o noviazgo”) mientras que los niños dan más prioridad a la fuerza física del personaje y la capacidad que tiene para lograr afirmarse en un entorno hostil y situaciones de conflicto, más que todo en batallas o luchas cuerpo a cuerpo, entendiendo la relación de su personaje con aquellos que lo rodean como de “amigo al rescate o compañero de aventuras”.

Götz (2008) elaboró una encuesta dirigida a niños y niñas (2.178 en total) entre los 6 y los 12 años de toda Alemania y todas las clases sociales, desarrollada en tres fases consecutivas. Este trabajo arrojó diferentes resultados en los gustos por los diferentes personajes de dibujos animados de acuerdo a su comportamiento, su escala de valores y cualidades. Götz define esta percepción de los niños sobre los personajes predilectos como “el reconocimiento de sí mismo” Es decir, los personajes de los dibujos animados que ven los niños y las niñas, promueven un proceso de identificación por el cual asimilan un aspecto, una característica, un atributo de otra persona y modifican su comportamiento total o parcialmente de acuerdo con que el modelo elegido (Laplanche & Mikos, 1994, Citado por Götz, 2008, p.23).

A Leonie le gusta la forma de ser de Spinelli (Disney’s Recess) especialmente, su forma de pensar, como interrumpe la clase, y como lucha con los niños. Muy entusiasmada, Leonie anuncia que ahora también lo hace: "Porque es una niña

igual a mi, y eso también me permite luchar con los niños. Ahora tengo el coraje para hacerlo."(Götz, 2008, p.23).

Una de las ideas centrales de este artículo es la apropiación de características que puedan ser útiles en la vida diaria, ya sean como herramientas para imponerse en los juegos, en la escuela y enfrentar a los padres o como reglas de comportamiento ante los demás, pero de todas formas creando una identidad.

Entre los estudios más recientes realizados en Colombia se destaca la investigación de Vargas, Rojas y Balanta (2008) titulada *Una Propuesta Dirigida Al Público Infantil Para Ver Televisión Con Perspectiva De Género* (en desarrollo) la cual busca diseñar y evaluar una propuesta de formación dirigida a niños y niñas entre los 7 y 10 años de edad residentes en Soacha Cundinamarca (Vargas, Rojas & Balanza, 2008, p. 25) con el propósito de contribuir a la construcción de relaciones de género equitativas en el grupo de pares. Durante la primera fase de esta investigación, se llevo a cabo un taller con cuatro niñas y cuatro niños de segundo de primaria para conocer cuales eran sus hábitos de consumo en televisión y que características poseían sus programas y personajes favoritos. Para el análisis se evaluaron las siguientes categorías:

- a) Las actividades que se presentan en los mensajes y que ilustran la división sexual del trabajo en términos de roles productivos, reproductivos y de participación comunitaria.
- b) Las características emocionales que los participantes perciben de los personajes del programa elegido.
- c) Las relaciones de poder que se representan y que se expresan a través de la posición que ocupan los personajes en la trama y la manera como resuelven los conflictos, toman decisiones y participan en las actividades.

Los resultados mostraron que las niñas asociaban sus personajes favoritos con características como la imagen, la cooperación, el cuidado de los demás y las buenas relaciones sociales; mientras que los niños mencionan que lo que mas les gusta de sus personajes favoritos es que son héroes, tienen el poder de

transformarse, pelear, salvar el mundo de los malos. “Estas percepciones plantean un mundo donde los hombres no se ocupan de lo cotidiano, lo doméstico y las mujeres no se encargan de lo “importante”, lo público” (Rojas & Vargas, 2008, p. 37). También se encontró que los niños no reconocen emociones asociadas con los personajes femeninos en sus programas favoritos, que de hecho son casi inexistentes, tanto para las niñas como para los niños el personaje masculino es quien tiene la potestad de impartir castigo. Este estudio mostró que existen fuertes actitudes sexistas en niños y niñas.

Los antecedentes mencionados llevan a plantear los siguientes objetivos de investigación.

Objetivos de la Investigación.

General.

Realizar un análisis con perspectiva de género de la producción animada en televisión infantil en Colombia con el fin de determinar las tendencias en este campo del conocimiento y sugerir pautas para la realización y producción de series animadas con énfasis en género.

Específicos.

- Explorar, con perspectiva de género, los antecedentes de la animación infantil en el país, con el fin de conocer las tendencias predominantes en este campo.
- .
- Analizar desde la perspectiva de género, los temas abordados, el público objetivo, de los productos de TV animada infantil 2000 – 2008 en Colombia con el fin de conocer las tendencias en términos de género de dichos productos.

- Proponer pautas para la realización y producción de futuras series animadas de televisión infantil, de acuerdo con los resultados de esta investigación.

Diseño Metodológico.

Para lograr los objetivos propuestos, se realizó un estudio con enfoque interpretativo, utilizando instrumentos de recolección de información de corte cualitativo. Se escoge este enfoque ya que permite la comprensión de las tendencias de la producción de TV infantil animada, con base en las categorías seleccionadas desde la perspectiva de género. La investigación utilizó la metodología de análisis de contenido.

Participantes:

En la primera fase participaron tres personas, las cuales fueron seleccionadas de manera intencional con base en los siguientes criterios:

- Experiencia en la producción y realización de TV animada infantil.
- Participación de personas de ambos sexos.
- Información sobre la historia de la TV animada en Colombia.

Las personas entrevistadas fueron: Gustavo Raad, realizador de la serie animada *El Libro De Sofía*, Maritza Sánchez, codirectora del programa infantil *KIKIRIKI El Notizin* y Ma. Paulina Ponce realizadora de cortometrajes animados como *Llego La Hora* y *Remedios*.

En la segunda fase se seleccionaron un grupo de series animadas infantiles emitidas entre los años 2000 - 2008. Las series seleccionadas son: *Wanana* (2001), *Betty toons* (2002), *El Libro de Sofía* (2004), *El Profesor Súper O* (2007), esta última fue escogida ya que a pesar de que se emite a un público familiar, se consideró que por su naturaleza de dibujo animado, su emisión durante la pauta

comercial de Canal 13 y su misión pedagógica podía ser incluida en el análisis.

En la tercera fase y con base en los resultados de las dos anteriores se propondrá un decálogo de recomendaciones sobre la producción de TV animada infantil con perspectiva de género.

Fases de la Investigación:

Fases	
Fase Heurística	Objetivo
	Explorar, con perspectiva de género, los antecedentes de la animación infantil en el país con el fin de conocer las tendencias predominantes en este campo.
Fase Hermenéutica	Analizar desde la perspectiva de género, los temas abordados, el público objetivo y la realización animada infantil en Colombia con el fin de conocer las tendencias en términos de género de dichos productos.
Análisis Final	Proponer pautas para la realización y producción de futuras series animadas de televisión infantil con este énfasis, de acuerdo con los resultados de esta investigación.

Instrumentos.

Para obtener la información sobre los objetivos propuestos se utilizaron los siguientes instrumentos:

Primera fase:

a) Revisión documental.

Se consultó el capítulo de *Breve Historia Del Dibujo Animado En Colombia* (2003), un documento que hasta donde conoce el autor del presente trabajo, es el único que contiene información sobre los antecedentes de la animación en el país y el cual da un panorama sobre esta industria, su evolución y sus principales falencias y características. Dicho documento se encuentra en la pagina Web del estudio de animación Fusionarte (fusionarte.net, 2003)

La revisión documental de series, animaciones o proyectos que aborden el tema de perspectiva de género, comenzó con la muestra audiovisual de *LOOP 2008 Festival Latinoamericano de Animación y Videojuegos*, uno de los encuentros de animación más importantes llevado a cabo en Colombia en los últimos años, y cuya ultima versión se dio lugar en la ciudad de Bogotá entre el 15 y 30 de agosto de 2008, brindando un espacio para mostrar las nuevas producciones de estudios de animación como Animex y Ánima Estudios de México, Encuadre y Patagonik Film Group de Argentina, Cineanimadores de Chile y el Tsuda Collage de Japón, junto con talleres y conferencias sobre las nuevas tecnologías en animación y el crecimiento de la producción en nuestro país, en este ultimo aspecto, productoras como IMPALA, Fun-t-bone, Conexión Creativa, Tinnit producciones Ltda o Pánico Estudios entre otros, mostraron su trabajo creativo y hablaron sobre los procesos de animación con técnicas mixtas, ilustración y creación de guiones para estas producciones. (Loop.la, 2008, festival, sección seminarios).

b) Entrevistas.

Se diseñó y validó una entrevista semiestructurada con el fin de obtener información sobre la historia de la producción animada infantil desde la perspectiva de género (autores, temas, público objetivo, formatos, estereotipos)

Se realizaron tres entrevistas, con cada uno de las personas seleccionadas ya mencionadas anteriormente. Las siguientes son las preguntas que se incluyeron en el formato de la entrevista:

1. ¿Qué realizadores han sido importantes en la historia de la televisión animada en Colombia?
2. ¿Cuáles son algunos de los más importantes realizadores de televisión animada infantil, actualmente en Colombia?
3. ¿Cuáles han sido los temas más comunes abordados en las producciones de televisión animada en Colombia?
4. ¿Cuáles han sido los personajes más recordados de la televisión animada infantil? ¿A qué factores atribuye dicha recordación?
5. ¿Cuáles han sido los públicos preferidos por los realizadores de televisión animada en Colombia?
6. ¿Cuáles han sido los formatos más comunes utilizados en las producciones de televisión animada en Colombia?
7. ¿Cómo ha sido abordada la situación de los niños y las niñas en las producciones hechas en nuestro país?
8. ¿Qué opina del sexismo mostrado en la mayor parte de las series animadas dirigidas al público infantil?
9. ¿Conoce experiencias en Colombia, de series de televisión animada infantil que hayan sido realizadas con perspectiva de género?
10. ¿Ha trabajado alguna de sus producciones teniendo en cuenta la perspectiva de género?
11. ¿Cuál considera usted, es el mayor reto que enfrenta un realizador para hacer una producción animada con perspectiva de género en Colombia?

12. ¿Le interesaría participar en un proyecto de animación infantil con perspectiva de género?

c) Matriz de análisis A.

Adicionalmente, se construyó una Matriz de análisis para organizar y analizar la información de las piezas animadas emitidas por televisión desde los años 40 hasta finales de los 90. Se utilizaron las siguientes categorías de análisis: Periodo cronológico (De 1941 a 1950, de 1951 a 1960, etc.) Autor (Sexo), Producto, Contenidos, y sexo de los protagonistas (ver anexo 1).

Segunda fase.

a) Matriz de análisis B.

Se diseñó y utilizó una segunda matriz de análisis con el objetivo de encontrar tendencias en cuanto la construcción de los personajes de las producciones animadas infantiles transmitidas desde el año 2000 hasta el 2008. Las categorías fueron construidas a partir de tres elementos: a) los resultados de investigaciones previas (Vargas, Rojas & Balanza, 2008; Herche, 2008); b) los elementos que componen la definición de perspectiva de género; d) el libro, *Cómo Educar En Valores, Materiales, Textos, Recursos, Técnicas* (Carreras, Eijo, Estabany, Gómez, Guich, Mir, Ojeda, Plamas & Serrats, 1997)

Se utilizaron las siguientes categorías: (Ver anexo 2): Características físicas, psicológicas, sociales, valores/antivalores y otras características.

De las características físicas se analizaron las siguientes subcategorías: Talla, (baja, media, alta), contextura (delgado, promedio, obeso), color de piel (negra, mestiza, amarillo, blanca, otra), edad promedio (niño, joven, adulto, adulto mayor) y sexo (mujer y hombre)

De las características psicológicas se analizaron: Carácter (dominante, asertivo, pasivo); emocionales: (alegre, triste, iracundo, tranquilo, amoroso, miedoso, Espontáneo, otro) intelectuales (bajo, promedio, alto)

De las características sociales: agresivo, conciliador, líder en lo público, líder en lo doméstico, seguidor, solidario, introvertido, extrovertido, otro)

Valores y antivalores: Honesto/deshonesto, bueno/malo, sincero/mentiroso, respetuoso/ irrespetuoso, justo/ injusto, pacífico/violento, solidario/egoísta, inocente/ pícaro, creativo/ destructivo, otro.

Otras características: profesión u oficio, grupos a los que pertenece y principales responsabilidades.

Tercera fase.

a) Propuesta.

Teniendo como base los resultados encontrados en el presente estudio y los principios conocidos como *Los Diez Mandamientos De calidad En Televisión Infantil* (Meirelles, 2005, sección de ¿Cómo fue hecha la investigación cualitativa y cuáles son los resultados?) Recopilados por la ONG Mediativa, a partir de los resultados del estudio de Ana Helena Meirelles (Brasil, 2005) directora general de *Multifocus*, se elaboraron las principales sugerencias que se consideran indispensables para toda persona interesada en la realización de TV infantil animada con perspectiva de género y las cuales son descritas en la sección de resultados.

Los Diez Mandamientos Decalidad En Televisión Infantil

- 1. Confirmar valores:** transmitir conceptos como familia, respeto al prójimo, solidaridad, conceptos fundamentales de vida, valores éticos, morales, etc.

2. **Despertar el sentido crítico:** hacer que los niños y jóvenes reflexionen, no sean audiencia pasiva, piensen sobre lo que están viendo, y que la televisión consiga transmitir los dos lados de una cuestión para que incite el pensar, no solamente el ver.
3. **Generar curiosidad:** más que transmitir una información, la misión de la televisión sería despertar el placer por el saber. Mostrar caminos, mostrar diferentes opciones de vida, de cultura, para que los niños por sí mismos absorban esta información.
4. **Generar identificación:** que los programas muestren dudas y situaciones próximas a la infancia y adolescencia. A través de la investigación notamos que para los padres y madres es muy importante conocer un poco más de la generación de sus hijos a través de la televisión: entender cuáles son sus dudas, cómo se traducen esas dudas en situaciones generales del día a día. Además, para que los niños y niñas miren televisión con más interés, las situaciones deben ser próximas a su edad, solamente asuntos de adultos.
5. **Estimular la autoestima:** esto aparece con mucha fuerza en Brasil, especialmente por el hecho de que la programación mostrada en la televisión, muchas veces refleja cierto preconcepto, prejuicio, estereotipos, etc. Entonces una de las preocupaciones de los padres era que cuando la televisión actúa así, esto genera una baja autoestima en los niños porque no se ven privilegiados, no se sienten integrados en los programas, en las situaciones o en la sociedad, se sienten fuera, excluidos.
6. **Mostrar la realidad:** presentar la vida como es; los padres consideran importante especialmente hacer énfasis en que todas las acciones que se realicen traen consecuencias, que no todo se resuelve como en una telenovela.
7. **No ser vulgar:** no tratar la sexualidad y la agresividad de una manera banal y también no incentivar el consumismo. En este caso los padres colocaron en el mismo nivel el consumismo, la banalización de la sexualidad y la agresividad, es decir, todas las formas de transformar una programación en algo muy vulgar.

- 8. Preparar para la vida:** proponer temas importantes para la futura vida profesional y social de los niños. Básicamente, crearles interés mostrándoles diferentes alternativas de vida, de futuro, de profesiones, de actividades que pueden hacer, abriendo un poco los horizontes de los niños hacia el mundo y hacia las diferentes ocupaciones y situaciones de vida. Que la televisión destaque que no existe un sólo camino o alternativa de éxito profesional o de vida.
- 9. Ser atractiva:** es un valor importante obviamente, porque si no es atractiva, no tiene ningún valor para los niños; en este sentido, la idea es aprovechar recursos como la música, competencias, acciones, el humor, utilizar el lenguaje de los jóvenes, en fin, tener todas las características que tornan un programa atrayente para los niños.
- 10. Tener fantasía:** este uno de los valores más importantes para los niños más pequeños. Estimular los juegos, la fantasía y principalmente mantener los sueños, que es un aspecto muy importante de la niñez y que a veces no es tan privilegiado en la programación. Darles a los niños la oportunidad de soñar, de imaginar, de crear cosas a partir de lo que ven.

A partir de estos principios buscamos crear unas pautas claves para la realización de futuras series animadas infantiles donde se garantice la perspectiva de género.

Cronograma.

Para desarrollar las tres fases de la investigación se han dividido por etapas trimestrales durante los tres años que lleva esta investigación.

FASES / ACTIVIDADES	2007		2008				2009		
	Julio- septiembre	Octubre- Diciembre	Enero- marzo	Abril- Junio	Julio- septiembre	Octubre- Diciembre	Enero- marzo	Abril- Junio	Julio- septiembre
Fase Heurística	X	X	X	X					
Fase Hermenéutica					X	X	X	X	
Análisis Final									X

Resultados.

Primera Fase.

Revisión Documental.

La revisión de las bases de datos consultadas (Casares,2006; Götz, 2008; Hendrick, Hudak y Spicher, 1997; Herche, 2008; Montemorro, 2007; Von Rebeur ,2007) y el material audiovisual de la página *loop.la*, el portal oficial de *LOOP Festival*, así como la revisión de la información bibliográfica disponible sobre la producción animada en Colombia (fusionarte.net,2003) muestran que no existe información que analice la producción de TV animada infantil en Colombia, desde la perspectiva de género.

La mayoría de los estudios sobre género y animación encontrados, asumen una

postura crítica frente al machismo que es reflejado en los temas y los personajes tratados en dichas producciones (Hendrick, Hudak y Spicher, 1997; Casares,2006) Algunos analizan los estereotipos femeninos que se manejan hoy en día y sus potenciales efectos (Montemorro, 2007; Von Rebeur ,2007; Götz, 2008; Herche, 2008;) sin embargo dichos estudios se centran en TV animada infantil producida fuera de Colombia y emitida generalmente en canales por suscripción; todos estos estudios han sido valiosos para evidenciar la inequidad, exclusión y diferencias que se plantean en los mensajes, implícitos y explícitos en los contenidos de las producciones animadas, también , han sido un insumo para tener en cuenta en la investigación sobre los efectos de la TV sobre las audiencias. Sin embargo, los estudios sobre género y animación infantil no se han centrado aún en el nivel de producción.

La consulta documental permite concluir que la historia de la producción animada infantil en Colombia, carece de un análisis desde la perspectiva de género que permita visibilizar el aporte de hombres y mujeres, las tendencias y las características de género de dichas producciones.

Con respecto a la consulta realizada a través del sitio Web de LOOP 2008, se destaca que:

a) Se brindó la oportunidad al espectador de apreciar lo último de la producción en animación colombiana; esta vasta recopilación muestra 75 obras aproximadamente que van desde 1998 hasta el 2007, realizadas de manera independiente en diferentes técnicas de animación (flash, 3D, stop motion, etc.) muchas de ellas como trabajo de grado para carreras como Comunicación Social y Artes Graficas.

b) Los géneros de estas animaciones son muy variados, hay comedia, acción, drama, animaciones de tipo histórico-documental, cortos experimentales y video clips.

- c) Las historias son dirigidas fundamentalmente a público adolescente y adulto.
- d) Algunas tratan explícitamente temas relacionados con los imaginarios acerca de los hombres y las mujeres, quince son colombianas y una es de origen italiano, la historia de Laura Guandalini, Ernesto Mandara y Chiara Porri titulada *Rampicante*.

La historia italiana muestra es un macabro cuento sobre un matrimonio disfuncional donde un hombre no perdona a su mujer por haber maltratado a su planta favorita y decide hacerla pagar por su falta, sin embargo su esposa toma venganza desde el “más allá” utilizando la planta que tanto amaba su marido para hacerlo pagar por tan excesivo castigo. A pesar de lo cruel que puede sonar esta historia, es un típico ejemplo de cómo se representa la violencia del hombre frente a su pareja, con sus actos de imposición de fuerza y autoridad en el hogar; sin embargo, este relato rescata valores como el amor y la justicia (aunque sea de una forma muy sombría) proponiendo a la mujer como un ser que en apariencia es débil y frágil pero que alberga un gran poder y puede hacerle frente a su contraparte y vencer.

Los aspectos que tratan cada una de las historias colombianas, van desde el reconocimiento de la mujer en una sociedad como un ser que se destaca por su naturaleza femenina y única (casi icónica) el cual impone normas estéticas para la mujer, como en el caso de animaciones como *American Lady* (2006) de Jesús Camilo Barros y Hugo Rivera, o *Luff Dufp* (2002) de Yenny Santamaria e Ingrid Ruiz, hasta la mujer vista en un papel trascendental en la sociedad y la religión de los pueblos como por ejemplo Bachué y su influencia en la cultura Chibcha, como se narra en *Tres Historias Para La Creación* (2002) de Rodrigo Gomes Claros; otras animaciones derrumbaban los paradigmas existentes sobre la femineidad y desdibujan los estereotipos de niña, ama de casa o madre como en el caso de *La Capucha Roja* (2001) de Juan Pablo Marín, *Dadiva* (2004) de Carlos Palacios, y *Sonar* (2004), un video clip para la banda *Tropical Esmeralda* también elaborado por Palacios.

La imagen de un hombre decidido a cambiar su apariencia física para elevar su

autoestima y lograr reconocimiento del sexo opuesto, es la idea que plasmó Carlos Flete en su animación titulada "*Impecable*" (2007) una producción que no sólo resaltaba el fenómeno de la vanidad masculina, sino que a través de sus personajes destacaba aquellos rasgos físicos y aptitudes que son tan comunes en hombres y mujeres, y que nos dicen de dónde son, cuál es su etnia, su estrato social y hasta su estilo de vida.

e) Generalmente, se encuentra que el sexo de los protagonistas de estas historias animadas es el mismo de su autor; resaltan no sólo experiencias vividas sino también son manifestaciones de las diferentes perspectivas de lo que es la femineidad o la masculinidad desde la imagen. *Harán Arambula* (2005) de Lina Pérez y *Frontera* de Carlos Palacios, eran dos buenos ejemplos de esta tendencia ya que mientras la obra de Pérez mostraba una historia fantástica protagonizada por una mujer, donde se ve un estilo propio tanto de narración como de diseño, la de Palacios, definía rasgos propios de un personaje masculino junto con actitudes y aptitudes atribuidas al rol de héroe o guerrero, que lo hacen resaltar de los demás personajes, parámetros muy trillados en el campo de los dibujos animados, sin embargo ambas son la representación de sentimientos, experiencias, visiones y deseos de cada uno de los autores.

Otros animadores optaron por concentrar sus esfuerzos más en las historias que en la apariencia de quienes las van a interpretar, aunque el sexo de los protagonistas no parece relevante en algunas historias como la de Oscar Darío Rodríguez y su animación *Cachonfly* (2006), Sergio Ramírez y su corto *Piedras Negras* (2001) (quizás la única animación que realmente se le puede encasillar en la categoría infantil), y la de Ian Nicolás Arias con su video clip *Bogotisco* (2001) cuyos personajes son animales o seres "asexuados" los cuales no poseen rasgos tan característicos de hombres o mujeres y esto hace que el espectador sólo pudiera distinguir su género a través de pronombres personales como "él" o "ella" previamente asignados.

Entrevistas.

Los resultados de las entrevistas se presentan teniendo en cuenta las respuestas de cada entrevistado a cada una de las preguntas realizadas.

¿Qué realizadores han sido importantes en la historia de la televisión animada en Colombia?

Gustavo Raad. Bueno, hablando de historia de la animación es importante recordar a Nelson Ramírez como uno de los pioneros en la animación adicional en Colombia, pero él solo se dedicó a la realización de comerciales, después en los noventa surge conexión creativa con el siguiente programa.

Maritza Sánchez. No conoce

Ma. Paulina Ponce. N/S N/R.

¿Cuáles son algunos de los más importantes realizadores de televisión animada infantil, actualmente en Colombia?

Gustavo Raad. Actualmente existen varios productores, algunos trabajando para el mercado nacional, y otros hacia el exterior, en Bogotá *Exite Tinnit Producciones*, de Fernando Riaño, que están estrenando una serie infantil, *Los Pepas*, donde mezclan varias técnicas de animación, también esta conexión creativa o fusionarte, de los hermanos Zajec, que han realizado series como la tele y *Betty toons*, también está en Cali *Toonka*, que realiza animaciones varias para el extranjero, inclusive comenzaron a desarrollar su propio software de animación.

Maritza Sánchez. No conoce.

Ma. Paulina Ponce. ¡El otro día me dijeron que yo era una de las pioneras de la animación y me sentí viejísima!

¿Cuáles han sido los temas más comunes abordados en las producciones de televisión animada en Colombia?

Gustavo Raad. Son diversos, dirigidos a diferentes públicos. se realizaban proyectos independientes sin llevar una línea definida de contenidos y formato, es por eso que vemos a Bettytoon y el siguiente programa, realizados por la misma empresa. En la actualidad se están haciendo esfuerzos para impulsar la televisión infantil, lo cual podría generar una tendencia, pero solo de contenidos, pues en animación, creo que aun no se podría hablar de un estilo común.

Maritza Sánchez. N/S N/R.

Ma. Paulina Ponce. N/S N/R.

¿Cuáles han sido los personajes más recordados de la televisión animada infantil? ¿A qué factores atribuye dicha recordación?

Gustavo Raad. Creo que por difusión, los que aparecían en los comerciales, como los cuales crecimos, yo siempre me acordare de *Carieton* por ejemplo, pero existen muchos otras, pero más moderno, seria *Betty toons*, pues salió por *Cartoon Network*, lo cual ayudo a posicionarse en la audiencia infantil.

Maritza Sánchez. No recuerdo ninguno.

Ma. Paulina Ponce. N/S N/R.

¿Cuáles han sido los públicos preferidos por los realizadores de televisión animada en Colombia?

Gustavo Raad. Como te decía, al no haber una política de contenidos, los resultados han sido diversos. Inclusive dentro de los llamados programas infantiles, hay variedad de públicos, *Betty toon* va dirigida a un público adolescente de 11 en adelante, y el libro de Sofía va dirigido a públicos de 5 en adelante, en la actualidad se pretende impulsar la televisión de primera infancia, de niños y niñas menores de 5 años. Así que aun la técnica de la animación no tiene un nicho específico, pero podríamos decir que tiene un fuerte impacto en el público infantil.

Maritza Sánchez. Yo creo que está muy dirigido a niños entre los 7 y 9 años, aquí no hay producción para adolescentes, prácticamente no hay, los jóvenes están como “condenados” a ver “novelones” mexicanos para niños – que hay muchos- y ese tipo de producción como el repoterito, el que va y hace, y no sé qué...falta como más creatividad en cuanto a la producción para los niños y las niñas. Yo creo que aquí todo va dirigido a los niños entre los 7 y 9 años.

Ma. Paulina Ponce. Yo ahí tengo un problema, porque la gente cree que la animación es para niños lo que yo hago le gusta a los jóvenes, a los adultos “niños”, a los adultos que sean capaces de ver animación, que son ya casi todos, porque la generación de “viejos” no era capaz de ver, pero sí, es más de adultos, porque en medio de la sencillez se abordan temas muy profundos.

¿Cuáles han sido los formatos más comunes utilizados en las producciones de televisión animada en Colombia?

Gustavo Raad. Series, experimentales, cortometrajes.

Maritza Sánchez. Series, experimentales, cortometrajes.

Ma. Paulina Ponce. Películas, cortometrajes.

¿Cómo ha sido abordada la situación de los niños y las niñas en las producciones hechas en nuestro país?

Gustavo Raad. Hasta el momento se han mostrado situaciones idealizadas de la infancia, porque creo que el género de la animación es lo que mejor hace, recrear situaciones fabulosas y fantásticas.

Maritza Sánchez. Aun está muy presente el cliché de la niña “rosadita y tierna”.

Ma. Paulina Ponce. N/S N/R

¿Qué opina del sexismo mostrado en la mayor parte de las series animadas dirigidas al público infantil?

Gustavo Raad. Creo que el sexismo se ve muy marcado en la televisión infantil comercial, pues cada serie busca entrar en un nicho de edades y sexos. esto puede ser manejado de manera responsable, pues esta división de sexos forma parte de el desarrollo del niño, pero de esto a llegar a el enfrentamiento o a la discriminación de algunos de los dos, sería una situación muy delicada.

Maritza Sánchez. Esto no es una cosa novedosa, hay mucha investigación al respecto mundialmente, y hay mucha gente trabajando y produciendo televisión

infantil con unas bases claras acerca del rol de género, entonces yo creo que lo que hace falta es como tomar en cuenta eso a la hora de diseñar, creo que sí, demasiado rol de la niña “cula” ¡perdón!... “Rosadita y cute” que no aporta nada, que no genera identificación, y en series donde el personaje masculino ocupa el papel principal pues destaca más y la mujer pasa a un segundo plano... Y no es que los personajes masculinos siempre ocupen el papel principal, lo que pasa es que los productores acá en Colombia no sabemos escribir personajes femeninos porque crecimos viendo televisión masculina, ósea lo que nosotros hemos visto es que los personajes divertidos son hombres, en las series más chistosas son todos hombres porque cuando la televisión empezó, y bueno históricamente la mujer no podía “exhibirse” tanto en todas sus posibilidades. Entonces la gente que están escribiendo para niños ahora no están preparadas para escribir personajes femeninos.

Lo otro es que inconscientemente los guionistas y libretistas escriben en masculino, eso es una incapacidad de quien escribe.

Ma. Paulina Ponce. Pues cuando la película es de “héroes” generalmente el héroe es masculino, pero el papel de que la mujer era solamente la princesa y la novia de “el dueño de la película” no es así, ya las mujeres tienen papeles protagónicos, tienen fuerza, son capaces de asumir responsabilidades grandes sin perder su femineidad, su delicadeza, su ternura, su parte protectora, maternal.

¿Conoce experiencias en Colombia, de series de televisión animada infantil que hayan sido realizadas con perspectiva de género?

Gustavo Raad. No. En el momento se realizan producciones muy tradicionales, tratando de abarcar el público infantil general, pero espero que comencemos a diversificar los contenidos, lo cual nos llevara a recurrir a diferentes elementos y

técnicas, a diferenciar más específicamente el público al que nos dirigimos.

Maritza Sánchez. No.

Ma. Paulina Ponce. No.

¿Ha trabajado alguna de sus producciones teniendo en cuenta la perspectiva de género?

Gustavo Raad. No, me gusta trabajar en general, a demás, debido a los contenidos que trabajo, no he tenido la necesidad. Solo en una serie que realice, resultado de una tesis doctoral de sicología en pre-adolescencia, pero sólo para trabajo en aula y con contenido psicológico, se realizo con perspectiva de género, pero solo con fines terapéuticos.

Maritza Sánchez. Los programas que nosotros tenemos que son *KIKIRIKI* y “el show nuevo” construimos unos personajes pensando en esa base, puede ser, y algunas veces pasa en *KIKIRIKI* que hay algunos personajes masculinos que tomaron mucha ventaja, pero eso no quiere decir que nosotros no seamos conscientes de eso y que no estemos cambiando la cosa; en general pasa, porque no hay mujeres titiriteras en Colombia, entonces los titiriteros hombres que cogieron fuerza ahí resultaron con la voz también y eso hace que el personaje se construya de una manera más fuerte.

Los femeninos han quedado un poco más disgregados precisamente porque falta que el trabajo en sí de producción sea más equitativo, que hayan más mujeres en esto y un poquito menos de hombres....En “la serie nueva” esto es totalmente al revés, el personaje femenino es el divertido, el personaje que “mete la pata” es el femenino, entonces es darle la vuelta a eso.

Ma. Paulina Ponce. Todas las películas que yo he hecho son “anecdóticas” cosas

que tiene que ver con mi vida...generalmente el personaje es una mujer yo me siento más capaz para representar, de saber cómo son los sentimientos de una mujeres que los de los hombres, como que cosas definitivamente una mujer no haría, mientras que ponerme a inventarme una historia de un hombre, nunca se me ha ocurrido.

¿Cuál considera usted, es el mayor reto que enfrenta un realizador para hacer una producción animada con perspectiva de género en Colombia?

Gustavo Raad. Dos cosas principalmente, presupuesto y capacitación. La verdad es que uno tiene recurrir a mucho ingenio, para que esto no afecte el producto final, y de lo otro, poco a poco, dada la demanda del mercado, se irán creando escuelas y carreras, inclusive los andes ya posee una especialización en animación.

Maritza Sánchez. Presupuesto.

Ma. Paulina Ponce. Yo creo que si es una serie dirigida para niños sería muy útil, y que si se puede hacer y que los niños de hoy en día tiene mucho menos diferencias en cuanto a que las niñas y los niños van juntos a los mismos colegios por ejemplo, ya no es tan común los colegios sólo para hombres y los que son exclusivamente para niñas...ven las mismas cosas, obviamente a los hombres les gusta un tipo de cosas distintas a la de las mujeres, eso es una cosa “genética” que no va a cambiar y no tiene porque cambiar, sin embargo las niñas participan de las actividades de los niños por igual y los niños en las cosas de las mujeres, por ejemplo, las niñas ahora saben jugar “Play Station”.

¿Le interesaría participar en un proyecto de animación infantil con perspectiva de género?

Gustavo Raad. Claro que sí, siempre y cuando se utilice basado en un desarrollo creativo y de contenidos que justifique de manera muy clara su utilización.

Maritza Sánchez. No, porque tengo una concepción bastante clara sobre eso, a mí nunca me interesaría producir una serie donde “¡Ay! ¡Eres niña y estás jugando fútbol!...!oh que gran cosa!” ¡No!, porque eso tiene que desaparecer... Si tú te pones a mirar un programa alemán, un programa holandés, un programa de televisión producido afuera eso no existe, todos somos iguales y en la cabeza del niño y la niña no le están metiendo “basura” al decirle “¡Ay es que somos diferentes ven deja participar a las niñas!” ¡Eso no existe! Porque lo natural es que seamos iguales y a partir de esa igualdad que es lo que tiene el escritor en su cabeza se generan otras ideas. Eso debería estar entre lo básico, no es un tema para tratar en una serie, es la base sobre la cual se desarrolla una serie.

Ma. Paulina Ponce. Si eso me llegara a pasar, que no creo que me pase, yo podría a asesorar en algunas cosas, pero a mí no me interesa entrar a trabajar en una serie porque mi trabajo es como “de joyería” yo me demoro mucho, a mi me gusta hacer las cosas una por una...Por otro lado me parece que lo más importante es el tema, y que en la manera como se trabaje vaya incluido que una de las bases de lo que se vaya a hacer sea tener en cuenta y resaltar la equidad de género, pero eso no es “la película” si no la historia que van a contar, porque si no sería “jartísima” sería como un documental...ahorita me estaba acordando de una cosa y es que *La pequeña Lulu* , que es una cosa muy antigua, tiene cosas interesantes sobre la equidad de género, porque Lulu es una niña independiente y fascinante para todos los demás, niños y niñas; y ella quiere participar de los juegos de su amigo *Toby*, y *Toby* no la deja porque él tiene el club de niños únicamente, pero eso es una cosa que pasa en una edad del

desarrollo humano, hay una edad en la que usted le dice a un niño que invite a una niña a la casa y no la invita ni loco “¡No yo quiero jugar con los niños!”, y es como una reafirmación de su propio género y que estas cosas son de niños y no de niñas.

Matriz de Análisis A.

A través del análisis de cada una de las categorías exploradas de las producciones de TV animada emitidas antes del año 2000, se encontraron los siguientes resultados:

Periodo Cronológico:

- a) Desde los años 70's hasta el final de los 90's los dibujos animados tuvieron una demanda de tipo comercial como herramientas publicitarias, sin embargo, su aparición en TV fue simultanea con el desarrollo de la misma TV, ya que desde su aparición en Colombia, la animación se masifico mucho. En este periodo no existen producciones referenciadas de TV animada infantil.

Autor.

- b) Los trabajos de Nelson Ramírez fueron los más sobresalientes y demandados por la industria televisiva.
- c) La indagación de esta categoría muestra que el desarrollo de la industria de los dibujos animados para TV en Colombia, desde su aparición y hasta finales del siglo XX contó básicamente con realizadores hombres. No se encuentran referencias sobre mujeres realizadoras durante este periodo.

Producto.

- d) La mayor parte de las producciones hasta 1997 son comerciales publicitarios. A excepción de la serie *El siguiente programa* y la sección *Huracán el mensajero*, A partir de este trabajo, empezaron a surgir proyectos de seriales animados para TV (*Blanca y pura*, *La invencible*

mujer piraña, súpercriollo) pero hasta el 2001 comienzan a aparecer series de dibujos animados pensados para un público infantil.

Contenido.

- f) La animación ha servido como elemento para recrear situaciones fantásticas e irreales, incluso se le dan características humanas a elementos inanimados y animales; pero también sirvió como una manera de expresión tanto artística como crítica, y hasta política en el país.

- g) *Huracán el mensajero* y *El siguiente programa* mostraban temáticas más complejas y proponían nuevos y mejores guiones para animación, porque eran pensadas como series de televisión, por lo tanto tuvieron más tiempo al aire, una linealidad entre capítulo y capítulo y la inclusión de nuevos personajes en el programa.

- h) En la revisión de la producción animada en Colombia se presentan estereotipos muy clásicos donde la mujer se muestra en el rol de madre y ama de casa, en otros como *Con mis GUDIZ soy feliz* (1987), *Minero COLMENA* se le muestra trabajando en entidades bancarias y como maestra de escuela.

- i) Solamente en dos producciones el hombre está presente en el hogar o con su familia en su rol de padre (*RENAULT 4 Amigo Fiel*, *Buenas Noches*) en el resto de casos está en actividades laborales o en medio de una aventura fantástica.

Protagonista (género).

- j) Hay una clara tendencia a darle protagonismo a personajes masculinos. En casos, como *Chitos*, *Capitán Colgate*, *Capitán Colgate*, *Buenas Noches* y *Margarita sabor sensacional* comparten dicho protagonismo con personajes femeninos.

Resultados Segunda Fase.

Matriz de Análisis B.

El estudio de la nueva producción de TV animada infantil, correspondiente al periodo 2000 - 2008, con base en las categorías descritas en la Matriz B, arrojó los siguientes resultados:

Público.

- a) Estas series van dirigidas a público infantil, a excepción del Profesor *Súper O*, la cual estaba pensada inicialmente para un público adulto pero ha tenido una buena acogida en los niños y las niñas.

Canal.

- b) Tres de estas series son de tipo educativo (El libro de Sofía, El profesor súper O y Wanana) y tuvieron amplia difusión por medio de canales regionales, frente a *Betty Toons* la cual fue emitida por un canal privado y fue de tipo comercial.

Autor.

- c) Solamente en una producción (*Betty Toons*) hay la intervención de realizadores de ambos sexos, aunque se evidencia interés y mayor presencia de las mujeres en este campo de la realización audiovisual, los hombres siguen mostrando mayor participación.

Contenido.

- d) Todas las historias son ficticias, plantean la existencia de villanos y superhéroes, viajes a través del tiempo y el espacio, utilizando transportes

“no convencionales” adelantados a nuestro tiempo o fantásticos, sin embargo las series *El libro de Sofía*, *El profesor Súper O* y *Wanana* no desconocen, sino que recalcan la importancia de descubrimientos científicos, avances tecnológicos y hechos históricos los cuales brindan el material para cada uno de sus capítulos.

Protagonista.

e) No hay una tendencia que se incline a protagonistas de un sexo en especial, mientras que en *El libro de Sofía* y *Betty Toons* la protagonista es una niña, en *El profesor Súper O* es un hombre adulto y en *Wanana* el personaje principal es un niño. En esta pequeña muestra no se encuentra ninguna mujer adulta como protagonista.

Características físicas.

Contextura.

f) Los personajes en edad adulta (30-40 años) presentan características físicas sancionadas socialmente, tales como la obesidad, ninguno tiene una contextura promedio. Los personajes que están entre los 4 y 13 años de edad, son presentados con características de peso y talla acordes a su edad.

Color de piel/ grupo étnico.

g) Sobresalen en número los personajes de piel blanca, sin embargo, aparecen en todas las producciones algunos personajes con diversidad de razas o etnias.

Edad promedio.

h) La mayoría de personajes oscilan entre los 4 y 13 años de edad lo que indica que estas historias emplean personajes con los que niños y niñas se puedan identificar, en escenarios cotidianos como la escuela, el hogar y el barrio entre otros.

- i) Personajes como *Súper k* o el profesor *Súper O* entran en un rango de edad entre 30 y 40 años, lo que los clasifica como personajes en edad adulta, sin embargo personajes como Daniel (*El libro de Sofía*) *Bogo* (*Wanana*) o *Jamilson* (*El profesor Súper O*) fueron clasificados en rangos de edad entre los 4 de 13 años, lo que demuestra la existencia de una intención por parte de los realizadores en iniciar procesos de identificación entre el público objetivo y los personajes.

Sexo.

- j) Al analizar la totalidad de personajes, se encontró una considerable participación de hombres superando a las mujeres dos a uno, por cada mujer hay dos personajes masculinos, en los casos específico de *El profesor Súper O* y *El libro de Sofía*, mientras que en *Wanana* no hay personaje femenino alguno.

Características psicológicas.

Carácter.

- k) Se encontró que predomina una representación de los personajes hombres con carácter dominante y asertivo, mientras que las mujeres se suelen representar como conciliadoras o pasivas. Tanto en el caso de las mujeres como en el de los hombres, estas características se asignan a personajes que ejercen alguna clase de liderazgo dentro del grupo.

Emoción.

- l) Tanto en los personajes masculinos como en los femeninos predomina entre las emociones la espontaneidad, se hace complejo y difícil definir su personalidad, en el caso del *Profesor Súper O* la ira se hace presente al igual que la alegría en el caso de *Daniel*.
- m) El miedo y la tranquilidad se encontraban presentes en personajes como *Bogo* y *Jamilson*, emociones que culturalmente se le asignaría con mayor

frecuencia a personajes femeninos como ocurre en series como *Betty Toons*.

Características sociales.

- n) Los protagonistas femeninos se representaban como líderes tanto públicos como domésticos, mientras que los protagonistas masculinos suelen representarse como líderes públicos, los personajes masculinos se caracterizan como extrovertidos o seguidores.

Intelecto.

- o) Tanto a los protagonistas femeninos como a los masculinos se les representan con un alto nivel de inteligencia, aunque se muestra la necesidad de solicitar ayuda a los demás en muchas ocasiones para resolver los problemas.

Valores.

- p) Los valores predominantes en los personajes son: honestidad, bondad y solidaridad.

Antivalores.

- q) En los tres casos donde hay personajes femeninos (*Betty toons*, *El libro de Sofía* y *El profesor Súper O*) estos destacan por mostrar menos antivalores, en comparación con sus contrapartes masculinas.
- r) Personajes como Waná (*Wanana*) y Sofía (*El libro de Sofía*) no promueven antivalores aparentes por su naturaleza de líderes positivos, “sabios” y responsables, lo que puede dificultar que los niños y niñas puedan hacer un reconocimiento de sus propias limitaciones; posiblemente esto se debe a que no son programas que cuenten con un espacio considerable en la pantalla (como si lo tienen muchas series animadas extranjeras) o porque no son historias con linealidad entre los capítulos lo que impide conocer a estos personajes más a fondo.

Otras características

Profesión u oficio

- s) Con excepción de Súper k, todos los demás adultos, trabajan en empleos como meseros o cocineros, mientras que los niños y niñas van al colegio a excepción de Bogo y Waná quienes son viajeros.
- t) Todos tienen responsabilidades o desarrollan actividades más allá de la escuela, el trabajo y el hogar, por ejemplo, ser superhéroe idiomático, agente secreto o viajero del tiempo.
- u) En su mayoría, los personajes desarrollan dichas actividades en compañía de personas del sexo opuesto.

Grupos a los que pertenece

- v) En series como *El profesor súper O* y *El libro de Sofía* existían vínculos familiares entre los personajes, ya sea de hermano y hermana, o de madre e hijo, sin embargo se destacan los vínculos de amistad.
- w) En *El profesor súper O* y *El libro de Sofía* se ve que el hombre tenía un papel de figura pública la cual representa y pretende dirigir el grupo.

Responsabilidades

- x) En todas las series hay un personaje el cual se caracteriza por velar por el bienestar de los demás en especial por sus amigos o familiares. En el caso de *El libro de Sofía*, *El profesor súper O* y *Betty toons* dicho personaje es de género femenino. Los personajes masculinos (Waná, El profesor súper o y Súper K) se caracterizan por ser defensores, enfrentar peligros, corregir errores e impartir orden y disciplina. Pero personajes como Sofía y la Sevichica se caracterizan por ayudar, cuidar, responder dudas y ser pacientes con los demás personajes.

Discusión.

Esta investigación ha tenido como finalidad, analizar con perspectiva de género la producción animada en televisión infantil en Colombia con el fin de determinar las tendencias en este campo del conocimiento y sugerir pautas para la realización y producción de series animadas con énfasis en género.

La consecución del objetivo involucró tres fases con sus objetivos específicos. En la primera fase se planteó como propósito explorar, con perspectiva de género, los antecedentes de la animación infantil en el país, con el fin de conocer las tendencias predominantes en este campo. A continuación se analizan los resultados de esta primera parte.

Lo de ayer.

La animación tiene una historia de larga trayectoria en el país, la cual data desde el año de 1930 y ha estado especialmente enfocada en el ámbito publicitario, dirigida especialmente al público institucional, adulto y joven, en contraste con el trabajo en animación infantil el cual es relativamente reciente y escaso, del cual sólo existen referencias desde el año de 1990. Nelson Ramírez sobresale como una de las personas más representativas en los inicios de la TV animada.

Los antecedentes muestran que sólo hasta la década de 1980 (Agudelo & Muñoz, 1981, Los tolimenses go wets) se tiene información de la existencia de mujeres trabajando en este campo dentro del país, es decir que las mujeres llevan apenas algo más de 20 años trabajando este formato para televisión, lo cual puede ser uno de los factores que ha influido en la creación de personajes especialmente masculinos y en el tipo de historias que se trabajaron durante estos años. Maritza Sánchez, va más allá y menciona que quienes producen para TV no saben escribir sobre personajes femeninos porque crecieron viendo protagonistas masculinos, ellos eran los interesantes de la historia, los que se divertían, podían

excederse y ganaban. Por esta razón de manera inconsciente se escribe en masculino, situación que se ha podido corroborar con productores, cuando se ha divulgado información sobre el tema de producción y género (Rojas, 2009)

Las primeras mujeres animadoras introdujeron la creación de historias donde los personajes femeninos jugaban un papel protagónico aunque con atributos tradicionalmente denominados femeninos. Algunos productos comerciales de finales de la década de los 80 empezaron a mostrar a la mujer en roles diferentes al doméstico, como trabajadora en un banco o maestra. Durante el mismo periodo y teniendo en cuenta la producción anterior sólo existen dos ejemplos donde al hombre se le muestra en el hogar pero únicamente en el rol de padre y nunca en roles domésticos.

Se evidencia un desconocimiento tanto de los antecedentes de la animación como de las mujeres pioneras en este campo, en los realizadores entrevistados. Esta situación es posible que sea el producto de la escasa divulgación que se ha hecho sobre la historia de la animación en Colombia y sus protagonistas. Este hecho implica la necesidad de socializar dicha información a las nuevas generaciones y al público en general, especialmente por parte de la academia y de las instituciones interesadas en la riqueza cultural del país. Con relación a la información actual, el realizador entrevistado mostró un mayor conocimiento de personas y empresas independientes de animación que las mujeres que participaron en el estudio.

Los entrevistados tampoco recuerdan con precisión productos animados dirigidos a la audiencia infantil, a excepción de un comercial y una serie actualmente emitida, no se recuerdan las producciones realizadas dirigidas al público infantil.

El presente siglo ha visto crecer la producción de animación, aunque aún la dirigida al público infantil sigue siendo escasa, se espera que crezca con el apoyo de organizaciones como la Comisión Nacional de Televisión, el Compromiso Nacional por una Televisión de Calidad, el Ministerio de Cultura y la producción

académica de las universidades, que vienen implementando cada vez más los desarrollos tecnológicos y creando los programas necesarios como Comunicación Social, Comunicación Gráfica, Artes Gráficas, Diseño, entre otros, los cuales garantizan una mayor formación en este tipo de trabajo.

Lo de hoy.

Con relación al segundo objetivo propuesto: analizar desde la perspectiva de género, los temas abordados, el público objetivo, y los personajes de los productos de TV animada infantil 2000 – 2008 en Colombia con el fin de conocer las tendencias en términos de género de dichos productos, se puede concluir lo siguiente:

Las personas entrevistadas coinciden en afirmar que no existe aun un nicho especial con relación al rango de edad, al cual van dirigida la mayor parte de las propuestas para TV infantil animada, hay algunas dirigidas a adolescentes, otras a niños entre 5 y 10 años y otros siguen trabajando para adultos. Gustavo Raad atribuye este hecho a la falta de una política de contenidos por parte del Estado y las empresas. También existe consenso en el sentido de que lo que más se ha producido para niños en animación son series, experimentales y cortometrajes. Es decir, quedan muchos formatos por fuera, que pueden explorarse y aprovecharse.

El trabajo desarrollado en los últimos años en la animación dirigida al público adulto y joven muestra avances en la construcción de personajes e historias con mayor diversidad de papeles y contextos en los cuales se representa a los personajes femeninos. Se incluyen heroínas de historias que rescatan tradiciones y narraciones indígenas y culturales, así como rasgos que rompen los roles domésticos tan frecuentemente asignados a las mujeres. En el caso de los personajes masculinos se observa la inclusión de atributos como la vanidad, la expresión de sentimientos o la necesidad de autoestima en algunas de las historias. Estos cambios conviven con producciones donde los personajes siguen representando los estereotipos tradicionales de feminidad y masculinidad.

Se encontró que los autores de las producciones suelen preferir personajes de su mismo sexo al definir el protagonista de su serie o cortometraje, lo cual permite sugerir que aún es difícil para la mayoría de estos creadores asumir como propio un papel protagónico a personajes del sexo contrario.

Seguramente como consecuencia de esta escasa producción para televisión infantil, los estudios sobre género en este campo han sido especialmente foráneos (Hendrick, Hudak & Spicher, 1997; Casares, 2006; Montemorro, 2007; Von Rebeur, 2007; Götz, 2008; Herche, 2008) y se han centrado en una crítica al modelo patriarcal machista, dejando evidenciar un sesgo hacia los estudios sobre el papel que juega la mujer en estas producciones. Dicho sesgo fue la reacción lógica al limitado protagonismo de las mujeres en esta series y a la asignación de atributos completamente estereotipados, rígidos y muy limitados, donde se presentaba a la mujer en roles esencialmente domésticos, y con un fuerte componente erótico, desconociendo la diversidad de características que podrían ser asignadas a las mujeres.

Es evidente el vacío que existe en torno al análisis de las masculinidades presentes en este tipo de producciones, sólo se tratan de manera muy tangencial mostrando que las figuras masculinas en las series animadas son mostradas frecuentemente como poderosas, fuertes, agresivas y capaces física e intelectualmente.

Adicionalmente, estos estudios se han centrado en el análisis de contenido y no han incluido la opinión de realizadores y productores, la cual es decisiva para empezar a trabajar de manera conjunta si se desea obtener algún impacto en producción que incluya la reflexión sobre el tema de género.

Al analizar cómo han sido representados los niños y las niñas en nuestras series de producción animada infantil, los realizadores entrevistados no destacan características diferenciales asignadas a los niños y las niñas, pero si afirman que

la animación se ha focalizado en mostrar la infancia como una época idealizada y en este mismo sentido, Maritza Sánchez considera que a las niñas se les sigue mostrando con el cliché de la ternura. Todos coinciden en afirmar tal como lo encontró Acosta (2008) en su investigación entrevistando a realizadores y expertos en TV diferentes, que no conocen experiencias de TV concretas realizadas con perspectiva de género.

Al analizar el tema del sexismo, resulta sorprendente como los realizadores parecen aprobar el sexismo e incluso considerarlo biológicamente natural y necesario. Consideran que se presenta con mayor frecuencia en la TV comercial que en la pública, lo cual no necesariamente es cierto y establecen una diferencia entre sexismo y discriminación pero no evidencian las relaciones entre ambos. Reconocen que si se ha dado mayor relevancia a los protagonistas masculinos pero que los femeninos han ganado en fuerza sin perder su *femineidad, su delicadeza, su ternura, su parte protectora, maternal... obviamente a los hombres les gusta un tipo de cosas distintas a la de las mujeres, eso es una cosa "genética" que no va a cambiar y no tiene porque cambiar* es decir se siguen asumiendo atributos como naturalmente propios del sexo femenino.

Ni la feminidad ni la masculinidad existen como esencias, son imaginarios sociales y culturalmente contruidos, cualidades como delicadeza, ternura o protección son características propias de hombres, mujeres, niños o niñas y no de un sexo en particular. A un niño le pueden gustar las mismas cosas que a una niña y no por ello deja de ser niño. Este tipo de respuestas muestra la necesidad de formar a los realizadores de TV en el tema, pues de lo contrario se seguirán mostrando como verdades lo que la investigación rigurosa ha demostrado por años es equivocado: Qué existen atributos esencialmente propios de un sexo. A excepción de aspectos genéticos, fisiológicos y anatómicos, se ha encontrado que básicamente la eyaculación (actualmente también cuestionada) la erección, la menstruación, el embarazo, el parto y la lactancia son las únicas diferencias incuestionables. No se encuentran diferencias de orden social, psicológico o cultural que puedan ser atribuidas a todas las mujeres o a todos los hombres

como propio de su sexo por *naturaleza*.

En frases como la siguiente: *....hay una edad en la que usted le dice a un niño que invite a una niña a la casa y no la invita ni loco “¡No, yo quiero jugar con los niños!”*, y *es como una reafirmación de su propio género y que estas cosas son de niños y no de niñas...*” se desconoce que estas diferencias han sido construidas durante siglos y son reforzadas por padres, educadores, medios de comunicación, profesionales de la salud, iglesia y la sociedad en su conjunto. De hecho su no cumplimiento es sancionado por pares, educadores y los mismos medios de comunicación. Esta situación hace prácticamente imposible que se reaccione de manera diferente. Estos resultados permiten deducir que existen fuertes estereotipos de género, en los realizadores de TV, quienes están de acuerdo con ideas generalizadas, rígidas e inmodificables que definen social o culturalmente a los hombres o a las mujeres por su sexo.

Al hablar de su realización en TV animada con perspectiva de género, se encuentra que existe dificultad para entender qué se quiere decir con trabajar una historia con perspectiva de género. Una persona menciona que no ha tenido necesidad de hacerlo, como si el género fuera una temática específica, realmente el género no debe ser el tema de la historia como coinciden todas las personas entrevistadas, y cómo se ha demostrado en la investigación (Vargas, Rojas, 2008) sin embargo el género atraviesa cualquier historia porque se trata de pensar cómo se construye el personaje, cómo se relaciona con otros, qué hace, en que contexto está, etc. También se habla de incluir las mujeres como si hablar de género fuera hablar únicamente de mujeres.

Surge de los párrafos precedentes la importancia y necesidad de capacitar a los realizadores en el tema del género y la TV, tal como lo menciona uno de los entrevistados. Resulta notorio la mayor claridad sobre el tema mostrada por una de las realizadoras en contraste con las otras dos personas: *No es un tema para tratar en una serie, es la base sobre la cual se desarrolla una serie.*

Los resultados del análisis realizada a la nueva producción de TV animada infantil, correspondiente al periodo 2000 - 2008, permite concluir que sigue siendo muy escasa la producción de TV animada dirigida al público infantil, lo que demuestra la poca importancia y significación que tiene para los realizadores, empresarios e inversionistas el tema de la infancia. Las producciones realizadas son preferentemente de carácter educativo, destacando hechos históricos, tecnológicos e idiomáticos, sólo una de las producciones es una historia basada en una telenovela para adultos de gran éxito internacional.

Los autores de las nuevas producciones son en su mayoría hombres, sin embargo no hay una tendencia clara respecto al sexo del protagonista, hay tanto niñas como niños y hombres. No se encuentra ningún protagonista de la tercera edad, con relación a este punto resulta muy ilustrativo el éxito de la película norteamericana *Up* (Docter & Peterson, 2009), la cual está dirigida a la población infantil, y tiene como protagonista a un anciano. Aunque se incluyen personajes con diversidad de razas o etnias, siguen predominando los personajes de tez blanca.

Se puede ubicar a los personajes de estas producciones en un rango amplio, entre los 4 y 13 años. Resulta evidente a falta de propuestas para el rango de edad entre los 0 y 6 años, así como para adolescentes.

Confirmando lo encontrado en estudios previos (Acosta, 2008; Vargas & Rojas, 2008;) se encontró que los personajes masculinos superan a los femeninos en una relación de dos a uno, por cada personaje femenino hay dos masculinos.

La caracterización de los protagonistas presenta las siguientes diferencias por sexo

Tabla No. 1 Caracterización de los personajes según el sexo.

Hombres/Niños	Mujeres/Niñas
Dominante	Conciliadoras
Asertivo	Pasivas
Espontáneos	Espontáneas
Extrovertidos	Alegres
Alegres	Angustiadas
Líderes públicos	Líderes públicas y domésticas
Honestos	Honestas
Bondadosos	Bondadosas
Solidarios	Solidarias
Estudiantes	Estudiantes
Mesero	Velan por el bienestar de los demás
Superhéroe idiomático	Ayudan y cuidan a los demás
Agente secreto	Responden dudas
Viajero del tiempo.	Son pacientes con los demás.
Defensores	
Enfrentan peligros,	
Corrigen errores	
Imparten el orden y la disciplina	

La caracterización descrita muestra las diferencias en términos de atributos que son asignadas a los personajes según su sexo. Sobresalen características de dominación, así como roles diversos en los personajes masculinos, mientras que los personajes femeninos sobresalen características de ayuda, cooperación y conciliación y siguen siendo fuertemente asociados al liderazgo doméstico el cual no aparece en los masculinos.

Aún predominan los personajes masculinos, y la caracterización que se hace de cada uno de los sexos muestra pocos avances que permitan romper paradigmas acerca de roles y estereotipos de género. Los roles de los personajes masculinos son más definidos y generalmente trascienden el ámbito estudiantil y doméstico, los de las niñas son más ambiguos y se circunscriben al área intelectual y doméstica. Los niños y las niñas tienen pocas opciones de verse representados de manera integral y diversa.

Lo que se está ofreciendo a los niños y niñas en términos de lo cual pueden reconocerse, esperar y desear (Barbero, 2008) según su sexo, es un tanto diferente a lo que Hendrick (1997) encontró en la década de los 70, ya no se muestra, por lo menos en la TV infantil, a los personajes femeninos como estúpidos, pero aún son sumisas y delicadas en su mayoría.

No contamos con heroínas propias, aunque nuestra cultura tiene mucha riqueza en este sentido. Por lo tanto, es posible que como en otras instancias de nuestra realidad, la falta de un mayor conocimiento de nuestra historia y culturas, sea una de las razones principales para que no dispongamos de referentes masculinos y femeninos que alimenten la creatividad de nuestros realizadores. Tampoco se incluyen dentro de los personajes secundarios niñas o mujeres en roles diferentes al esencialmente doméstico o académico, por ejemplo relacionadas con la creación de la tecnología, policías, astronautas, o competencias estrictamente físicas y de fuerza, por sólo nombrar algunos.

Los personajes masculinos no parecen muy diferentes de lo encontrado en los 70, (Hendrick, 1997) y en el presente siglo (Casares, 2007) siguen siendo predominantemente fuertes, divertidos, capaces y poderosos.

Es importante destacar que a diferencia de las investigaciones recientes (Casares, 2007) sino en la totalidad de personajes, si en el papel protagónico, la pequeña muestra que se analizó permite concluir que la producción colombiana de TV animada infantil emitida incluye tanto el liderazgo de las niñas como de los niños y no está tan centrada como la producción norteamericana en erotizar el cuerpo de las niñas, ni en tendencias estéticas que promueven la anorexia (Herche, 2008) como es el caso de producciones de *Barbie* y las *Bratz*, para nombrar solo dos ejemplos. Otra diferencia que se encuentra con respecto a la producción de animación extranjera es que aunque en muchas de ellas para el personaje femenino ya no es importante encontrar pareja, las producciones colombianas siguen haciendo énfasis en este tema.

Existen avances en la inclusión de personajes femeninos como protagonistas a la par que los masculinos, así como en la asignación de cualidades de liderazgo y capacidad intelectual a los personajes femeninos. Sin embargo, los resultados anteriores muestran un panorama desalentador acerca de la diversidad y pluralidad existente en las formas de ser de hombres y mujeres, niños y niñas presentadas a las audiencias infantiles. Teniendo en cuenta como lo ha mostrado investigación reciente (Götz, 2008) que la población infantil se apropia de las características de sus personajes preferidos, para imponerse en el juego, enfrentar a los pares o como reglas de comportamiento social, se concluye que lo ofrecido a los niños y niñas por la TV infantil animada plantea roles muy limitados para las niñas, refuerzo de estereotipos de género masculinos y femeninos, opciones de identificación laboral y ocupacional muy restringidas y relaciones con el otro sexo centradas en lo romántico. Estos resultados invitan a todos y todas a proponer mayores opciones de expresión, participación, comunicación y diversidad dentro de las historias animadas infantiles.

Conclusión.

La revisión realizada permite afirmar, que el presente trabajo es pionero en el país, en el análisis del trabajo animado para televisión infantil desde una perspectiva de género, en ese sentido se considera que puede ser un recurso valioso para investigadores, realizadores y público en general interesado en este campo de trabajo.

Por otro lado la industria de la animación y de la televisión infantil aún muestra una mayor participación de hombres y es necesario que la mujer se vincule más a proyectos de este tipo para que juntos logren grandes transformaciones en estos campos de la producción audiovisual. Gracias a las matrices de análisis se demostró que tan significativa participación masculina aún prevalece hasta hoy; sin embargo, las últimas producciones animadas infantiles buscaron una mayor identificación de su público objetivo con el argumento de las series, así que se les dio más protagonismo a los niños y a las niñas creando personajes en plena infancia, los cuales les dan una noción de espacio (aquí) y de tiempo (ahora) buscando remplazar el ya clásico estereotipo de superhéroe imponente, valiente y varonil, o el de la mujer curvilínea, tierna y débil en los cuales niños y niñas se podrían convertir al crecer, y que han predominado por tanto tiempo en las series animadas extranjeras de tipo comercial, revelando así que la creación y prevalencia de dichos personajes es producto de una televisión creada solamente por hombres, pero que hoy en día tiene el objetivo de ser más incluyente y rescatar la visión y la misión que tienen los realizadores nacionales con la niñez y el uso de la televisión como herramienta educativa que proporcione una sana diversión.

Las pautas propuestas en este trabajo muestran la necesidad de entender la equidad de género como un tema al que hay que brindarle prioridad desde la concepción y reproducción de cualquier programa de TV de calidad para niños y niñas, empezando por entender que dichas pautas pueden fomentar procesos de

creación de nuevas perspectivas desde las cuales comprender la construcción cultural que implica hablar de género partiendo del análisis de situaciones y temas cotidianos, en vez de sólo centrarse en los imaginarios que muestra la televisión acerca de lo que significa ser hombre y ser mujer. Estas sugerencias pueden ponerse en práctica no sólo por los realizadores sino también por la audiencia ya que esta será la que reciba y apropie los contenidos emitidos poniéndolos en práctica.

El presente estudio reconoce sus limitaciones, se espera en un futuro validar de manera más amplia el instrumento de análisis de los contenidos con un mayor grupo de expertos. De igual manera se acepta que en el presente estudio no se ha agotado el análisis, por el contrario este es un comienzo ya que falta describir con mayor detalle y analizar más detenidamente algunos componentes tanto de las producciones anteriores como de las actuales.

Algunas sugerencias.

El tercer objetivo planteado en la presente investigación, consiste en proponer un decálogo de recomendaciones para la realización y producción de futuras series animadas de televisión infantil, con base en los resultados de esta investigación y de los antecedentes revisados. Estas sugerencias fueron construidas conjuntamente entre el autor y Ángela María Rojas, directora de este proyecto.

La palabra decálogo proviene de la palabra griega decálogos que significa diez palabras, a diferencia de los 10 mandamientos de Moisés este decálogo no pretende ser palabra sagrada.

El presente decálogo tiene el propósito de ser un breve manual, de fácil consulta, flexible y que pueda llegar al público interesado en el tema. Se espera que dichas sugerencias permitan a las personas que lo lean, tener mayores argumentos a la hora de crear una historia, un personaje, o incluso analizar un programa de TV

infantil con perspectiva de género.

Esta lista de sugerencias pretende promover el respeto por los derechos de expresión, comunicación, inclusión y diversidad de niños y niñas.

Decálogo.

1. Si quieres romper paradigmas...

Hay muchos paradigmas por romper en la TV animada infantil. Si eres original puedes construir personajes femeninos y masculinos que piensen, decidan, actúen y se relacionen de manera diferente a como la mayor parte de las series los presenta.

2. Si estas pensando en una historia...

Si estas creando una historia animada para la audiencia infantil, dale una mirada a tu personaje principal. Si descubres que es masculino, líder, tiene poderes, salva el mundo y castiga a los malos estas repitiendo lo que todo el mundo ha hecho. Pero si es femenino, tierna, se preocupa por su imagen y le gusta hacer los oficios domésticos, has escogido una caracterización muy común. La creatividad no tiene límites ¡existen muchas opciones!

Para la animación no hay límites en la creación o desarrollo de una historia, un universo o un personaje, innovar y crear personajes y ambientes con características de género que regularmente no se incluyen es posible pero pocos lo han intentado.

3. La infancia no es color de rosa.

A los niños y las niñas les suceden muchas cosas, si vas a contar una historia ten en cuenta que ningún niño o niña dirá que serlo es mejor que ser joven o adulto. Contar historias con las cuales la población infantil pueda identificar sus problemas, angustias, inquietudes y expectativas resulta siempre mejor que contar tu propia historia de infancia añorada.

4. No existe un atributo típicamente femenino o típicamente masculino.

Cuando pienses en una historia para niños y niñas recuerda que no hay nada psicológico, social o cultural que se pueda decir que se cumple para todas las niñas del planeta o para todos los niños del mundo. Por lo tanto, lo femenino o masculino es un supuesto tuyo basado en tu propia socialización y educación.

5. Si te interesa el género nunca hables de éste en una historia.

El género no debe ser el tema de una serie infantil, ese es un tema que preocupa a una parte de la población adulta, pero no interesa a los niños y las niñas. El género es la base sobre la cual se desarrolla una serie, es una variable que te permite analizar si lo que estás construyendo es equitativo o no, refuerza estereotipos o no, sanciona algo en función del sexo de los personajes o no, promueves la discriminación o no.

6. Tengo el derecho a intentar nuevas cosas.

Ni hombres, ni mujeres, niños o niñas deben en tu historia, por razón de su sexo, ser obligados a hacer alguna cosa como si esta situación fuera adecuada. Cualquiera tiene la opción de intentar expresar, pensar, decidir nuevas cosas aunque las tradiciones de género lo consideren inadecuado.

7. Eres perfecto así como eres.

Para ser valorado por los miembros del mismo sexo o del sexo opuesto, los personajes no tienen que actuar como supuestamente actúan los del mismo sexo. Los niños y las niñas son sólo diferentes morfológicamente. Existen tantas diferencias entre los gustos, miedos, carácter, opiniones y entorno, entre un grupo del mismo sexo, como entre niñas y niños. Cada persona es un ser único, no por su sexo, sino por todas sus características.

8. Siempre dispuesto a aprender de ti.

Hombres, mujeres, niños y niñas estamos en capacidad de aprender y aplicar cualquier conocimiento, sin importar el sexo, orientación sexual o identidad

sexual de quien lo enseñe. Podemos estar dispuestos a aprender de otros independientemente de su sexo.

9. Mujeres productoras, guionistas, realizadoras, animadoras....

Si está en tus manos decidir que deseas hacer en la vida o puedes contribuir en la formación de otras personas, no olvides que formar a las mujeres para la realización de TV animada infantil, es una opción interesante y es un factor indispensable para contribuir a contar historias y crear personajes que muestren otros mundos posibles, desde la perspectiva de las mujeres. No olvides explorar la historia de animadores y animadoras colombianas y socializar las mujeres que han sido pioneras en este campo.

10. Preguntar, investigar, debatir y concluir.

Si realmente quieres trabajar un guión teniendo en cuenta la perspectiva de género, es importante preguntar e investigar sobre género, observar y escuchar lo que hacen y dicen los niños y las niñas, así como escuchar las opiniones y visiones de tu trabajo que tienen los hombres y mujeres, todos pueden darte buenas ideas.

Bibliografía.

1. Acosta, A. (2009). Estado del arte de la producción de televisión infantil con perspectiva de género. Trabajo de grado para optar el título de Comunicador Social-Periodista. Uniminuto, Bogotá, Colombia.
2. Alfaro, R.M. (1993). Capítulo 2. Ed. Calandria (Primera Ed.). Comunicación Para Otro Desarrollo. Lima, Perú.
3. Arango, L. G., León, M. & Viveros, M. (1995) Género e identidad, Universidad Nacional de Colombia, facultad de ciencias Humanas, Bogotá, Colombia: Ediciones Uniandes-Tercer Mundo.
4. Arango, L.G, León, M. & Viveros, M. (1995). Introducción. En Ediciones Uniandes-Tercer Mundo. Género e identidad (p.22). Bogotá, Colombia.: Universidad Nacional de Colombia, facultad de ciencias Humanas.
5. Vargas, E; Rojas, A, & Balanza, P (2008) Programa supervisión XXY. Leo y escribo televisión con perspectiva de género, Guía de talleres. en proceso de publicación por la CNTV, Bogotá, Colombia: CNTV.
6. Vargas, E; Rojas, A, & Balanza, P (2008). Una propuesta dirigida al público infantil para ver televisión con perspectiva de género. Bogotá, Colombia: Uniandes y Uniminuto. Informe preliminar.
7. Barbero, J. M. (2004) Medios y culturas en el espacio latinoamericano. Pensar Iberoamérica ,5. Recuperado el 2 de Julio de 2009, en <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric05a01.htm>
8. Barbero, J. M. (2008) ¿Qué sabemos y qué ignoramos de nuestra televisión? p. 130,133.

9. Breve historia del dibujo animado en Colombia (2003). Los comienzos, Recuperado el 6 de Octubre de 2008, del sitio Web de Fusionarte: http://www.fusionarte.net/html/body_historia.html
10. Carreras, Ll., Eijo, P., Estabany, A., Gómez, M. T., Guich, R., Mir, V., Ojeda, F., Plamas, T., Serrats, M. G. (1997) *Cómo Educar En Valores, Materiales, Textos, Recursos, Técnicas*. Madrid, España.: Narce S.A de Ediciones.
11. Castaño, P. & Parada, F. (2005, Septiembre) *La televisión para niños: de enemigo a aliado*, Colombia, Recuperado el 10 de Abril 2008, del sitio Web de Comminit, The Communication Initiative Network: <http://www.comminit.com/es/node/263892/37>
12. Cerón, M. (2006). *El Niño Y La Televisión*, mipediatra.com, Recuperado el 3 de Abril 2008 del sitio Web de Mi Pediatra: <http://www.mipediatra.com/infantil/television.htm>.
13. *Compromiso Nacional Por Una Televisión De Calidad Para La Infancia En Colombia*. (2004, Abril). Recuperado el 20 de Octubre de 2007 de http://www.cntv.org.co/cntv_bop/circulares/2004/anexo2_circular_08.pdf
14. Contreras, L. (2008, Agosto), *La animación cuadro a cuadro*, Bogotá, El Espectador, Recuperado el 25 de Agosto de 2008 del sitio Web de El Espectador: <http://www.elespectador.com/entretenimiento/agenda/cine/articulo-animacion-cuadro-cuadro>.
15. *Convenio Andrés Bello/ Antonio Restrepo Barco*. (2002) *La franja Infantil*. En *Convenio Andrés Bello, (Eds) Televisión Infantil: Voces de los niños y de la industria televisiva* (p. 113). Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.

16. Corporación Universitaria Minuto De Dios. (2004). Proyecto curricular del programa académico, Programa profesional en comunicación social periodismo. Bogotá, Colombia: Facultad de ciencias de la comunicación.
17. Docter, P. & Peterson, B. (Directores). (2009). Up. [Cinta cinematográfica]. EE.UU.: Pixar Animation Studios.
18. Domínguez, M. (1985) Los niños y los medios de comunicación. Bucaramanga, Colombia: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Nacional (ICFES), Universidad Industrial de Santander.
19. Freire, P. (1969) La educación como Práctica de la libertad (Quincuagésima edición.). México D.F, México: Ed. Siglo XXI.
20. García Canclini, N. (1999). La globalización imaginada, México D.F. Mexico: Editorial Paidós.
21. Gayà, C. & Rizo, M. (1998). Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. Reseña. Recuperado el 12 de Junio de 2009, en http://74.125.47.132/search?q=cache:xnTk4zSRofMJ:curso.ihmc.us/rid%3D1163777591121_1888414721_218381/Estudios%2520Culturales%2520Ensayo%2520sobre%2520libro%2520Gaya%CC%81.doc+Gaya+Rizo+1998+estudios+culturales+y+comunicacion&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co
22. Götz, M. (2008) Just Pretty, Responsible and Compliant?. Revista Televisión, 21, pp. 22-25.
23. Hendrick, B. (1997, agosto) Estudio Sobre Dibujos Animados Tan Sexistas Como Hace Treinta Años. Recuperado el 20 de Octubre de 2007 del sitio Web de El Clarín: <http://www.clarin.com/diario/1997/08/20/c-00301d.htm>

24. Herche, M. (2008) The Global Girl's Body, Revista Televisión, 21, pp.18, 19.
25. IZI (2009). About Us. Recuperado el 15 de Febrero de 2009, del sitio Web de International Central Institute for Youth and Educational Television: http://www.br-online.de/jugend/izi/english/about_us.htm#
26. Kymlicka, W. & Norman, W. (1997, Octubre). El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía, ciudadanía. El debate contemporáneo, La Política, Revista de estudios sobre el Estado y la sociedad, 3, p.6.
27. Las Mejores Producciones De La Televisión Infantil Internacional, (2005, Agosto). Recuperado el 2 de Mayo de 2008, del sitio Web del Ministerio de Educación de Colombia: <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-87901.html>.
28. López de la Roche, M. (1997) Los niños como audiencias. Proyecto de Comunicación para la infancia del Ministerio de Comunicaciones de Colombia. Bogotá.
29. Los Dibujos Animados Actuales Son Menos Machistas Que Los De Antes, Y Para Sus Protagonistas Ya No Es Tan Importante Encontrar Marido, (2006). Recuperado el 20 de Octubre de 2007 del sitio Web de la Universidad de Granada: <http://prensa.ugr.es/prensa/investigacion/verNota/prensa.php?nota=3368>.
30. Meirelles, A. H. (2005, Septiembre). ¿Qué es calidad en televisión infantil? El caso de Mideativa, Recuperado el 14 de Junio de 2009, del sitio Web de Comminit, The Communication Initiative Network: <http://www.comminit.com/es/node/207660>

31. Meso, K. (2005, Enero). Periodismo ciudadano: Voces paralelas a la profesión periodística. Chasqui, 90. Recuperado el 3 de Noviembre 2007, en <http://chasqui.comunica.org/90/meso90.htm>.
32. Montemorro, A. (2007, marzo) Las mujeres en los comics, Las heroínas no usan polleras. Libros y Letras, 67. Recuperado el 5 de Octubre de 2007, en <http://www.librosyletras.net/articulos/67/comics.htm>.
33. Montoya, A. (2000). La Comunicación Participativa y su Compromiso con el Desarrollo Humano y Social. En La Facultad de Ciencias de la Comunicación, Uniminuto (Eds.), La comunicación frente al desarrollo humano y social: Balance y Prospectiva (p.137). Bogotá, Colombia: Uniminuto.
34. Muñoz, L. (Productor) & Agudelo, J.L. (Director) (1981) Los tolimenses go wets. [Cinta cinematográfica]. Colombia: J.M.A. estudios.
35. Ortiz, G. (2003). Aproximación Crítica Sobre La Noción De Ciudadanía O Ficción De Un Derecho, Revista Mediaciones, 2, p.106.
36. Real Academia De La Lengua Española. (2008). Ciudadanía, Recuperado el 15 de Octubre de 2008, del sitio Web de La Real Academia De la Lengua Española, [Rae.es: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=ciudadania](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=ciudadania)
37. Real Academia De La Lengua Española. (2008). Ciudadano, Recuperado el 15 de Octubre de 2008, del sitio Web de La Real Academia De la Lengua Española, [Rae.es: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=ciudadania](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=ciudadania)
38. Revista Credencial Historia. (2005, Noviembre). Personajes del Año, Ofelia Uribe de Acosta, Bogotá, Revista credencial, Banco De Occidente, 19, contraportada.

39. Rey, G. (2008) Mirar y ser mirada: la televisión colombiana en medio de transiciones en Toma el control Observatorio nacional de Televisión. Editor Roveda Antonio. Comisión Nacional de Televisión. Bogotá.
40. Rojas, A. (2008, Mayo), 50 Momentos En La Historia De Las Mujeres, Recuperado el 10 de Abril de 2009, del sitio Web de Revista Cultural Mundo Lector: <http://www.mundolector.com/archivo.html>
41. Vargas, E; Rojas, A; Balanta, P. (2008), Televisión y género: Un análisis desde la perspectiva de los niños y las niñas, Revista Mediaciones, 8, p. 25,37.
42. Saltzman, J. (1974). Masculinity – Sociology. Recuperado el 10 de Abril de 2009, de: http://www.experiencefestival.com/a/Masculinity_-_Sociology/id/595600.
43. Seminarios, (2008). Recuperado el 3 de septiembre de 2008, del sitio Web de Loop festival: <http://www.loop.la/2008/seminario.php>.
44. Velasco, L. A. (2008, Abril), ¿Qué Pasa Con La Televisión Infantil En Colombia?, El Tiempo, Cultura Y Entretenimiento, Bogotá, Recuperado el 3 de Abril de 2008, del sitio Web de Red de Gestores Sociales: <http://www.rgs.gov.co/noticias.shtml?x=21612....>
45. Von Rebeur, A. (2007, Marzo). Las mujeres en los comics, Muchacha cuerpo de papel. Libros y Letras, 67. Recuperado el 20 de Octubre de 2007, de <http://www.librosyletras.net/articulos/67/comics.htm>.