



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN

**Cultura de cancelación presentada en series animadas.
Caso: La casa de los dibujos, capítulo 8, temporada 2,**

TESIS

Para obtener el título de

Comunicación

PRESENTA

Itzel Pérez Gómez

DIRECTORA DE TESIS

SANDRA FLORES GUEVARA

Pachuca de Soto, Hidalgo, mayo 2026



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades
School of Social Sciences and Humanities
Área Académica de Ciencias de la Comunicación

Oficio UAEH/ICSHu/LC./144/2026

Dr. Jorge E. Peña Zepeda
Director de Biblioteca y Centros de Información
Presente.

Por medio del presente hago constar que la tesis en formato digital, titulado: **Cultura de cancelación presentada en series animadas. Caso: La casa de los dibujos, capítulo 8, temporada 2**, que presenta **ITZEL PÉREZ GÓMEZ**, con número de cuenta **419161**, alumna de la Licenciatura en Comunicación; es la versión final por el Comité Tutorial y cumple con el oficio de autorización de impresión, por lo que solicito su integración en el repositorio institucional de tesis.

ATENTAMENTE
"AMOR ORDEN Y PROGRESO"
Pachuca de Soto Hgo., a 6 de mayo de 2026


Dra. Laura Georgina Ortega Luna

Coordinadora de la Lic. en Comunicación




Itzel Pérez Gómez

Autora de tesis

"Amor, Orden y Progreso"



Carretera Pachuca-Actopan Km. 4 s/n. Colonia San Cayetano.
Pachuca de Soto, Hidalgo, México C.P. 42084
Teléfono: 771 717 20 00 Ext. 41030, 41029
jaace_icshu@uaeh.edu.mx

uaeh.edu.mx



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades

INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

Área Académica de Ciencias de la Comunicación

Oficio UAEH/ICSHu/LC./143/2026

Asunto.: Entrega de versión definitiva de tesis y solicitud de impresión.

Mtra. Ojuky del Rocío Islas Maldonado

Directora de Administración Escolar

PRESENTE.

Estimada Directora:

Con fundamento en lo dispuesto en los Artículos 8, Fracción IV y 37 de la Ley Orgánica, Artículos 18, Fracción IV y 51 del Estatuto General y disposiciones vigentes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, sea este medio para enviarle un cordial saludo.

Hago de su conocimiento, que el jurado asignado a la tesis titulada: **Cultura de cancelación presentada en series animadas. Caso: La casa de los dibujos, capítulo 8, temporada 2**, presentada por la sustentante **ITZEL PÉREZ GÓMEZ**, con número de cuenta **419161**. Han autorizado a la interesada la impresión de tesis, esto, de haber cumplido con las observaciones y las correcciones acordadas; y continuar con los trámites correspondientes para la obtención del grado académico.

A continuación se anotan las firmas de conformidad de los integrantes del jurado:

PRESIDENTE: Dra. Rosalía Guerrero Escudero

SECRETARIO: Dr. Raúl Arenas García

VOCAL: Dra. Sandra Flores Guevara

SUPLENTE: Mtro. Mauricio Ortiz Roche

Sin otro particular, envío a usted un cordial saludo.

ATENTAMENTE

"AMOR, ORDEN Y PROGRESO"

Pachuca de Soto, Hgo., a 6 de mayo de 2026

Mtra. Ivonne Juárez Ramírez

DIRECTORA



Dra. Laura Georgina Ortega Luna
Coordinadora de la Lic. en Comunicación

"Amor, Orden y Progreso"



Carretera Pachuca-Actopan Km. 4 s/n, Colonia San Cayetano,
Pachuca de Soto, Hidalgo, México C.P. 42054
Teléfono: 771 71 7 20 00 Ext. 41030, 41029
jaaco_icshu@uaeh.edu.mx

uaeh.edu.mx

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, Juanita Gómez y Ángel Pérez: Mamá, gracias por alentarme en cada paso que doy, gracias por darme las herramientas y la confianza para soñar y hacer que esto fuera realidad, un abrazo hasta el cielo. Papá, gracias por demostrarme la valentía, la tenacidad y el valor del trabajo constante, siempre te agradeceré este y todos mis triunfos. Karen (mi hermanita), gracias por enseñarme la bondad de tu corazón, me inspiras y me das aliento día a día.

En general, a Malenny por la tolerancia en todo el proceso de la realización de este trabajo, gracias por brindar estabilidad, orden y cariño en el hogar. Antonio, gracias por el amor que tienes por mí, sin duda es un gran impulso en la búsqueda de mis objetivos y se ve reflejado en este trabajo. Mención especial a Filipinas y Chirris, quienes fueron parte importante del camino para que este proyecto hoy se vea materializado, gracias por dejar su espíritu en mi corazón.

Finalmente, con mucho cariño y admiración quiero agradecer profundamente a la doctora Sandra Flores, por mostrarme su apoyo incondicional en todo momento de la realización de esta tesis, gracias por ser mi guía en este recorrido, que al fin pueda concluir uno de mis más grandes sueños es gracias a usted.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	4
INTRODUCCIÓN	7
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:	10
GENERAL:.....	10
ESPECÍFICOS:	10
JUSTIFICACIÓN	11
ESTADO DEL ARTE	14
CAPÍTULO 1: DEL MODELO MASIVO A LOS MEDIOS DIGITALES.....	18
1.1 EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS TRADICIONALES: PRENSA, RADIO Y CINE.....	18
1.2 LA TELEVISIÓN COMO ESPACIO CULTURAL	26
1.3 INTERNET Y LA SOCIEDAD DE RED	28
CAPÍTULO 2: EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE ENTRETENIMIENTO: DE LA TV AL STREAMING	32
2.1 LOS NUEVOS MEDIOS DIGITALES: FUNDAMENTOS Y CARACTERÍSTICAS.....	32
2.2 DIGITALIZACIÓN Y EXPOSICIÓN EN ESPACIOS VIRTUALES	36
2.3 INTERACTIVIDAD Y NUEVAS DINÁMICAS DE CONSUMO.....	38
2.4 STREAMING COMO MODELO DE CONSUMO CONTEMPORANEO	41
CAPÍTULO 3: LA CULTURA DE LA CANCELACIÓN EN LOS MEDIOS DIGITALES: DISCURSOS, AUDIENCIAS Y CONTROVERSIAS EN LA ANIMACIÓN.....	51
3.1 ANTECEDENTES: MANIFESTACIONES PREVIAS A LA CANCELACIÓN (ANTES DE REDES SOCIALES). 51	
3.2	55
3.3 ANTECEDENTES CONTEMPORÁNEOS DE CANCELACIÓN EN ANIMACIÓN.	60
CAPÍTULO 4: GENERACIONES CONTEMPORÁNEAS Y SU INTERACCIÓN CON LOS CONTENIDOS ACTUALES.	64
4.1 CARACTERIZACIÓN DE LAS GENERACIONES CONTEMPORÁNEAS.....	65
4.2 DIFERENCIAS GENERACIONALES EN HÁBITOS DE CONSUMO DIGITAL	69
4.3 HABITUS, CAPITAL SIMBÓLICO Y JERARQUÍAS CULTURALES.....	72
4.4 PROSUMIDORES Y NUEVAS DINÁMICAS DE PRODUCCIÓN CULTURAL	76
CAPÍTULO 5: ELEMENTOS NARRATIVOS EN SERIES ANIMADAS	78
5.2 EL PAPEL DE LA NARRATIVA EN LAS SERIES ANIMADAS PARA ADULTOS	86
5.3 REPRESENTACIÓN DE ESTEREOTIPOS Y DIVERSIDAD EN PERSONAJES ANIMADOS	92
5.4 INDEPENDENCIA DEL CREADOR Y AUTONOMÍA DEL PERSONAJE.....	96
6. APARTADO METODOLÓGICO	97
6.1 ANÁLISIS	101
6.2 RESULTADOS	103

CONCLUSIONES 112

BIBLIOGRAFÍA 117

INTRODUCCIÓN

Planteamiento general

El papel que han jugado los medios masivos de comunicación a lo largo del tiempo es de suma importancia, ya que ocupan un lugar determinante en los procesos culturales y sociales. Para hablar de ellos se debe entender que no es un concepto aislado de la tecnología y conforme la sociedad avanza o se estanca lo hacen estos también, por lo tanto no se puede especificar qué medios son masivos sin contextualizar la región de la que se está hablando. Los medios que hoy en día son considerados universalmente populares pasaron por diferentes etapas a lo largo de la historia de la humanidad desde la imprenta que permitió la difusión de los medios escritos hasta el internet que ha revolucionado cómo accedemos y compartimos información en tiempo real.

El público al que van dirigidos los mass media es aquel que emite muy pocas veces respuesta ante los contenidos que se le presentan, aquellos que no forman parte de la élite y en donde la acción depende de la autoridad y no de los individuos. Es un colectivo enorme, incapaz de actuar conjuntamente y de manera organizada.

La influencia que tienen los medios en el público es que pueden crear y moldear la opinión pública, afectando ideologías, tradiciones, costumbres y políticas, básicamente tienen un efecto directo sobre el conocimiento y valores de la sociedad. Además se encargan de mantener en perfecto equilibrio el informar y el entretener; dan a conocer los eventos actuales y emiten contenidos de interés para el público que muchas veces viene cargado de mensajes sociales y/o culturales.

Los medios masivos de comunicación en sí, son aquellos que tienen alto nivel de accesibilidad, además que están dirigidos a distintos tipos de públicos y tienen contenidos no especializados; son contenidos de las masas para las masas.

Existen cinco tipos de medios de masas que podemos encontrar en la actualidad:

- 1) Prensa escrita: Es considerado “el cuarto poder” por su influencia en la opinión pública y su relevancia en temas políticos. Desde que se inventó en el siglo XV hasta el día de hoy es un vehículo clave para informar y educar a la sociedad.

- 2) Radio: Toma relevancia en el siglo pasado, ya que es un medio accesible y de fácil portabilidad, capaz de llegar a la mayoría de los hogares. Es capaz de llegar a los lugares más remotos en las situaciones más complicadas.
- 3) Cine: Es capaz de contar historias, transmitir valores y explorar la condición humana, debido a la capacidad de crear productos audiovisuales.
- 4) Internet: Revolucionó la comunicación de los humanos para que esta fuese de manera real y a nivel global, permitiendo en tiempo real el acceso a múltiples formatos audiovisuales.
- 5) Televisión: La televisión es un medio masivo, precisamente porque es accesible y aunque cada vez más canales sean de dominio público, existen canales públicos que no se eliminan precisamente para garantizar que todos tengan acceso a estos.

A lo largo de los años la televisión fue uno de los medios preferidos de las personas. Se dotaba de muchas funciones, pero una de las principales fue el entretenimiento; en ella podías disfrutar de tus programas favoritos, pero solo en la fecha y hora que eran transmitidos, no había oportunidad de verlos más tarde; cada programa de televisión era un evento único e irrepetible.

Gracias a la pluralidad y a la tecnología los formatos se vuelven más diversos y accesibles. Es aquí donde entra el maravilloso mundo del streaming; plataformas que ofrecen la posibilidad de poder ver lo que quieras, en donde quieras, las veces que quieras con un solo pago mensual con el cual tienes acceso a elegir entre un amplio catálogo de contenidos entre películas y series de distintos géneros en el que destacan los dibujos animados. En un principio fueron diseñados para el público infantil, pero debido a su versatilidad es fácil adaptarlos a cualquier tema y a cualquier tipo de público, convirtiéndolo en un formato para todas las audiencias.

Las series animadas pueden exponer temas que en otras presentaciones sería más complejo tratar como es el caso de la tan controversial cancelación.

La cultura de la cancelación es un tema que ha estado en la mira en los últimos cinco años en el cual ciertos contenidos, personajes o comentarios son sometidos al ojo público para posteriormente ser enjuiciados como ofensivos o políticamente

incorrectos; la cancelación no termina en la censura, sino que el público busca la erradicación de cierto contenido. Las redes sociales funcionan como canal transmisor y las generaciones actuales adoptan los discursos que se reproducen en sus pantallas actuando como agentes emisores, sin embargo no es un tema nuevo pero si nos va a permitir realizar una observación concreta a la serie animada “La casa de los dibujos”. Fue un programa que contaba con formato de reality show que se emitió entre el 2004 y 2007. El show estaba hecho para adultos y a través de la sátira y el humor negro abordó problemáticas sociales relevantes.

El capítulo 08 de la segunda temporada es un espejo de cómo la sociedad se comporta con el tema de la cancelación. En este episodio Morocha Amorocha se convierte en un estereotipo racista bastante conflictivo y ofensivo para la comunidad afrodescendiente. El capítulo finalmente ofrece una reflexión sobre si lo correcto es eliminar por completo los estereotipos o si se deben confrontar y aprender de ellos.

El episodio en cuestión rescata dos puntos muy interesantes que son: ¿Qué hacemos con los contenidos que consideramos ofensivos? y ¿La solución al problema está en eliminar los personajes y/o capítulos o debemos analizar su contexto para entender y aprender de ellos? Nos brindan la oportunidad de abrir un análisis de contenido y hacer una comparación de argumentos utilizados dos décadas atrás y de las generaciones contemporáneas.

Pregunta de investigación:

¿De qué manera el tema de la cancelación se constituye como un elemento argumentativo en los contenidos de dibujos animados de las plataformas de streaming originando en las generaciones contemporáneas un posicionamiento en su forma de pensar sobre dicho tema?

Objetivos:

General:

Interpretar de qué manera el tema de la cancelación se constituye como un elemento argumentativo en los contenidos de dibujos animados de las plataformas de streaming, identificando su rol en la construcción de argumentos y en la respuesta del público.

Específicos:

- Contextualizar el concepto de cancelación y su evolución en el entorno mediático, a través de abordaje e impacto en la recepción y juicio del contenido de series animadas.
- Identificar de qué manera las series animadas abordan temas controvertidos, explorando cómo integran la cultura de la cancelación en sus tramas y personajes.
- Examinar el papel de las plataformas de streaming como canales de difusión para contenidos animados que abordan la cancelación
- Analizar cuál es la actitud que adquieren las generaciones actuales hacia los contenidos relacionados con la cancelación con la finalidad de valorar de qué manera estos grupos actúan ante temas sensibles dentro de series animadas de streaming.
- Analizar el impacto de la cultura de la cancelación en el pensamiento de las generaciones actuales haciendo un enfoque en la percepción que tienen sobre la conservación o erradicación de contenidos.

Justificación

Se ha realizado una revisión de proyectos y artículos que abordan los temas del streaming y de la cancelación, para conocer la importancia que estos tienen en la sociedad. Esto sin duda nos permite tener un panorama más amplio respecto a dichos temas. Quiero enfatizar que el tema del streaming tiene pocos años que tomó fuerza, y para mí es importante compararlo con el fenómeno que en algún momento fue la televisión.

Las series de televisión son poderosos medios de comunicación que pueden moldear y reflejar la cultura contemporánea. En el caso específico de las series animadas es más fácil retratar con referencias e ilustraciones lo que se quiere decir, porque es más simple adaptar la realidad a algo ficticio y es aún más sencillo y sutil dotar de nuevas ideas y valores a la audiencia con “simples dibujos animados”.

La cultura de la cancelación es un tema relevante en la sociedad contemporánea que a lo largo de los últimos años ha generado debates sobre ética y representación. La cancelación se vuelve relevante en el momento en que dos medios tan poderosos como lo son las redes sociales y las plataformas de streaming actúan como medio transmisor y toman mayor fuerza cuando los emisores de este mensaje son las series animadas que le dan cabida dentro de sus discursos.

Esta investigación pretende entender cómo las series animadas abordan este fenómeno y cómo influye en las percepciones actuales, se explorará el impacto de este discurso en la cultura popular y su capacidad para influir valores y perspectivas sociales.

La siguiente investigación es pertinente debido al auge en los últimos años del tema de la cancelación en entornos mediáticos contemporáneos. Su desarrollo nos permite entender cómo son reinterpretados los contenidos audiovisuales por la audiencias actuales; lo que evidencia lecturas modernas en contextos pasados. Esto nos permite

cuestionar si se debe cuestionar o resignificar los contenidos considerados políticamente correctos.

La investigación proporciona herramientas teóricas para el análisis crítico de los contenidos audiovisuales relacionados con el humor y los estereotipos; al mismo tiempo genera una reflexión profunda acerca del consumo mediático, creando una postura crítica acerca de la cancelación. De esta manera, su uso va más allá de un análisis aplicable a otros productos audiovisuales, genera conversación acerca de la cultura de la cancelación dentro de los medios audiovisuales.

En este sentido el estudio no resuelve de manera directa un problema práctico, sin embargo contribuye a abordar la interacción y juicio en los contenidos mediáticos, sugiriendo herramientas para guiar discursos informados y con criterio acerca de la cancelación.

El tema toma relevancia porque se sitúa en un contexto donde las audiencias son actores activos en el rechazo o validación de contenido, esto sin duda impacta de manera directa en la producción, distribución y permanencia de contenido. De tal manera que los resultados ofrecen reflexiones aplicables a otros productos con características similares; es decir que aborda problemáticas desde el humor y los estereotipos, identificando patrones de reinterpretación de contenido por parte de las audiencias.

De manera personal, la elección de este tema de investigación surge por el interés personal por comprender los discursos contemporáneos, en específico la cultura de la cancelación y su impacto en medios audiovisuales. Como estudiante de comunicación resulta relevante comprender cómo las audiencias actuales reinterpretan los productos culturales del pasado, porque significa retomar discursos anteriores y elegir desde una mirada crítica y analítica la manera en que percibimos los modelos antiguos con narrativas y juicios modernos.

Asimismo, esta investigación representa la oportunidad de analizar un episodio de la serie “La casa de los dibujos” producida hace dos décadas y que continúa generando debate en la actualidad; en este sentido la elección de este capítulo resulta interesante; porque al ser esta una producción bastante cuestionable en todos sus episodios este en particular juega con el recurso narrativo de la doble sátira; en primer lugar satiriza la manera en que han sido representados las comunidades en los medios audiovisuales a lo largo de los años, y en segundo plantea la reflexión del porqué no se deberían eliminar los contenidos considerados políticamente incorrectos.

Todo esto en un contexto de 20 años atrás, donde los medios digitales prácticamente no existían, donde la censura era de emisor a receptor y no viceversa, donde de cierta manera las audiencias comenzaba a incomodarse por lo que veían, pero los medios no daban la apertura a una retroalimentación como lo hacen hoy en día los usuarios en las redes sociales.

Por lo tanto, esta investigación nos permite tener un panorama que va de lo general a lo particular; de cómo un producto mediático pasado puede trascender a lo largo del tiempo y como a su vez los significados se transforman con el paso del tiempo y con las nuevas sensibilidades sociales.

Del mismo modo, este proyecto impacta en la construcción de una perspectiva consciente respecto a los medios de comunicación, promoviendo un análisis contextual de los productos mediáticos, por lo tanto no solo es académico, sino también aporta una postura crítica a proyectos profesionales.

ESTADO DEL ARTE

Se ha hecho una revisión la cual nos permite tener una idea clara sobre cuál es el panorama de nuestra investigación, a continuación se darán a conocer las más relevantes:

Si hablamos de cómo los medios masivos de comunicación permean y dotan de valores, opiniones y juicios a los espectadores, Aime Vega (2010), posiciona a la televisión como promotora de la desigualdad y la violencia de género, pero en su conclusión enfatiza en que es el mismo medio el que tiene la responsabilidad de influir en las representaciones positivas y modificar las normas sociales; si la televisión tiene ese enorme poder, las plataformas de streaming también.

En esta misma línea, María de Lourdes Nicolás y María Teresa Nicolás (2017), nos brindan tres puntos muy interesantes para el entendimiento de las series y su impacto en la sociedad: 1)) Las series son productos mediáticos con alto índice de consumo, 2) los personajes son valoradores de ciertas acciones que permean en ciertas épocas, 3) Plantean un nuevo paradigma en la cadena de producción, distribución y consumo. Además proponen como realizar un análisis para las series de televisión en tres apartados: a) Análisis formal: donde se exponen los aspectos narrativos de la serie; b) Personajes; c) Interpretación: aquí se aborda la intertextualidad de las series y porque es importante hacer un análisis connotativo.

A su vez, Manuel Martín Serrano (1981), complementa estas posturas al afirmar que la televisión es un reflejo de la cultura y de la sociedad, sin embargo también participa activamente en la formación y transformación de la sociedad, actuando como mediador ya que transmite y difunde información (normas y valores), además de manera cultural por sus representaciones que influyen la manera de ver y percibir el mundo, es mediadora y contribuye a la formación de la realidad.

Este papel activo se vuelve más evidente en los entornos digitales. Soledad Ruano

López , Indhira Garcés Botacio y M. Rosario Fernandez Falero (2016), introducen el término denominado *las dos pantallas*: que quiere decir estar activo en las redes sociales para que se complemente el contenido de las series emitidas. Se rescata para mi investigación ya que el fenómeno de la cancelación del que se habla en la serie “La casa de los dibujos” es abordado en redes sociales por las generaciones contemporáneas y ocasiona el efecto de las dos pantallas.

En relación con lo anterior Teresa Morales y Álvaro Cabezas (2024), nos presentan un estudio de cuatro producciones de Netflix que son propuestas para la cancelación en una plataforma llamada: change.org. Aquí la población hace peticiones y junta firmas para cualquier finalidad, en estos casos variaba desde la eliminación del contenido de la plataforma de Streaming hasta omitir definitivamente algún personaje.

De los casos analizados ninguno tuvo una respuesta contundente por parte de Netflix, lo más significativo fue el posteo de un tweet en su cuenta oficial pidiendo disculpas. Lo relevante del estudio para mi investigación es la clasificación en la que expone los casos, las peticiones y las respuestas que se obtuvieron por parte de la plataforma; la cual utilizaré para comparar las diferentes respuestas que tienen las plataformas de streaming al momento de presentar contenido que no es políticamente correcto.

La animación es una técnica usada ampliamente en lo audiovisual, aún es vista como un formato para el público infantil, es la premisa que nos plantean Circa Rodríguez y Sebastián Camilo (2020). Resaltan que la animación para adultos tomó más fuerza en los años 90 's. Su clasificación “para adultos” surge en gran medida por la censura y lo considerado inapropiado para el público. Este género busca contar historias breves y carismáticas visualmente hablando; abordando temáticas que pueden considerarse sensibles o problemáticas como la homosexualidad, religión, drogas, prostitución, etc.

También abordan una tabla de su autoría llamada “CANEAA” en esta categorizan los aspectos “cancelables” de distintos episodios de tres series americanas desde las perspectivas estéticas y narrativas para afirmar o negar la existencia de temas

complejos en esta llamada por ellos técnica y no género.

A pesar de que los personajes utilizados en series animadas para adultos suelen ser muy simples visualmente y al parecer nunca cambiar su formato esto tiene una razón de ser comenta Rayza Gabriela y Liza Montemayor (2020), la cual es la fácil identificación con del personaje y sobretodo presentar problemas complejos en formas simples de ver para su claro entendimiento.

Por último señala tres elementos visuales en los cuales se puede identificar la crítica social: 1) Personificación a través de arquetipos; no solo es la representación gráfica, sino también de los roles que desempeñan en cada historia. 2) Integración del storytelling y contexto que enriquece la historia; mezclan el entretenimiento con crítica social. 3) Contraste de la comunicación interna y externa: oposición entre los personajes caricaturizados y la narrativa que alude a la crítica social.

Laura Camila Ramírez Bonilla (2015), explora el impacto de la televisión en la vida cotidiana de CDMX en los años 50' s y 60' s. Esta investigación refuerza mi trabajo al mostrar cómo los medios visuales han servido para reflejar y reforzar normas y valores sociales. Así como las telenovelas tenían impacto en las percepciones culturales, las series animadas pueden ejercer un rol similar, pero ahora enfrentando grandes expectativas de responsabilidad social y sensibilidad cultural. Además el artículo hace hincapié en cómo la evolución de los contenidos de entretenimiento acompaña la transformación social, lo que permite observar cómo las audiencias adoptan o rechazan los contenidos.

Con el trabajo de Guillermo Orozco (2006), deberíamos de pensar si las series animadas han adoptado cierto formato debido a la cultura de la cancelación, que puede influir en qué contenidos se pueden transmitir y cuáles no y si esto genera que los contenidos actuales se están globalizando y más por las plataformas en las que son emitidos, debido a que aborda la globalización de las telenovelas mexicanas, en un inicio estas era un vehículo para la cultura, tradiciones y valores de la sociedad

mexicana, pasando a ser un producto mercantil que carece de trama artístico, lo cual genera una estandarización de formatos y tramas para atraer audiencia, perdiendo la representación de la sociedad tradicional.

CAPÍTULO 1: DEL MODELO MASIVO A LOS MEDIOS DIGITALES

Los medios de comunicación han estado profundamente ligados a las transformaciones culturales, tecnológicas y sociales de cada época. Desde los medios análogos, hasta los medios digitales; la manera en cómo se distribuyen y se producen contenidos; y la relación que existe entre receptor y emisor.

En este sentido, los medios de comunicación no solo representan un contenedor pasivo de información, sino también un constructor social, capaz de influir en los valores, percepciones y comportamientos sociales. Con la llegada de los medios digitales los espectadores también evolucionaron, dejaron de ser receptores inactivos y pasan a ser jueces y productores de lo que consumen.

1.1 Evolución de los medios masivos tradicionales: Prensa, radio y cine.

La globalización es posible gracias a los medios masivos que hacen más fácil el acceso a diferentes culturas y conocimientos de distintos lugares. Si bien no todos los lugares tienen cercanía a la pluralidad de medios por sus diferentes contextos sociales; cualquier persona tiene al menos uno, “los más pobres tienen la radio y los más pudientes tienen acceso a una gama de medios” (Golovina, 2014). Lo mismo pasa con el contenido en streaming, si bien no todos podemos acceder a las suscripciones de las distintas plataformas que hoy en día se ofertan en el mercado, si tenemos la posibilidad de acceder a los contenidos que radican dentro de ellas a través de distintos medios como las redes sociales; aun cuando no ofrecen el depósito completo nos brindan un panorama general de lo que podemos encontrar en las ya mencionadas plataformas y de una manera más accesible.

Los medios masivos de comunicación, también denominados el cuarto poder (González, 2019) son considerados un sistema neoliberal que tiene control casi absoluto sobre la política y la sociedad; en un principio pretendían ser un vigilante del pueblo, pero tomaron el dominio sobre los ciudadanos por parte de las élites económicas, que tienen el mando social y político.

Moraes citada por Pasos (2019), propone cuatro características que definen al cuarto poder:

1. Los medios tienen la capacidad de establecer sentidos e ideologías y formar opiniones.
2. Se apropian y usan distintos vocabularios en sus objetivos particulares, para que después los reproduzcan y se mantenga la burbuja del sistema dominante.
3. Se encarga de incentivar al mercado a adoptar valores como el consumismo, el individualismo y la competencia.
4. Seleccionan minuciosamente la información, opinión y las medidas de valor que circulan, las cuales se deben adaptar a los intereses particulares del sistema.

La relación de los medios masivos de comunicación de los consumidores es bidireccional, los primeros influyen en el comportamiento de los segundos, ocasionando efectos cognitivos, afectivos y actitudinales, que pueden ser planificados o no; a corto o a largo plazo. Por otro lado, los usuarios ya no son pasivos con la información, fungen papeles de comunicadores, navegadores, productores de información, ayudan a las empresas a construir perfiles y entender las motivaciones de consumo.

El problema actual con el que se enfrentan los medios de comunicación masivos es que la única forma en que pueden llegar a funcionar es en manos del círculo vicioso entre la economía en potencia y el estado con sus propios intereses políticos; su única oportunidad radica en las manos de estos sectores sociales. ¿Y cómo logran esta adaptabilidad? La respuesta es simple; ajustando sus dinámicas de consumo como lo hace el streaming con sus consumidores, este crea estrategias personalizadas, debido a que recopilan datos en tiempo real adaptándose a los intereses y comportamientos de los consumidores; no solo satisface las necesidades que los medios tradicionales atienden (ocio, identificación, integración e información) sino que redefine cómo estas son complacidas, y le da una nueva definición a las dinámicas de interacción y consumo.

Todos los medios masivos de comunicación para convertirse en los gigantes que son hoy en día debieron de desplazar a su versión más débil. En el caso de la prensa como menciona Bretones (2008), tuvo que desplazar a su antecesor la llamada “prensa obrera”; esta tenía un carácter popular y era producida de manera artesanal. Significaba que el pueblo que siempre tuvo menor capacidad de decisión y ningún instrumento de poder, ahora podía acceder al control de instituciones gubernamentales y económicas. Sin embargo con el inicio de la revolución industrial el auge de la prensa de un penique no tardó en llegar y con ello grandes cambios no solo en el precio del periódico, sino en los contenidos y el dominio sobre este.

La prensa como la define Williams (1991), surge como fuente inmediata de noticias rápidas y regulares. Se convierte en un difusor de las aspiraciones de la burguesía, al mismo tiempo surge como portavoz del proletariado; en el periódico se podían palpar las esperanzas que residían en la educación, y en el progreso tecnológico y científico: “...el periódico significó la aceleración de la historia” (1991, p. 38).

Asimismo, el streaming ha buscado la forma de sobresalir entre los medios tradicionales, el desplazamiento de estos se asemeja y nos habla de maneras de adaptación similares a las que sucedieron con la prensa, las plataformas toman la bandera y se perfilan como las preferidas entre los públicos contemporáneos.

La prensa como muchos otros medios puede tomar distintas definiciones depende de su uso y su contexto. En el caso de “Prensa como fuente histórica” (Del Palacio, 2006), se toma de esta manera, ya que contiene registros manuscritos que permiten la interpretación del pasado, además que es una fuente indispensable para conocer los hechos sociales, culturales y políticos de un contexto determinado. Cabe destacar que no es un reflejo directo del pasado en sí, al contrario representa aspectos que pueden ser interpretados por el investigador. Funge como fuente documental del panorama político y sirve para reconstruir hechos, descripciones o acontecimientos del pasado que permiten acercarnos a las ideologías de la búsqueda del investigador. Finalmente como fuente histórica se debe indagar en ¿quién lo hizo?(el periódico) y ¿cuál es el periodo de circulación?

En conclusión es importante abordar la prensa como “actor político” (Borrat, 1989), es considerado un lugar de debate y una herramienta de socialización para nuevas ideas y valores. Los impresos son capaces de influir en la pugna de opinión pública cuestionando los procesos sociales y políticos, ante los públicos lectores una vez se posicionan como líderes de opinión y como gestores de libertad de prensa. Estos reivindican el papel de la sociedad civil y el gobierno. No se debe olvidar que todo lo que aparece en un periódico fue planificado, todo lo que está ahí fue puesto meticulosamente y con toda intención.

Así como a la prensa se le atribuye su significado dependiendo el contexto en el que se sitúe algo parecido ocurre con la radio como señala McLuhan (1964). Para entender la definición de la radio es importante tomar como antecedente al autor y retomar la clasificación que hace de los medios de comunicación, para él los medios se dividen en: cálidos y fríos. Los primeros hacen referencia a aquellos que son ricos en información sensorial; proporcionan un mensaje bastante claro, el cual requiere poca intervención del receptor; tienden a ser lineales y de alta definición. En cambio los segundos son de baja definición; exigen participación activa del receptor para entender el mensaje; y tienen a fomentar el uso de dos o más sentidos al mismo tiempo. Por consiguiente la radio se posiciona como un medio cálido dentro de su clasificación debido a su inmersión y a sus mensajes meticulosamente estructurados: la radio es una experiencia íntima.

Antes de continuar con la definición de la radio es importante responder ¿Cómo hubiera clasificado McLuhan el streaming?, ¿Sería un medio cálido o un medio frío? El streaming es un medio muy versátil y analizado desde la perspectiva del teórico sería una mezcla de ambos; ya que le permite al usuario consumir contenido audiovisual de alta definición como lo hace el cine y al mismo tiempo interactuar activamente con la plataforma. Los medios contemporáneos combinan elementos inmersivos y que le permiten a las audiencias interactuar con ellos, este fenómeno es indispensable para comprender el consumo de los usuarios en los productos audiovisuales, como es el caso de las series animadas como “La casa de los dibujos” la cual es objeto de esta investigación.

Con respecto al primer punto McLuhan señala que la radio se presenta como un medio íntimo, pero termina siendo un medio engañoso, ya que utiliza la tecnología a su favor para llegar a los lugares más remotos y olvidados y así decir que es una experiencia única y personal, y su significado preside de su contexto cultural, social e histórico. Para ejemplificar hace un contraste entre la radio en oriente y la radio en occidente. En el primero la radio es un medio que actúa como ensamble entre las raíces culturales y las comunidades, mientras que en occidente es vista como un invasor de las prácticas individualistas que los individuos habían adoptado en sus hogares.

Para complementar la definición de radio Bonifaz (2008), aporta que la radio está presente en todos los ámbitos de la vida cotidiana: en el trabajo, el hogar, la escuela e incluso el tránsito, y es por ello que se encuentra en todos los niveles socioeconómicos. En esta predominan dos tipos de programas: los hablados y los musicales, estos últimos siendo los más aceptados por el público. Además de la música existen los programas noticiosos, que atrapan al público por su variedad de subtemas como política, deportes, económicos, etc. Gracias a su versatilidad, la radio ha sabido adaptarse de manera natural a los hogares de los oyentes, debido a la diversificación de programas y estaciones. Así como otros medio masivos de comunicación, la radio compite hoy en día con otros aparatos que no tienen como función principal emitir programas de sonido, pero tienen la capacidad de hacerlo, además de tener como mayor rival a todas las plataformas de streaming dedicadas exclusivamente a la reproducción de música; son capaces de reproducir música en cualquier parte del mundo, y lo mejor sin anuncios, además de ser portadoras de las mismas emisoras de radio con un solo click. Como afirma Vidal: "... la distribución de servicios comerciales y de voz tendrá que aprender a sobrevivir" (2008, pp. 107).

La radio es un servicio de y para el pueblo, que ha atravesado las penumbras de los avances tecnológicos de los últimos años, la gran potencia auditiva ha sido sometida a una innegable transición digital, ahora podemos escuchar estaciones de radio con sólo conectarnos a su sitio oficial de internet, lo cual trae consigo cambios en la estructura patrimonial de la radio comercial.

En relación al séptimo arte, y retomando a McLuhan lo define con una simple frase: "...es una declaración sin sintaxis" (1964), en otras palabras afirma que el cine tiene la capacidad de presentar una cantidad inmensa de información en una sola toma, en contraste con la literatura la cual tomaría varias páginas.

El cine es un cultivador de sueños, donde cualquier persona puede aspirar cualquier cosa, la gran pantalla resulta ser un agricultor de "sueños enlatados" (1964). Este almacén de información fue considerado exclusivo, era de y solo para la élite. Sin embargo el autor predecía que el cine se iba a volver algo más accesible, decía que pronto todos iban a poder costear un proyector en casa , por lo tanto esta ya no sería una experiencia única. El cine en casa no fue acuñado como el autor pronosticaba, pero es cierto que se volvió "más accesible" para los simples mortales, es cierto que hoy en día gracias al streaming la mayoría de las personas tienen cine en casa y una amplia variedad de productos audiovisuales para su elección.

Para tener mayor entendimiento en materia del cine es importante retomar a Gubern (2014), quien nos hace un extenso recorrido en el que nos explica cómo pasó de ser un medio popular a ser el gigante que hoy en día conocemos.

El séptimo arte puede ser definido por un simple cartel pegado en los cristales del Grand Café, en Francia, en 1895 por los hermanos Lumiere. Era un anuncio que invitaba a las personas a presenciar por primera vez su invento llamado: "Cinématographe Lumiere", el cual en resumidas palabras era un aparato capaz de reproducir imágenes en movimiento:

"Este aparato inventado por MM. Auguste y Louis Lumière, permite recoger, en series de pruebas instantáneas, todos los movimientos que, durante cierto tiempo, se suceden ante el objetivo, y reproducir a continuación estos movimientos proyectando, a tamaño natural, sus imágenes sobre una pantalla y ante una sala entera" (Gubern, 2014, pp.19).

A pesar del escepticismo que flotaba en aquel lugar, expresó Meiles, citado por Gubern (2014), los asistentes quedaron atónitos con aquel aparato, y no era porque las imágenes mostraran algo revelador- al contrario eran secuencias cortas y carentes de valor artístico- más bien era asombroso ver la cotidianidad en movimiento, tan fiel, tan real, casi palpable.

Para que el cine llegará a ser lo que hoy en día es tuvo que pasar por diferentes etapas. Primero fue un arte popular (como en su momento la poesía popular, que era cantada por los juglares). La exhibición de este fenómeno estuvo en manos de ferias nómadas, que junto a la mujer barbuda llevaban el invento de los Lumiere en diferentes actos de ciudad en ciudad. Así, el cine llegó fácilmente a distintos recintos como cafés y music halls; americanos e ingleses.

Las proyecciones de los Lumiere eran una apuesta vertiginosa, y que al pasar del tiempo se volvieron frágiles y difíciles de sostener; el público quería algo nuevo, no solo obreros saliendo de la fábrica, buscaban algo más emocionante.

Y esto fue precisamente lo que les dio George Meiles quién convirtió el cine popular en cine teatral; era una simbiosis entre maquillaje, vestuario, actos y escenas, con los trucos de la fotografía. En este momento Meiles había revolucionado el concepto de cine:

“Georges Méliès ha sido la primera persona que ha realizado películas cinematográficas con escenas artificialmente preparadas y mediante esta innovación ha dado nueva vida a un comercio agonizante. Ha sido también el creador de películas con temas fantásticos o mágicos y sus obras han sido imitadas después, sin éxito, en todos los países” (Gubern, 2014, pp.37).

Como todo arte el cine también necesitaba flujo económico para subsistir y rápidamente pasó de ser una puesta teatral a una gran industria. Charles Pathé, un hombre cansado y con salud deteriorada tuvo la fortuna de presenciar la maravilla del fonógrafo, enseguida maquiló una estrategia para salir del hoyo en el que se encontraba. Pathé, no solo se dedicó a la compra y distribución que permitían mirar imágenes en movimiento, además creó una especie de monopolio en el que producía material cinematográfico.

De la escuela de Pathé nace Zecca, un joven con visión parecida a la de Meiles, quien pensaba que el cine debía producirse dependiendo al público al que iba a ser dirigido; en el caso de Zecca adapta la gran pantalla al pueblo. Pathé y Zecca se convirtieron en los creadores del cine industrial europeo.

Como cualquier disciplina que había llegado al éxito, el cine no se salvó de ser partícipe de una selección pretenciosa de quien podía y quien no consumirlo, además de las altas expectativas intelectuales a las que era sometido para averiguar si era digno de los altos consumidores. La sociedad del “Film d’ art”, pretendía que el cine dejará de ser un acto de circo para ahora ser una estrella; algo atractivo para los públicos. Ahora el cine estaba protagonizado por actores y actrices de alto calibre, y solo podía ser pagado por un grupo selectivo de individuos.

Sin quererlo Edison y Pathé habían sembrado el cimiento para que Hollywood naciera. El objetivo de Edison era obtener ganancias por el uso del fonógrafo; 50 centavos de dólar por metro de película, más 5,000 dólares anuales de impuesto por el uso del invento. Estas imposiciones eran drásticas y difíciles de cumplir; si estas no eran acatadas un ejército de detectives privados contratados por los líderes de la industria, perseguían a los rebeldes que no seguían sus reglas e impuestos.

La mayoría de las que hoy en día son consideradas las grandes industrias del cine, fueron fundadas por judíos que migraron de otros países y que al llegar a Estados Unidos no cargaban más de 50 dólares en los bolsillos. Como es el claro ejemplo de Adolf Zuker, un judío-hungaro que llegó a New York con recursos limitados y grandes sueños, fundando más tarde Nickel-Odeon.

Mientras Edison seguía cerrando salas de las industrias emergentes a sus espaldas, un barrio de Los Ángeles, era testigo de la fábrica más grande que el séptimo arte había visto. Hollywood nació como el epicentro para el cine mundial; por sus condiciones como el clima, el paisaje y sus bajos costos.

La llegada del cine sonoro marcó un hito para la industria, ya que representaba cambios que nunca antes se habían suscitado: como en la actuación, ya que los actores debían aprender a utilizar sus voces y darle sentido a lo que decían con lo que hacían; cambios financieros que a su vez traían consigo cambios tecnológicos.

1.2 La televisión como espacio cultural

En 1960 debido a la introducción de la televisión, la industria cinematográfica torno un giro de 360°. La TV rápidamente se posicionó como centro de entretenimiento en las casas, por lo que acudir a una sala de cine se volvió algo cada vez más complejo, esto sin duda afectó a los grandes pioneros, provocando cambios irremediables en la forma de producción y exhibición del cine. Para contrarrestar el efecto causado por la televisión, la gran pantalla creó estrategias tecnológicas que su competencia no podía replicar; como el CineScope que permitía conexiones en pantallas más anchas, y las películas 3D que buscaban que el espectador realmente sintiera la película. Este enfoque iba acompañado por la tendencia de producir filmes inclinados al “espectáculo”, con presupuestos elevados y ambiciosas puestas en escena.

Por otro lado los estudios diversificaron su contenido, exploraron diferentes géneros que se adaptaron a las generaciones contemporáneas; con temas relevantes para los jóvenes. Sin duda, esto evidencia cómo los medios de comunicación masiva se transforman mutuamente: la TV redefinió al séptimo arte, forzándolo a buscar un diferenciador que le permitiera evolucionar, y esto a su vez contribuyó a una audiencia más demandante en términos de calidad visual y narrativa.

El cine, sin duda, ha sido un medio que ha tenido que irse moldeando y adaptando dependiendo las necesidades del público; con la llegada del streaming, la gran pantalla atravesó una crisis que le hizo pensar en nuevas alternativas; como consolidar plataformas para colocar sus estrenos más recientes en un recinto y que el público pueda acceder a ellos una vez estrenados en una sala. Al mismo tiempo las casas productoras han optado por estrenar sus producciones más recientes en sus plataformas digitales, trayendo consigo nuevos retos para el gran magnate audiovisual.

Simultáneamente a que el cine se convirtiera en una experiencia más accesible con la llegada del streaming, el siguiente paso era la confluencia con la televisión. Este medio que parecía en un principio competir con el séptimo arte, vio una gran oportunidad de

resurgir en las plataformas digitales, ampliando las posibilidades de consumo en lo audiovisual.

Desde la posición de Rincón y Estrella (2001), la caja mágica se define como: el nicho de los encuentros sociales y donde los instrumentos visuales no verbales cobran vida. Al mismo tiempo es hogar de la globalización donde permean las expresiones culturales mundiales y locales; desde las cosas más cercanas hasta las más lejanas. La televisión no sólo cumple labor social, sino también es el escenario de negociación cultural y conexión social.

En este escenario el streaming conserva, transforma y expande características de la televisión, las plataformas digitales son un espacio en donde converge la intimidad del cine en casa y la colectividad de la TV. A continuación se presentan algunas conexiones entre el streaming y la caja mágica:

1. No son sinónimos, pero se complementan: aunque presentan algunas similitudes, se puede destacar entre sus diferencias se encuentra la ruptura de la programación fija, lo que hace que el espectador se adapte a sus horarios y a su estilo de vida.
2. Ambas son un espejo de la sociedad, sin embargo el streaming lo hace a través de algoritmos que hacen que el “reflejo” sea más personalizado.
3. Productor de saber social: como la televisión, el streaming se ha convertido en un referente, en el que podemos encontrar información y entretenimiento en un mismo sitio.
4. Ambas son un dispositivo cultural que permiten la identificación con los distintos contenidos y la reflexión de las problemáticas situadas en las producciones.
5. Al igual que la televisión el streaming se transforma en un invasor de los espacios más íntimos, solo que este lo hace de una manera más tajante, ya que penetra los dispositivos móviles que acompañan al receptor todo el día, haciendo que el acceso a los contenidos sea más fácil.
6. Ambas se transforman en una máquina de recuerdos al orquestar contenidos que en algún momento marcaron a los televidentes.

Alvarez (2011), complementa la definición de la televisión, ya que afirma que es importante recordar que para que un medio de comunicación se vuelva masivo debe tener un aspecto tecnológico y otro regulado por los aspectos sociales. Es decir para la TV existe una plataforma tecnológica que hace que la información fluya, más la utilización de prácticas sociales y culturales, en sí la televisión es algo que hacen los individuos en distintos momentos históricos.

La televisión ha pasado por distintos momentos y definirla en cada uno de ellos sería bastante complicado, pero en síntesis la tv es una transmisión de una fuente a otra; que en sí pertenece al público y cualquier persona que lo desee puede acceder a ella. Por lo tanto, la industria de la televisión es definida como aquella que se encarga de producir y transmitir al público programas audiovisuales; incluyendo el soporte legal y social. Alvarez (2011), afirma que para que un programa televisivo logre tener éxito solo se puede dar de dos maneras: la primera es generando contenido premium; por lo tanto se genera un aumento de costos para tener acceso a este, siendo estos muy elevados, por lo que pocos pueden pagarlo; dentro del mismo es a través de cadenas monopólicas que compran las concesiones por ejemplo de algún evento deportivo. En el caso del streaming pasa algo similar, hay contenidos que a pesar de estar dentro de las plataformas -que ya significan un pago en sí- generan un costo extra, aumentando la dificultad para poder acceder a ellos.

La otra manera de que un programa televisivo logre triunfar, es mediante contenidos de éxito, es decir programas que superan la primera temporada con buenos números y logran renovar contrato a nivel internacional.

1.3 Internet y la sociedad de red

El internet es un vasto mundo en el que se reúnen un conjunto de sistemas electrónicos de comunicación, y en sintonía se transportan informaciones digitales o destinadas a la digitalización, al menos esto es lo que plantea Levy (2007), siendo más conciso afirma que el ciberespacio es “el espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial de los ordenadores y de las memorias informáticas” (2007, p. 70).

Este medio tiene la capacidad de crear una sinergia y añadir una interfaz en dispositivos que crean información, comunicación y simulación. Para Levy (2007) el ciberespacio es el principal canal de comunicación de la actualidad y lo considera la primera memoria de información que ha tenido la humanidad durante más de 20 siglos. Siendo una red tan amplia el autor afirma que existen diferentes modos de comunicación e interacción con el ciberespacio: 1) Se puede acceder a distancia a varios recursos desde un solo ordenador. 2) Acceso a una base de datos de un ordenador con otro a distancia. 3) Alimentar una memoria con distintos recursos de distintas bases de datos, aunque estén a miles de kilómetros de distancia. 4) Transferir ficheros de descarga de una base de datos que se actualiza día a día. 5) Mensajería, cada persona que esté conectada a una red puede tener un buzón electrónico, con la posibilidad de enviar y recibir mensajes. 6) Conferencias electrónicas: le permite a un grupo de personas discutir sobre temas particulares, se cierran y se abren cuando los involucrados tienen la necesidad, a diferencia del correo electrónico estos son instantáneos y no son almacenados.

El internet es un medio para todos: “Las tecnologías son creadas por su proceso histórico de Constitución y no solo por ser diseños originales de tecnología”. (Castells, 2000), que interactúa con la sociedad; es decir, un medio para todo. En términos generales es una red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos; es un medio de comunicación, de interacción y organización social. Cabe resaltar que el internet no comienza como un medio para la sociedad y menos como un medio lucrativo, sino más bien es para el servicio de las grandes empresas y para que estas puedan comunicarse entre ellas.

Para Castells (2000), el internet puede ser definido de dos maneras: como una congregación de valores y relaciones sociales, y como una gaceta política. En la primera lo define como una herramienta que desarrolla pero no cambia los comportamientos, sino que los comportamientos se apropian del internet por lo tanto se amplifican a partir de lo que son; es decir el internet no cambia el comportamiento sino el comportamiento cambia el internet. Señala que a las comunidades virtuales en

internet se les debe nombrar así ya que generan sociabilidad, relaciones y redes de relaciones humanas. Son comunidades personales basadas en intereses individuales y valores de las personas; que encuentran fuerza a partir del desarrollo individual de proyectos y lo que “yo quiero ser”.

Dentro de la sociedad han existido miles de luchas que llevan a los individuos a organizarse para defender ideologías y crear algún tipo de cambio. La mayor parte de los movimientos sociales y políticos utilizan internet como forma de acción y organización. Por lo tanto se puede decir que internet es el cimiento donde además de ser el núcleo organizador funge como instrumento de comunicación que permite la flexibilidad y movilización, en esa médula se mantiene el enfoque de la organización. Los movimientos sociales que surgen en internet son reales y toman mayor fuerza porque convocan a personas que se rigen por los mismos valores; estos movimientos surgen de manera local, internet se convierte en la conexión global-local; es la nueva forma de control y movilización social.

Para adentrarnos a su segunda definición afirma que en un inicio era considerado un instrumento de participación ciudadana, un instrumento que podía brindar información de las clases políticas, gobiernos y/o partidos, Pero estos han confundido los usos del internet y le brindan la función de tabloide publicitario: exponen información de lo que hacen y colocan el botón de “opiniones” para justificar la invasión de cada espacio al que entran. Internet se ha convertido en un tablón de anuncios; para cambiar al internet hay que cambiar la política.

Siguiendo con Castells, define al internet como “...el tejido de nuestras vidas” (2001). Comparándolo con la red eléctrica en la era industrial, ya que puede distribuir información de manera sencilla en la vida diaria. El autor dice que es más que un simple avance tecnológico y de la comunicación “... de muchos a muchos en tiempo escogido y a escala global” (2001), lo que apertura nuevos modelos de negocios, además de un espacio en donde conviven distintas actividades económicas, políticas y sociales, sin embargo no todo puede ser perfecto y uno de sus mayores desafíos es la llamada “divisoria digital” que es el reflejo de la falta de oportunidades para acceder a la

tecnología, el no estar conectado no solo es una limitación tecnológica, sino una fuerte exclusión social.

El impacto del internet abarca hasta el vasto mundo del entretenimiento, donde el streaming se ha consolidado como una de las formas más populares de consumo audiovisual. La capacidad del internet de transmitir de manera global ha permitido a los usuarios redefinir sus experiencias, aprovechándose de que el internet se ha convertido en el vehículo para acceder a la amplia variedad de contenidos en cualquier lugar y en cualquier momento. Así como en su momento el World Wide Web masificó la información y facilitó el acceso a este medio, el streaming hace lo mismo con el entretenimiento, rompiendo con las barreras tradicionales de horarios y espacios físicos.

A lo largo de este capítulo se ha evidenciado que los medios de comunicación no son estructuras estáticas, sino sistemas en constante transformación que responden a las condiciones tecnológicas, económicas y sociales de cada época. Desde la prensa hasta la televisión, cada medio ha redefinido las formas de acceso a la información y el entretenimiento, al mismo tiempo que ha influido en la construcción de la realidad social.

En este contexto, el streaming emerge como un modelo que no solo integra las características de los medios tradicionales, sino que las transforma a través de la personalización, la accesibilidad y la interacción constante. De esta manera, comprender la transición del modelo masivo al ecosistema digital resulta fundamental para analizar cómo las series animadas contemporáneas, como *La casa de los dibujos*, se insertan en un contexto donde los contenidos no solo se consumen, sino que se discuten, cuestionan y resignifican en tiempo real.

Capítulo 2: Evolución de los medios de entretenimiento: de la TV al streaming

Los medios digitales han transformado de manera radical las formas de producción, distribución y consumo del entretenimiento. A diferencia de los medios tradicionales, los nuevos entornos mediáticos se caracterizan por su naturaleza computacional, su capacidad de almacenamiento masivo y, sobre todo, por la posibilidad de interacción constante entre los usuarios y los contenidos.

El presente capítulo tiene como objetivo analizar las principales características de los nuevos medios digitales, así como las dinámicas de consumo que emergen en ellos. Se abordan conceptos clave como interactividad y capitalismo de vigilancia, los cuales permiten comprender el funcionamiento del streaming como modelo dominante de consumo audiovisual en la actualidad.

De esta manera, este capítulo sienta las bases teóricas para analizar cómo las plataformas digitales no solo transforman la experiencia del entretenimiento, sino que también reconfiguran las relaciones de poder entre usuarios, industrias y contenidos.

2.1 Los nuevos medios digitales: Fundamentos y características

Con la llegada del internet y de la computadora los medios de comunicación tradicionales mutaron a una nueva realidad que afecta todas las fases de la comunicación, a su vez conlleva cambios en la manipulación, capacitación, el almacenamiento y la distribución de estos. Los “nuevos medios” término utilizado por Manovich (2007), son definidos como:

La traducción de todos los medios actuales en datos numéricos a los que se accede por medio de ordenadores. Y el resultado son los nuevos medios: gráficos, imágenes en movimiento, sonidos, formas, espacios y textos que se han vuelto computables; es decir, que se componen pura y llanamente de otro conjunto de datos informáticos (Manovich, 2007, pp. 65).

Esto en definitiva cambia el papel de los medios tradicionales a los nuevos medios, asimismo, cambia la identidad del propio ordenador convirtiéndolo en un procesador de

medios; es decir, un condensador y manipulador de medios. En consecuencia, los medios se vuelven programables.

Los nuevos medios siguen distintas tendencias que los llevan a ser lo que son, estas no son absolutas, ni obligatorias, sin embargo la mayoría obedece los siguientes principios:

1. Representación numérica: Todos los nuevos medios fueron creados de cero a partir de un ordenador o sufrieron una transformación de lo analógico a lo digital. A esta conversión de datos a una forma numérica se le nombra *digitalización*.
2. Modularidad: Es la condición de los medios de manipular su forma original para pasar a la digitalización, es decir, el cambio de estructura que consta de partes independientes que se agrupa con otras para crear el medio digital.
3. Automatización: Es la capacidad de los ordenadores de manipular el contenido o realizar tareas creativas con el mínimo esfuerzo del usuario. Esta se da mediante dos principios: 1) Codificación numérica: los medios son presentados digitalmente, lo que permite su manipulación mediante algoritmos. 2) Estructura modular: Los objetos mediáticos están compuestos por módulos independientes que pueden ser modificados para alterar el contenido.
4. Variabilidad: Un objeto de los nuevos medios no es algo definitivo pueden existir distintas versiones, es decir son mutables; por consiguiente su distribución alude a la temida distribución post industrial: producción a petición del usuario y a tiempo que este establece:
 - Los elementos mediáticos son almacenados en una base de datos por medio de la cual el usuario final puede generar un sin fin de objetos más. Las plataformas digitales almacenan el contenido de entretenimiento, creando las plataformas de streaming.

- Es posible separar los datos de la interfaz; un objeto de los medios es creado a partir de una o más interfaces.
 - La información del usuario recopilada por la base de datos puede ser empleada por otro programa informático para darle al usuarios una experiencia personalizada y crear sus propios elementos. El streaming recopila los datos de nuestras preferencias y consumo, para darnos una experiencia única.
 - *Interactividad de tipo arbóreo*, es un mecanismo similar a nuestro proceso cognitivo que enlaza una rama hacia otra; todos los posibles espacios que puede visitar el usuario a partir de la raíz. Si en una plataforma de streaming le das click a un contenido, después te arroja distintas sugerencias, y si vuelves a dar click en otro hace exactamente lo mismo, así un sin fin de veces.
 - **Hipermedia:** Los elementos multimedia se componen de un documento que está conectado a hipervínculos. Una plataforma de streaming te puede mandar a distintos sitios de internet, en donde podrás encontrar contenido alusivo a lo que estás consumiendo, o puede llevarte a una página de ayuda.
 - **Actualizaciones constantes**, que pueden o no ser automáticas, y pueden ser por temporadas o para adaptarse a nuevas eras.
 - **Escalabilidad**, este principio dice que los objetos mediáticos son modificados para que se adapten a diferentes versiones, en tamaño o en niveles de detalle.
5. **Transcodificación:** Los nuevos medios constan de dos capas la cultural y la informática. Como los nuevos medios se crean y se distribuyen en el ordenador se espera que esta dinámica afecte el plano cultural, por ende el resultado es una nueva cultura del ordenador que mezcla significados informáticos con los humanos; la cultura humana moldeó la estructura del ordenador y ahora los medios se encargan de representar dichas estructuras.

En síntesis, los nuevos medios son medios digitalizados: “... son ni más ni menos que un determinado tipo de datos informáticos; algo que guarda en archivos y bases de datos, se recupera y se clasifica, que funciona por algoritmos y se escribe es un dispositivo de salida de datos” (Manovich, 2001, pp. 95). A continuación se abordan las diferencias esenciales entre los viejos y los nuevos medios, para así entender como el streaming ha llegado a tener gran relevancia en nuestros hogares en los últimos años, debido a que ha logrado adaptabilidad a distintos cambios de los nuevos medios:

- Los medios digitales son discretos, a diferencia de los analógicos estos están codificados en fragmentos individuales, por lo tanto se pueden reproducir de manera discontinua. En el caso del streaming los productos audiovisuales se comprimen, haciendo más fácil su transmisión y acceso a través de internet. Del mismo modo se puede acceder a cualquier contenido con un solo click, poner pausa o retroceder; gracias a la codificación digital los contenidos se ajustan a la calidad del internet para mostrar así el contenido.
- Todos los medios digitales comparten un mismo código digital, haciendo que el ordenador se convierta en una galería de medios. Las plataformas digitales son la analogía perfecta de los ordenadores, en ellas se almacenan los datos recopilados por el streaming, convirtiéndose en una presentación multimedia de series, películas, música, videojuegos, etc.
- Los nuevos medios permiten acceso aleatorio al contenido, a diferencia de los analógicos que eran de manera lineal. En comparativa, el cine y la televisión ofrecen distintos contenidos, pero de cierta manera limitados por los horarios o la demanda, en cambio en el streaming puedes acceder a cualquier contenido siempre y cuando se encuentre en la plataforma.
- Los medios analógicos perdían calidad si el contenido era reproducido varias veces- por ejemplo un CD o DVD- mientras que en la digitalización el contenido puede ser reproducido de manera indefinida sin que pierda sus características, si el usuario así lo desea.
- Los nuevos medios son interactivos, el usuario va trazando la ruta que quiere seguir conforme a lo que vaya eligiendo, haciendo completamente personalizada

su experiencia. Un ejemplo claro son los juegos interactivos, en estos la persona va eligiendo la historia; conforme vayas seleccionando se crean finales alternativos que nunca son iguales para todos los jugadores. En el caso de una plataforma de streaming te muestra en la pantalla de inicio un sin fin de posibilidades, que conforme vas interactuando con ellas se va personalizando, creando un tablero único.

2.2 Digitalización y exposición en espacios virtuales

Por consecuencia, los espacios digitales se convierten en foros para exteriorizar emociones y pensamientos de los individuos, un espacio no-físico, pero cercano a los usuarios, Sin embargo, ¿qué trae consigo la digitalización de los medios? Para el autor produce la fantasía de replicar y generar conciencia, crear poderes de razón, que a su vez traen consigo la idea de volver a la era primitiva, donde las palabras carecían de existencia, previas al lenguaje, estaremos en *cavernas digitales*, como nuestros ancestros estaban en cuevas físicas.

Simultáneamente que el deseo de exteriorizar la mente se apodera de los espacios digitales, relacionada con la estandarización moderna de la sociedad de masas. Los sujetos se homogenizan por lo medios y los medios a través de los sujetos; lo privado y lo individual se traslada lo público y quedan regulados. Por ejemplo, en la cultura de la cancelación, los procesos mentales internos -inconformidad- pasan a ser externos -expuestos en redes sociales- y conforme se vayan reproduciendo -ya sea compartiendo, creando nuevo contenido sobre esto, reaccionando, etc.- se irán estandarizando, concibiendo un nuevo estilo de pensamiento.

Asimismo lo que antes era nombrado privado, pasó a ser de dominio público, los procesos mentales fueron extraídos de la mente y trajeron consigo un sin fin de representaciones palpadas en fotografías, vídeos, series, películas, entre otros. Estos procesos se volvieron estándares, que serían ocupados en la educación y la propaganda, para ser distribuidos en masas.

En el caso de los medios análogos nos pedían identificarnos con la imagen corporal de otros, pero, los medios interactivos nos piden asemejar nuestra forma de pensar con la estructura mental de otra persona; el pensamiento se vuelve un proceso estandarizado.

De igual manera la aparición de nuevos tipos de medios se puede entender por la manera en que son distribuidos y producidos actualmente. Desde esta perspectiva es importante analizar cómo los medios tradicionales han optado por el cambio a plataformas más activas y presentes en los entornos de los usuarios. Virilo (2005), nos habla específicamente del caso de la televisión. De la misma manera en que Manovich (2001) afirma que los nuevos medios son invasivos, Virilo (2005) expresa que la TV pasó de informar y de entretener a las masas a exhibir y asaltar el espacio doméstico de los individuos; el miedo de exponer la esfera privada se convirtió en el deseo de sobreexponer todo.

Por lo tanto, nos planteamos la siguiente pregunta ¿Qué trae consigo la invasión delimitada de la intimidad? Pasando nuevamente por el ejemplo de la televisión de Virilo, afirma que es portador de la guerra económica entre los medios de comunicación, que abarcan cualquier tipo de estrategia publicitaria. En este caso la llamada publicidad interactiva, que combina el entretenimiento audiovisual con el marketing. Para simplificar, tú decides que ver hasta en la publicidad, trayendo de nuevo al streaming, aunque esté en un principio fue pensado para distribuirse sin comerciales, actualmente lo hace, aunque sea con su misma programación; pequeños anuncios de 30 segundos, que terminan basándose en nuestras preferencias, ya que la invasión y personalización es determinada por el tipo de contenido que vemos.

En este sentido y continuando con los mecanismos y dinámicas de preferencia de los consumidores desde la posición de Ryan (2001), la autora describe cinco características clave de la experiencia narrativa, las cuales serán explicadas brevemente, para posteriormente profundizar en la segunda (interactividad), estas características exponen como los nuevos medios buscan la manera de acercarse lo más posible a los espacios de los espectadores, sin que se piensen “invasivos”:

1. **Inmersión:** Es la narrativa utilizada para construir mundos virtuales que atraen al consumidor. En las plataformas de streaming se crean catálogos personalizados, que predicen los gustos del espectador, creando una experiencia inmersiva.
2. **Interactividad:** Es la diferencia que hay entre las obras lineales y las obras interactivas, en las segundas el consumidor tiene un rol más activo, que fue previamente moldeado por su propia experiencia. Algunas plataformas integran interactividad, para que el consumidor pueda ser coautor de sus programas favoritos, se vuelven partícipes activos.
3. **Espacio virtual:** Es un entorno narrativo, creado por un medio digital donde el usuario puede sumergirse, le permiten interactuar como si fueran parte de ellas. En los espacios análogos estos mundos estaban situados en la imaginación del individuo, pero en las narrativas digitales los entornos se vuelven más envolventes gracias a las tecnologías que los simulan. El catálogo en una plataforma de streaming funciona como espacio virtual.
4. **Autonomía del espectador:** Ya no solo consume, ahora tiene la capacidad de elegir y participar activamente en las narrativas.

2.3 Interactividad y nuevas dinámicas de consumo

Antes de abordar más a fondo la interactividad es importante definir qué son las dinámicas de consumo; para Abirached y Ríos (2021), son definidas como:

“La dinámica de compra ejercida por un consumidor, generalmente, es la respuesta a un problema determinado que involucra una serie de decisiones que previo a la compra inician con el reconocimiento de una necesidad... pueden ser detonadas por estímulos internos que equivalen a sensaciones biológicas como el hambre o la sed o por estímulos externos equivalentes a influencias que vienen de afuera” (Abirached & Torres, 2021, pp. 18).

Las dinámicas de consumo no se refieren únicamente al momento de intercambio entre un consumidor y el vendedor; se toman desde el momento previo hasta el posterior a una compra, es decir todo el proceso comercial. Este se divide en tres etapas esenciales, que permiten comprender el comportamiento del consumidor:

1. Previos a la compra: Además de la identificación de la necesidad ocurre la búsqueda de alternativas para cubrir dicho aspecto, esta búsqueda puede ser interna o externa (agente de marketing).
2. Etapa de compra: Comprar no solo implica obtener el artículo o servicio seleccionado y ya, se refiere a las decisiones de qué, cuándo, dónde, y cómo pagar. Esto involucra un comprador, un vendedor y un consumidor, además de los riesgos percibidos en razones de compra, presión, tiempo y estado de ánimo del comprador.
3. Posterior a la compra: no culmina en el acto de comprar, sigue con la satisfacción del consumidor, desecho del producto y consideración de nuevos mercados para futuras compras.

Como se afirma arriba la interactividad, es la acción activa del consumidor con algún producto audiovisual. Con la dinámica de los nuevos medios, las plataformas de streaming, no solo transforman la accesibilidad del contenido, sino también la interacción con él. La interactividad no solo cambia las dinámicas de interacción entre usuarios y vendedores, también la manera en que se produce el entretenimiento. El espectador no solo decide que contenido ver, sino el rumbo que va a tomar la historia que eligió.

En este sentido la interactividad es una dinámica de consumo asociada a los nuevos medios, esta le permite al usuario influir directamente en el contenido, tomando decisiones o seleccionando qué camino llevará la narrativa. Según Ryan (2001) para que la interactividad se pueda dar, debe existir transparencia en el medio, quiere decir

que la tecnología utilizada para consumir el medio debe permanecer oculta, para que el usuario no la sienta como una barrera. Esto permite que la interacción sea fluida y no se sienta forzada, por lo que el usuario puede sumergirse de manera total, sin que la tecnología adyacente lo distraiga y no le permita “disfrutar” la experiencia.

De acuerdo a cómo lo estipula Ryan la interactividad es clave de las dinámicas de consumo en las plataformas de streaming, el consumidor cambia; por lo tanto los mecanismos con los que adquiere entretenimiento también.

Para definir al streaming es importante retomar que existen dos maneras de hacer negocio con este según Thomes (2011): el primero es pagando una suscripción y el segundo es hacer que una empresa pague para colocar su anuncio dentro de la plataforma. Para él, el streaming puede implicar tres actos: a) Consumo de bienes informativos sin que se tenga posesión de estos. b) Almacenarlos en servidores. c) Acceder a ellos bajo demanda. Y para que sea considerado streaming se tiene que acceder a ellos mediante una suscripción por lo regular mensual.

Por su parte, Montaro y Valiati (2021) hacen un contraste que resulta interesante con el autor anterior, ya que afirman que a estos contenidos se puede acceder a plataformas como YouTube y Facebook, por lo tanto el modelo que propone el streaming es la delimitación mediante un software de ciertos contenidos. Por consiguiente, el streaming es un contenedor con la capacidad de extraer y agregar contenido de varias fuentes y hacerlo accesible a un servidor específico, ligado a su vez a la economía digital; porque representa una tendencia tecno-social que combina el almacén cultural exponencial y el conocimiento, con nuevos sistemas para clasificar, agregar y filtrar. El streaming se convirtió: “ en una práctica cultural que modifica el público y la industria”.

El nacimiento de las plataformas de streaming, ha revolucionado la manera en que consumimos y producimos contenido, por lo tanto las dinámicas de consumo y los mecanismos de control hacia los consumidores también han evolucionado; y un claro ejemplo de ello es el fenómeno de recopilación de datos masivo y su análisis, el cual es

abordado por Zuboff (2020) con el concepto de “capitalismo de vigilancia”, en el que retoma la personalización y el análisis para no solo brindar al usuario una experiencia personalizada, sino también crear control en la información del consumidor.

El modelo de recopilación de datos y personalización presentadas en las plataformas de streaming, asemeja al concepto de “capitalismo de vigilancia”, que menciona Zuboff esta idea enfatiza que el capitalismo ha tomado un nuevo giro y ahora no solo requiere libertad para lanzar al mercado una idea novedosa, sino también el libre albedrío de leyes y regulaciones existentes. Por lo tanto el capitalismo de vigilancia es definido por Zuboff como:

...una convergencia sin precedentes entre la libertad y el conocimiento. El grado de esa convergencia corresponde exactamente con el alcance que va adquiriendo el poder instrumental... Los capitalistas de vigilancia reclaman libertad para ordenar conocimiento y luego utilizan la ventaja de ese conocimiento para proteger y expandir su libertad (Zuboff, 2020, pp. 526).

Este arquetipo del capitalismo presentado no requiere de consumidores, la materia prima de los capitalistas de vigilancia son las mismas empresas y negocios deseosos de predecir el comportamiento de los individuos. En materia de las plataformas digitales no solo capturan nuestros datos de consumo, sino también los transforman en meros productos comerciales, que son vendidos y utilizados como estrategias de mercado: el usuario se convierte en el néctar del streaming, lo más valioso de estas plataformas es la información que recopilan con cada interacción, cada click, convertido a estadística pura.

2.4 Streaming como modelo de consumo contemporaneo

Dentro del masivo exceso acumulado de libertad y conocimiento asignado por el capitalismo de vigilancia, encontramos una de las órdenes que rige a este fenómeno: la indiferencia radical. Concepto que alude a la despreocupación que tienen los medios hacia la privacidad y el uso de datos personales de los usuarios; como es que los explotan y manipulan para maximizar los beneficios económicos. La diferencia radical:

“... implica que da igual lo que circule por las conducciones, mientras estas estén llenas y fluidas” (Zuboff, 2020, pp. 540).

En el caso de las plataformas de streaming, la indiferencia radical se ve reflejada en la manera en que estas recopilan y utilizan los datos de los consumidores para alojar mayor rentabilidad, sin tomar en cuenta las consideraciones éticas que puedan acarrear consigo estas prácticas. A continuación se enlista la manera en que se muestra la indiferencia radical proyectada en el streaming:

1. Recopilación masiva de datos: Crean un compendio de información personal sobre cómo, qué, durante cuánto tiempo y cómo interactúas con las plataformas digitales. Todas las plataformas digitales tienen la obligación de brindar información de que es lo que hacen con nuestros datos. Ahora desglosamos a modo de ejemplo el caso de Prime Video.

En primera instancia tenemos que dirigirnos al sitio de AWS (Amazon web services), en la que nos aparece una pantalla con la pregunta: *¿Qué son los datos de streaming?* Esta página contiene la siguiente información:



Fuente: AWS. Consultada el 27 de enero de 2025. Recuperado de: <https://www.amazon.com/es/what-is/streaming-data/>

Datos de streaming en las plataformas digitales		
¿Qué son?	Características	Usos
Son datos emitidos a alto volumen de manera gradual, que les permite emitir simultáneamente distintos mensajes. Los datos incluyen sensor, eventos y ubicación.	1. Importancia de nivel cronológico: La mayoría de veces va acompañada de la ubicación en tiempo real, para que la aplicación pueda hacer recomendaciones o bloquear y desbloquear cierto contenido dependiendo de la zona geográfica. 2. De flujo continuo: Los datos acumulados se almacenan en una base de datos todo el tiempo, mientras el servidor esté ejecutando.	1. Análisis de datos: Son utilizados para producir informes y realizar acciones de respuesta. 2. En distintas industrias que manejan maquinaria son utilizadas como detectores de problemas, al ser captado el error estas pueden solucionarse de manera rápida, para que el equipo no se quede sin funcionamiento tanto tiempo. 3. Para controlar y monitorear los cambios en la bolsa en tiempo real. A su vez supervisan posibles fraudes en transacciones bancarias. 4. Recomendaciones en tiempo real a sus consumidores en aplicaciones de ventas, para aumentar la satisfacción del cliente. 5. Garantías de servicio: Implementan el procesamiento y rastreo de datos en tiempo real, para mantener los niveles de garantía de los bienes y servicios. 6. Dentro del mundo de la multimedia y los videojuegos se agrega un rastreo de clics que permite visualizar las necesidades de los usuarios y brindar una mejor experiencia.

Como se observa en la tabla, los datos de streaming en las plataformas digitales son una herramienta que utilizan las empresas generadoras de contenido audiovisual para monitorear en tiempo real las preferencias de los usuarios, les brindan estadísticas, que después serán utilizadas para generar y brindar una “experiencia” completamente personalizada a los consumidores.

2. Algoritmos y manipulación: Que el algoritmo produzca recomendaciones personalizadas no es precisamente para el beneficio del consumidor, sino más bien para incentivar el consumo de este. El usuario se convierte en un recurso explotable con necesidades individuales.
3. Desigualdad de poder: El uso de datos de los consumidores muchas veces no son claros o precisamente se vuelven más largos y con palabras rebuscadas para evitar que el usuario se involucre en ellas; por lo que se genera una relación de poder, teniendo la ventaja las empresas.
4. Indiferencia a la privacidad: A pesar de la existencia de políticas de privacidad, estas tienden a ser opacas y poco entendibles para los usuarios, además de contar con extensiones alarmantes para que los consumidores no se interesen en ellas. En el siguiente cuadro se presentan las políticas de privacidad de los servicios de streaming de las empresas: Disney+, Netflix y Amazon Prime.

Análisis comparativo de las políticas de privacidad en plataformas de streaming			
	Disney+	Netflix	Amazon Prime
Título	Avisos legales	Página de ayuda de privacidad y seguridad	Aviso de privacidad
Última modificación	22/12/2023	No presenta	13/12/2024

Apartados	1. Política de privacidad: Alcance de nuestra política de privacidad. Quiénes somos Tipos de información que obtenemos. Cómo obtenemos su información Uso de información por parte de la familia de compañías Walt Disney Intercambio de información con otras identidades Sus controles y opciones Privacidad de los niños Seguridad, integridad y retención de datos Transferencia, almacenamiento y procesamiento de datos a nivel mundial Cambios a esta política de privacidad Comentarios y preguntas Derechos de los residentes 2. Aviso de privacidad Responsable del tratamiento Categoría de datos personales Finalidades Base de legitimación Transferencias Medio y	* Cómo ocultar títulos del historial de visualización * Emails o mensajes sospechosos o de suplantación de identidad supuestamente de Netflix * Cómo evitar que alguien use tu cuenta * Cómo mantener segura tu cuenta * Recibí el email "Debes restablecer tu contraseña" * ¿Cómo controlo qué emails recibo de Netflix? * ¿Cómo controlo qué mensajes de texto recibo de Netflix? * Encuestas de clientes de Netflix * Qué información personal guarda Netflix y cómo solicitar una copia * Eliminación y retención de información * Eliminar tu cuenta de Netflix * ¿Cómo elimino las formas de pago de mi cuenta? * Cómo crear, cambiar o eliminar perfiles * Visibilidad y actualización de tu información personal * Cómo detener ciertos usos de tu información personal * Cómo funciona el sistema de recomendaciones de Netflix * ¿Qué es el	¿Qué Datos Personales acerca de los Clientes recaba Amazon? ¿Con qué Fines utiliza Amazon sus Datos Personales? ¿Qué pasa con las Cookies y otros Identificadores? ¿Comparte Amazon sus Datos Personales? ¿Qué tan Seguros se encuentran mis Datos Personales? ¿Qué pasa con la Publicidad? ¿A qué Información Tengo Acceso? ¿Cómo puedo ejercer mis Derechos ARCO? ¿Cómo Puedo Limitar el Uso o Divulgación de mis Datos Personales? ¿Cómo Puedo Revocar mi Consentimiento para el Tratamiento de mis Datos Personales? ¿Está permitido el uso de Amazon a Menores de Edad? Condiciones de Uso, Modificaciones, Avisos y Revisiones Información y Prácticas Relacionadas
------------------	--	---	--

	procedimiento para el ejercicio de sus derechos y arco de renovación de consentimiento Limitación y divulgación de sus datos personales Cambios del aviso de privacidad. 3. Términos de uso de Disney 4. Política de cookies 5. Acuerdo de suscripción	Reglamento General de Protección de Datos?	Datos Personales que pueden ser recabados
--	---	--	---

El cuadro nos muestra la infinidad de títulos que presentan las páginas de algunas plataformas de streaming, pero en ellas se colocan textos demasiados largos, que le tomarían al espectador horas leer.

Las consecuencias de que el usuario no conozca todas las políticas de privacidad llegaron a la corte de Estados Unidos, donde Kanokporn Tangsuan una mujer que visitaba Disney World, murió tras consumir alimentos a los que era alérgica. En la demanda se menciona que el mesero que los atendió afirmó que la comida estaba libre de los alérgenos.

De manera que, nos planteamos la siguiente pregunta ¿A qué viene esto con el tema de las políticas de privacidad de una plataforma de streaming como Disney+? La compañía del ratón quiere deslindarse de responsabilidades, debido a que el esposo de la occisa aceptó el derecho de arbitraje cuando decidió suscribirse a Disney+.

El derecho de arbitraje que la plataforma presenta en sus acuerdos de privacidad es un método alternativo a los tribunales, en el que una parte neutral

hace una revisión de los argumentos y pruebas para dar un veredicto final. Por lo que el usuario renuncia a la posibilidad de demandar a la compañía y llevarla a juicio.

Es increíble como el hecho de elegir ver una película dentro de una plataforma de streaming significa renunciar a la posibilidad de solicitar una demanda, en palabras de la propia Zuboff se convierte en una *tiranía* que se define como: "... la erradicación de la política" (2020). Siguiendo la lógica de la autora, las compañías del entretenimiento se convierten en *tiranos*, ya que "...tratan a todos los demás como seres igualmente insignificantes" (2020), los oprime de la misma manera y todos carecen de poder.

El cuadro donde se exponen las políticas de privacidad de distintas empresas dedicadas al entretenimiento evidencia la complejidad y lo extenso que es acceder a los servicios que nos brindan las plataformas digitales. En el caso de Disney se resaltan las implicaciones legales y éticas, las cuales deben buscar un equilibrio entre los derechos de los usuarios y la responsabilidad de las empresas.

5. Producción de contenidos basada en datos recopilados: En este apartado retomaremos dos conceptos que han surgido en los últimos años: *el fan service* y *prosumer*. Jenkins (2009), los aborda con un nombre diferente, pero que sin duda referencia los fenómenos presentados.

La "libertad" que nos brinda el vasto mundo del streaming de poder elegir cómo, dónde y cuándo ver nuestros programas favoritos, se da gracias a la observación de los datos que brindamos a las compañías al acceder a estos servicios; estos a su vez "ayudan" a mejorar nuestra experiencia, trayendo consigo un mundo inmersivo diseñado meticulosamente para cada usuario.

Pero ¿Son solo las empresas las que pueden colocar y crear contenido para que nosotros seamos simples espectadores? La respuesta a esta pregunta es compleja y Jenkins la responde aludiendo al concepto de *audiencia interactiva*, para él la audiencia:

Ya no es un teleadicto. Decide qué, cuándo y cómo ve los medios. Es un consumidor mediático, puede que incluso un fan de los medios, pero es también productor, distribuidor, publicista y crítico mediático. Es la viva imagen de la nueva audiencia interactiva (Jenkins, 2009, pp.162).

Rematando con la siguiente afirmación: “La audiencia interactiva no es autónoma: sigue operando de la mano de las poderosas industrias mediáticas [...] los consumidores mediáticos o bien -son- totalmente autónomos, o bien totalmente vulnerables a las industrias culturales. ” (2009). Es incluso ingenuo pensar que las empresas no van a proteger sus propios intereses, pero a su vez las audiencias interactivas ganan poder dentro de la industria.

Si el entorno en que se consolidan las audiencias es interactivo, las tecnologías también deben de serlo, estas son las encargadas de registrar las interacciones de los usuarios con los proveedores y viceversa. La llamada *nueva cultura participativa* mencionada por Jenkins (2009), tiene tres tendencias:

- Las nuevas herramientas tecnológicas permiten a los consumidores, apropiarse, comentar y volver a poner en circulación los contenidos.
- Existen distintas plataformas que proponen a los usuarios el “hágalo usted mismo”, discurso que condiciona el uso de estas tecnologías.
- Las plataformas fomentan el uso de las plataformas, para la creación de nuevas narrativas; por lo tanto demandan un público más activo.

“... los consumidores mediáticos o bien totalmente autónomos, o bien totalmente vulnerables a las industrias culturales” (Jenkins, 2009). Los consumidores crean nuevas comunidades dentro de las herramientas tecnológicas las cuales son comparadas por el autor con los *espacios de conocimiento* de Levy (2007), quien dice que son conglomerados voluntarios, sesgos en común tales como las emociones y el

conocimiento. Estos pueden pertenecer a más de una y se mantienen unidos por el intercambio intelectual y la producción.

Jenkins afirma que los *fans en línea* son versiones actualizadas de las *comunidades de conocimiento* de Levy (2007); y su unión está dada por el intercambio intelectual y la producción de contenidos. Esta comienza con el intercambio de correos postales de los fans, para interactuar entre ellos y conocerse; posteriormente se dan las convenciones que llegan a ser mundiales. De estas comunidades nacen distintos autores; personas que tenían potencial y querían escribir.

Esta historia nos lleva a comprender cómo es que los fans fueron introduciendo poco a poco sus ideas, y muchas terminaron en las grandes obras. Los fans pasaron de pedir la estadía o retiro de una serie a influir directamente en el contenido presentado: "... los fans se convirtieron en una élite impotente que, aunque era incapaz de alterar los contenidos de la serie, reconfiguraba activamente el contexto de recepción mediante la producción mediática de base" (Jenkins, 2009).

Los fans se pueden movilizar rápidamente en la red para protestar acerca del contenido e incluso salvar alguna serie, personaje, capítulo, etc. En las comunidades de fans existen dos personas: 1) las que organizan a los nuevos y existentes miembros y 2) las que se encargan de crear nuevos prototipos, episodios, ilustraciones, para enriquecer a las audiencias.

Ahora bien, los nuevos productos tendrán que alcanzar las expectativas de los nuevos consumidores y recompensar con artimañas como: historias del pasado de los personajes, información adicional, enigmas no resueltos y expansiones en los universos de las narrativas. Los productores saben que para que esto se logre, deben recurrir a las comunidades de fans; trayendo a las pantallas una simbiosis entre la idea principal del autor y lo que el público desea; todo esto para que su producto sea exitoso.

“Los productores mediáticos de éxito se están haciendo expertos en controlar y responder a los intereses de las audiencias” (Jenkins, 2009). La industria explota todo sector que pueda significar ingresos, mediante la comercialización de productos complementarios que evoquen en la audiencia algún tipo de sentimiento o presentado un entorno de autoedición, donde el consumidor es líder de sus ideas.

La interacción entre los fans y los productores marca un hito que ha transformado la manera en que se mueve la industria, los fans son más que consumidores, son agentes activos que revolucionan las historias con sus creaciones. El futuro del entretenimiento se ve inclinado a ser un espacio de co-creación, en donde se adoptan las ideas del autor, pero también se plasman los deseos del público; trayendo como consecuencia un entorno mediático con constante cambio.

A lo largo de este capítulo se ha demostrado que los nuevos medios digitales no representan únicamente una evolución tecnológica, sino una transformación estructural en la manera en que se producen, distribuyen y consumen los contenidos mediáticos. La digitalización, convierte a los medios en objetos programables, variables e interactivos, lo que permite una experiencia mucho más flexible y personalizada para los usuarios. En este sentido, el streaming se consolida como un modelo que sintetiza las principales características de los nuevos medios: interactividad, personalización y accesibilidad. Este escenario no sólo redefine el consumo audiovisual, sino que también crea las condiciones para fenómenos como la cultura de la cancelación, donde las audiencias, organizadas a través de entornos digitales, adquieren la capacidad de influir directamente en los contenidos y en las decisiones de las industrias mediáticas.

Capítulo 3: La cultura de la cancelación en los medios digitales: discursos, audiencias y controversias en la animación

Este capítulo tiene como objetivo examinar el papel de las audiencias digitales y su relación con la industria cultural, particularmente en el ámbito de la animación, donde los debates sobre representación, estereotipos y corrección política han cobrado gran relevancia. A través del análisis de casos específicos, se pretende evidenciar cómo la cancelación influye en las decisiones de producción, en la construcción de narrativas y en la configuración de nuevas formas de interacción entre creadores y consumidores.

De esta manera, el capítulo propone una reflexión crítica sobre los alcances, tensiones e implicaciones éticas de la cultura de la cancelación, entendida como un fenómeno complejo que ronda entre la exigencia de responsabilidad social y el riesgo de convertirse en una forma de censura contemporánea.

3.1 Antecedentes: Manifestaciones previas a la cancelación (Antes de redes sociales).

Al analizar la cultura de la cancelación resulta intrigante compararla con un fenómeno surgido a mediados del siglo pasado: el macartismo, el cual es definido por Schimind (2021) como:

la estrategia geopolítica del Vaticano y las organizaciones de derecha, que buscan y logran posicionar a sus élites para imponer reglas morales y censura a la sociedad en general [...] envenenan las mentes en contra de los enemigos históricos de la iglesia católica, el comunismo y los judíos. (2021)

Joseph McCarthy fue un senador republicano quien en los años 50 ordenó una serie de arrestos- que sus oponentes denominaron en ese momento como una “cacería de brujas”- fueron medios de comunicación, gobierno y militares acusados de espionaje soviético y ser simpatizantes del comunismo.

Los arrestos se basaban en la tan temida *blacklist*, que contenía nombres de personas que debían ser evitados ya que eran considerados poco fiables. Este movimiento no

solo afectó la manera en que se gobernaba Estados Unidos llegó incluso a la industria cinematográfica, haciendo que figuras como Charles Chaplin huyeran del país por ser considerado una “persona sin ideas americanas”.

Para Dershowitz (2020) la cancelación y el macartismo comparten patrones de censura y exclusión social. En concordancia con lo anterior Dershowitz explica que la cancelación:

Pone fin a las carreras, destruye legados, rompe familias e incluso causa suicidios, sin apariencia de debido proceso o oportunidad de refutar las acusaciones a menudo falsas o exageradas [...] incluso cuando las acusaciones son verdaderas, se trata de actos realizados, declaraciones, hechos o posiciones tomadas años antes cuando prevalecieron en diferentes actitudes o valores (2020)

Estas similitudes permiten hacer una comparación y reflexión entre los dos fenómenos que ejercieron control en distintas épocas, pero comparten el mismo *modus operandi*: la censura como castigo. Para entenderlo mejor vamos a explicar tres similitudes importantes entre la cancelación y el marterismo:

1. Exclusión por razones ideológicas o morales: Durante el macartismo, figuras públicas y artistas fueron vetados por “posibles” vínculos con el comunismo. En la actualidad, con la cancelación los líderes de opinión pueden perder prestigio, oportunidades laborales e incluso ser marginados socialmente por conductas consideradas políticamente incorrectas.
2. Juicio público: En ambos casos los juicios no suelen ser acusaciones formales, sino de presión social y mediáticas. El macartismo se alimentaba de medios tradicionales, mientras que la cancelación lo hace a través de las redes sociales.
3. Efecto persuasivo: La cancelación y el macartismo generan un efecto de autocensura, aquí las personas moderan sus opiniones por miedo a represalias sociales.

A pesar de que ambos fenómenos tienen similitudes muy marcadas, presentan diferencias estratégicas para su buen entendimiento; el macartismo fue impulsado

desde una posición gubernamental, mientras que la cancelación es impulsada por las comunidades digitales.

.

En síntesis, la cancelación y el macartismo comparten dinámicas de juicio, que son impulsadas por distintos medios, pero con el mismo fin: el señalamiento de conductas consideradas políticamente incorrectas. Sin embargo, para tener mayor entendimiento del fenómeno de la cancelación es importante remontar a algunos casos que forman un precedente para nuestro análisis de estudio con respecto a las series animadas.

La idea de *cancelar* algo o alguien no surgió de la noche a la mañana entre los millennials y los centennials, más bien la noción de castigar socialmente a figuras públicas o contenidos polémicos tiene sus inicios en muchos años atrás. Un ejemplo temprano del temido fenómeno de la cancelación ocurrió con la banda británica The Beatles en marzo de 1966, cuando decidieron dar una controversial entrevista para la revista London Evening Standard, titulada: “¿Cómo vive un Beatle? John Lennon vive así”.

En Inglaterra, lugar donde se publicó por primera vez pasó desapercibida, pero meses más tarde, el 29 de julio de 1966 para ser precisos, una revista estadounidense que compraba todas las premisas de la agrupación británica llamada Datebook, lanza los siguientes titulares: “Es un país asqueroso donde cualquier negro es un negro sucio” (McCnthey, 1966) y “No sé qué desaparecerá primero, el rock & roll o el cristianismo” (Lennon, 1966).

El racismo de Paul no le interesó a la prensa norteamericana, lo que realmente los enfureció fueron los frívolos comentarios hechos por John, decía que la religión había perdido protagonismo en los hogares; y el que más desató ira de los lectores y los medios: “Bigger than Jesus”, es decir que los Beatles se habían vuelto más populares que Jesús y que pronto el cristianismo desaparecería.

Lennon no pensó en las consecuencias tan catastróficas que podría acarrear un simple comentario, hubo protestas exigiendo que se cancelara su gira por Estados Unidos, hubo quema de discos masiva, también la comunidad cristiana exigía a sus feligreses que ninguno asistiera a eventos relacionados con el cuarteto de Liverpool.

Para apaciguar a la multitud, después que los integrantes tocaran tierras americanas y llegaran a su hotel; Lennon tuvo que salir a dar una entrevista a los medios locales, en la cual explicaba que su intención no era decir que eran más grande que Dios, un periodista tomó la palabra y le preguntó si tenía intenciones de disculparse, el músico respondió que no sabía porque tenía que pedir una disculpa, que estaba tratando de explicar lo sucedido, pero si una disculpa lo hacía feliz eso haría. Posteriormente la gira sucedió con normalidad, a excepción de algunos manifestantes en la entrada de los conciertos con cánticos como: “Jesús también te salvó John Lennon”.

Aunque en ese momento no se hablaba de cancelación como tal, este caso muestra cómo la sociedad ha actuado de manera histórica ante discursos que no se moldean a sus normas, es decir; discursos inadecuados o peligrosos.

A pesar de la censura que sufrió el grupo en esos momentos, de acuerdo con Batalla (2021), la palabra cancelación vió la luz por primera vez en la serie *New Jack City* (1991), en esta uno de los personajes principales dice la siguiente línea: “Cancelad a esa p*ta, ya me compraré otra”, haciendo referencia a dejar o deshacerse de una mujer. La siguiente referencia encontrada por el autor es en la canción “*I’m single*” (2009) del rapero Lil Wayne, en la cual dice: “Si estoy soltero/ Ni**a tuvo que cancelar a esa perra como Nina” haciendo referencia a la serie ya mencionada.

La noción de ser castigado socialmente por un acto malinterpretado no solo ha aparecido en la cultura popular, sino también es representada en las series animadas. Un claro ejemplo de ello son *Los Simpson* con el capítulo 09 de la sexta temporada llamado *Homero Badman* (1994). En el cual se aborda de manera satírica como los

medios de comunicación, en este caso en particular la televisión; tergiversan la realidad para convertirla en un escándalo social.

En este episodio Homero Simpson y su esposa Marge van a una convención de dulces y dejan a sus hijos con la niñera. El esposo amarillo roba un caramelo llamado “La venus goma de jalea”; cuando llegan a su hogar Homero lleva a la niñera a su casa, al momento de salir la mujer tiene el emblemático dulce pegado al trasero, Homero lo toma y dice: “Oh dulce y deliciosa venus de jalea”, lo que la chica malinterpreta y al día siguiente hay una protesta fuera de la casa Simpson. Desde ese momento su vida se ve sumergida en una campaña de desprestigio mediático, donde los medios de comunicación deforman las declaraciones de Homero y la sociedad lo condena sin pruebas aparentes: “Los medios te han hecho un monstruo porque no les interesa saber la verdad, solo les interesa entretener...” (LISA, 1994). Casi al terminar el episodio Homero logra dar una entrevista en un canal abierto en el que expresa lo siguiente:

Hola, soy Homero Simpson, o como ustedes me dicen “el cochinote”, saben todos creen lo que dicen de mí inmediatamente, sin estar seguros y yo no lo hice [...] Miren si he hecho algunas cosas malas en mi vida, pero acosar mujeres no es una de ellas... (HOMERO, 1994)

Este episodio resulta relevante para el análisis de la cancelación, ya que adelanta la dinámica del juicio público y el acorralamiento de los medios de comunicación hacia el público, al finalizar el episodio el presentador del programa de televisión termina diciendo: “En nuestra búsqueda de premisas los medios a veces cometemos errores...” (1994), el programa coloca de manera muy rápida una lista de “errores” que ha cometido a lo largo de su transmisión, pero jamás ofrece una disculpa o reparación de daño para los involucrados.

3.2

Estas expresiones previas reflejan que la censura y castigo existían mucho antes de la era digital, manifestándose con sanciones mediáticas o rechazo público. Este fenómeno puede analizarse desde la perspectiva de Michael Foucault con sus ideas de

la vigilancia social y el poder. Para el autor, el poder no solo se da de manera vertical y de arriba a abajo, sino que circula a través de los discursos y las prácticas que regulan el comportamiento social. En este sentido la cultura de la cancelación es referida como una forma de disciplina contemporánea, donde la vigilancia no solo es por parte de las autoridades, sino también por la sociedad, que actúa como una máquina de control colectivo.

La cultura de la cancelación entendida desde la perspectiva foucaultiana (1975), analiza cómo las sociedades han evolucionado la manera de castigar a los individuos y de esta manera ejercer control sobre ellos. Para Foucault el castigo es definido como:

El castigo tenderá, pues, a convertirse en la parte más oculta del proceso penal. Lo cual lleva consigo varias consecuencias: la de que abandona el dominio de la percepción casi cotidiana, para entrar en el de la conciencia abstracta; se pide su eficacia a su fatalidad, no a su intensidad visible... (1975, pp. 11).

El castigo como lo plantea Foucault (1975) pasó de ser físico a un acto operado de manera simbólica, anteriormente las penas eran públicas “el castigo-espectáculo” (ejecuciones, por ejemplo) emitidas por el Estado; pasando a ser, en palabras del autor una “economía de derechos suspendidos”. Como es el caso de la cancelación, el derecho de la libertad de expresión es silenciado por la sociedad digital; el castigo se vuelve una sanción social que se aloja en la memoria colectiva:

A partir de este momento, el escándalo y la luz se repartirán de modo distinto; es la propia condena la que se supone que marca al delincuente con el signo negativo y unívoco; publicidad, por lo tanto, de los debates y de la sentencia; pero la ejecución misma es como una vergüenza suplementaria que a la justicia le avergüenza imponer al condenado(Foucault, 1975, pp. 12).

La cancelación no solo crea una manera de ejercer sanciones ante los que transgreden lo “políticamente correcto”, sino que sirve como un mecanismo de disciplina; para Foucault (1975) el castigo no solo cumple con una función represiva, sino también genera efectos “positivos en la sociedad”: “los mecanismos punitivos en sus únicos efectos "represivos", en su único aspecto de "sanción", sino incorporarlos a toda la

serie de los efectos positivos que pueden inducir [...] el castigo como una función social compleja” (Foucault, 1975, pp. 24).

En el contexto digital, la cancelación no solo ejerce castigo sobre la persona que cometió la falta, sino también complementa las normas sociales para exponer discursos o comportamientos inadecuados. De modo que se convierten en un mecanismo de control social que moldea a los individuos por el miedo a ser sancionados públicamente.

Continuando con la obra de Foucault (1975) y uno de los conceptos más importantes que aborda el autor es el *panoptismo*, el cual se refiere a la autorregulación constante que tienen los individuos. El autor dice que las instituciones ejercen un control que no se logra percibir a simple vista está siempre latente en los usuarios: “[...] el efecto mayor del Panóptico: inducir en el detenido un estado consciente y permanente de visibilidad que garantiza el funcionamiento automático del poder” (1975, pp. 184).

Para que el poder del panoptismo funcione de manera adecuada debe tener dos características: debe ser visible e inverificable; la primera hace referencia a que el acusado deberá tener siempre presente una figura de “vigilante” (sea o no un humano), pero se vuelve inverificable, porque no sabe en qué momento se aparecerá; en su mente siempre está presente la idea de hipervigilancia, aunque la autoridad no esté latente todo el tiempo. Por lo tanto, el *panóptico* se convierte en un: “Dispositivo importante, ya que automatiza y desindividualiza el poder...” (Foucault, 1975). Este principio se traslada a la era digital, en donde las redes sociales funcionan como un panóptico en el que cualquier persona puede estar hipervigilada todo el tiempo.

Este fenómeno es entendido por Batalla en *Cultura de la Cancelación* (2021) como: autocensura “El sistema de censura puede funcionar como un arma de doble hélice, que va desde afuera hacia adentro y desde el interior hasta el exterior” (2021, pp. 133). Los fenómenos que se están desarrollando a partir del “surgimiento” de la cancelación

van desde el condicionamiento no establecido para poder pertenecer hasta el temor por las respuestas no positivas por parte de los espectadores.

Dentro de la autocensura se puede referenciar el fenómeno del *fan service*, el cual es definido por Brookey (2023) como: “los esfuerzos realizados para complacer o atender específicamente los intereses de los fanáticos de un programa, película u otro producto de medios en particular”. Estos “esfuerzos” no son realizados para que no haya cierta censura de la obra, más bien se hacen para que los fanáticos atiendan al llamado de las emociones al presentar algún material que apele a los sentimientos, en su mayoría de veces la nostalgia.

Para comprender de manera más profunda al fan service es importante retomar Hall (1979), quien menciona que los mensajes no son recibidos de manera uniforme, sino que existen tres formas de decodificación: dominante, negociada y oposicional, por lo tanto el fan service presentado en los productos comunicativos pueden ser leídos de diferente manera; en el caso de nuestro objeto de estudio *La Casa de los Dibujos* se presenta de la siguiente manera:

- Dominante: Los espectadores aceptan el humor negro, la sátira y las críticas ofensivas, entendiendo que es parte de la crítica social a través de la exageración.
- Negociada: Los fans disfrutan la crítica social, pero rechazan actitudes ofensivas como la transformación de *Morocha* a un personaje racista.
- Oposicional: Algunos espectadores rechazan por completo el uso de ideas que perpetúan la misoginia o el racismo, en lugar de interpretarlo como una crítica.

El fan service, como ya lo señaló Batalla con el concepto de autocensura, es un arma de doble hélice, que por un lado fortalece la conexión con las audiencias, pero por el otro puede convertirse en un discurso que perpetúe algún tipo de violencia simbólica.

Para Batalla (2021), en el caso de la cancelación el poder actúa de una manera muy curiosa, pasa de venir de arriba hacia abajo y se direcciona en cualquier posición que se encuentre, es más común que la cancelación provenga de abajo hacia arriba.

Para entender el fenómeno de la cancelación es necesario entender algunos conceptos precedentes a este. Batalla, comienza explicando el término *online shaming*, que es el mundo en donde se sostiene nuestra identidad digital y apunta arremeter en contra de una persona hasta que sienta que ha perdido la guerra, además busca invalidar la credibilidad de una persona en el mundo digital.

Para explicarlo mejor, el autor ejemplifica con dos términos: la *porno venganza* y el *doxing*. El primero también conocido como *revenge porn*, hace alusión a la publicación de vídeos o fotografías íntimas, sin el consentimiento del protagonista a través de redes sociales. El segundo es una práctica que consiste en investigar y publicar información privada sobre un individuo o una organización, lo que se busca es sacar a la luz información privada que no se encuentra a simple vista.

Por lo tanto el "online shaming" se crea a partir del alter ego que se encuentra en el mundo digital. Esta identidad digital tiene dos variables: una de manera inmediata (publicar una foto, dar un like, colocar un comentario, etc.); y el impacto a largo plazo que es cuando algo que no se tomó en cuenta en ese momento adquiere relevancia más adelante. El yo-digital no solo se compone de lo que está en la red de manera voluntaria, sino también lo privado, lo que pasa a ser público en contra de su voluntad.

Entendiendo estos conceptos Batalla (2021) define este fenómeno como:

“un fenómeno global de estos tiempos, surgido de la tecnología como concentradora de voces, como método de concentración de discursos, pero funciona a partir de comportamientos humanos preexistentes y no necesita que el discurso o comportamiento por el que se busca cancelar a una persona sea real: que sea creíble es suficiente” (Batalla, 2021, pp. 119).

La cancelación se ha consolidado como un fenómeno que trasciende de la opinión pública a funcionar como un mecanismo de reprobación social que tuvo ampliación por las tecnologías digitales y las redes sociales. Lo impresionante de este fenómeno radica en cómo pasa de ser una herramienta de reflexión y cuestionamiento a ser un método de linchamiento social y mediático. Así este enjuiciamiento no siempre viene acompañado de una reflexión profunda sobre nuestros actos, sino está impulsada por el miedo a ser reprobado por el ojo público.

3.3 Antecedentes contemporáneos de cancelación en animación.

Para comprender cómo la cancelación se ha manifestado recientemente es necesario analizar casos emblemáticos que han generado debates sobre los límites de lo políticamente correcto y la censura. Además es importante enfatizar el papel que han tenido las empresas encargadas de la producción de contenido audiovisual, en este caso de series animadas.

La cultura de la cancelación ha llevado a las empresas a actuar por temor y adelantarse a los usuarios en redes sociales, esto no solo aplica para las grandes corporaciones, sino también para los actores que le dan vida a los personajes en las narrativas animadas.

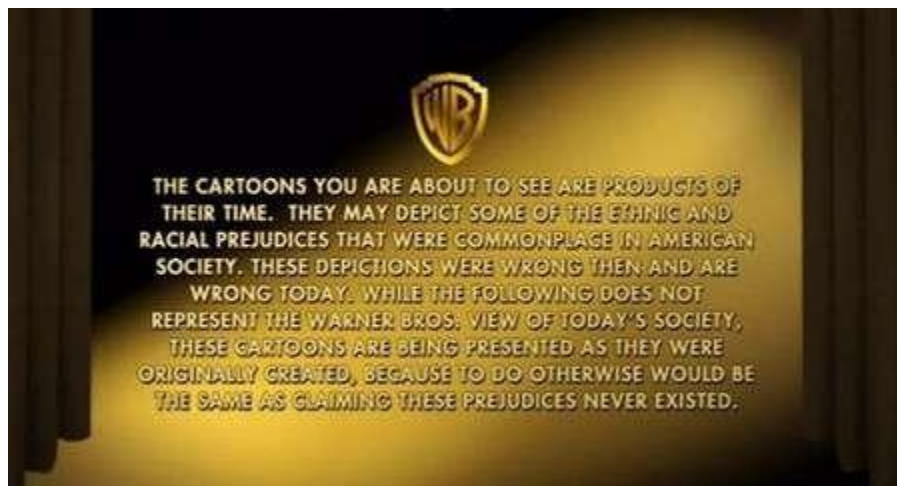
Empecemos con la plataforma Max, la cual es casa de grandes series animadas y películas. En 2020, en medio de las protestas del movimiento Black Lives Matter, la plataforma de streaming decidió retirar de su catálogo la película "*Lo que el viento se llevó*" (1939), dirigida por Victor Fleming. En ella se tiene una mirada elitista y racista sobre las personas afrodescendientes, ya que ven al esclavismo como "voluntario".

Las declaraciones de Max respecto a la eliminación del film de su plataforma fueron que la película sostenía y sigue siendo un retrato racista, afirmaron que lamentaban tener esta obra en su catálogo, que sería retirada y regresaría junto a un debate de su contexto histórico y la denuncia de los elementos, pero sería presentado tal y como fue creado.

En el caso de los dibujos animados pertenecientes a la serie “El show de los Looney Tunes”, emitida por primera vez en 1969 pasó algo similar cuando emergió de la televisión a las plataformas de streaming. Para que la serie fuera transmitida sin ningún inconveniente después de las declaraciones en Twitter del columnista del New York Times; Charles M. Blow, quien publicó una columna titulada: “Six Seuss Books bore a Bias”, en la que crítica cómo los estereotipos presentados en caricaturas, series o cuentos infantiles perjudican la manera en que se desarrolla la cultura infantil. En el texto menciona los personajes altamente controversiales que son Espiri Gonzales y Pepe Le Pew. Los medios tradicionales y las redes sociales estallaron de tal manera que el periodista tuvo que responder a través de Twitter y dijo lo siguiente:

“Los blogs de RW están enojados porque dicen que Pepe Le Pew agredió la cultura de la violación. Vamos a ver: 1) Agarra/besa a una chica desconocida, repentinamente sin consentimiento y en contra de su voluntad. 2) Ella lucha con todas sus fuerzas para alejarse de él, pero no la suelta. 3) Cierra una puerta para evitar que ella escape”. (BLOW, 2021).

La cadena Max tuvo que colocar un mensaje de advertencia antes de que iniciara alguno de sus programas que pudiesen contener algún personaje o diálogo que fuese políticamente incorrecto:



Fuente: Espino, 13 de abril de 2026.
https://i.blogs.es/5139ef/warner-advertencia-dibujos/450_1000.jpeg

Recuperado de:

“Los dibujos animados que estás a punto de ver son productos de su época. Pueden representar algunos de los prejuicios étnicos y raciales que eran comunes en la sociedad americana. Estas representaciones fueron incorrectas entonces y están incorrectas hoy, mientras que las siguientes no representan a Warner Bros. A la vista de la sociedad actual, estos dibujos se están presentando como fueron creados originalmente, porque hacer lo contrario equivaldría a afirmar que estos prejuicios nunca existieron.” (Warner Bros, 2019)

En el caso del personaje *Apu*, quien es un personaje presentado con “características” indias que sale por primera vez en la serie animada de Los Simpsons. Apareció por primera vez en la temporada 5 en el episodio 13. El dilema con él comienza en 2017, cuando sale el documental: “El problema con Apu” dirigido por Michael Melamedoff, en el que varios comediantes y humoristas, critican los estereotipos presentes en el personaje, y se reafirma la idea de que estos son dañinos cuando uno de los creadores de origen Indio Hari Kondabolu afirma que llegó a odiar la serie porque sus compañeros se reían de él y constantemente lo estaban comparando con Apu, además agregó que lo que a los americanos les parece un acento exagerado es gracioso a él le parece racista. La respuesta de Fox (en ese entonces, ahora Star +) fue retirar de las siguientes temporadas al personaje.

Su respuesta no fue de esperarse, ya que en el episodio 12 de la temporada 29 de 2018, titulado: “No Good Read Goes Unpunished” (“Ninguna buena lectura queda impune”), nos muestra a Marge queriendo leer un cuento a su hija, que ella disfrutaba en su infancia, pero que ahora se da cuenta que es políticamente incorrecto e intenta corregirlo, Lisa le dice que eso no resuelve el problema y posteriormente muestra una foto de Apu. El productor del programa afirma que es un error eliminar personajes, ya que el programa es una sátira a la cultura y esto es precisamente lo que quiere retratar.

Definitivamente, la cultura de la cancelación ha transformado la manera en que analizamos y consumimos productos audiovisuales. A través de redes sociales, los usuarios ya no son solo consumidores, ahora son agentes activos, que le exigen a las producciones tener responsabilidad en los productos que ofrecen al espectador.

Personajes como *Apu* en *Los Simpsons* son el reflejo de estereotipos dañinos que pueden ser perpetuados en “humor”, pero al mismo tiempo estos personajes abren la puerta a debates sobre representación.

Sin embargo, eliminar personajes o episodios sin algún análisis social o histórico implica que se limite la oportunidad de generar aprendizaje colectivo. Dentro del panorama digital, en el mismo entorno donde interactúa el activismo digital; es importante generar un equilibrio entre la responsabilidad de las producciones audiovisuales al crear contenido y la audiencia para interpretar contenidos desde la reflexión.

La relación entre audiencias e industrias culturales evidencia una transformación significativa: los consumidores han dejado de ser sujetos pasivos para convertirse en actores con capacidad de influencia. En el caso específico de la animación, los ejemplos analizados muestran cómo la cancelación ha impactado directamente en la producción y distribución de contenidos, generando tensiones entre la responsabilidad social de las empresas y la preservación de obras como productos de su contexto histórico.

La eliminación, modificación o advertencia sobre ciertos contenidos abre un debate fundamental: si es más pertinente censurar o utilizar estos materiales como herramientas de reflexión crítica.

Capítulo 4: Generaciones contemporáneas y su interacción con los contenidos actuales.

En la actualidad, las generaciones contemporáneas han transformado las dinámicas de consumo y la manera en que interactúan en los espacios digitales. Los millennials y la generación Z son definidos por Twenge (2023) como grupos que han crecido en contextos acelerados en cuanto a innovación tecnológica; lo cual moldea la manera de interactuar con los medios y expresar su postura ante temas sociales. Estas generaciones dejaron de ser agentes pasivos del consumo y se convirtieron en críticos que ocupan los espacios digitales para cuestionar la representación en los medios y hacer un llamado al cambio social.

Según la Asociación Mexicana de Internet (AIMX) en su estudio *20° Estudio sobre los hábitos de usuarios de internet en México 2024*, el 59% de los usuarios de internet en México pertenecen a estas generaciones, jóvenes que oscilan entre los 12 y 43 años de edad. Los usuarios pasan alrededor de 9 horas diarias conectados por día, en las cuales priorizan actividades como mensajería instantánea, uso de redes sociales y acceso a entretenimiento audiovisual. Más allá del entretenimiento, los espacios digitales se han convertido en un refugio clave para el activismo digital, pues 17% de los usuarios están interesados en el activismo digital.

Desde la perspectiva de Canclini (1995) y Pierre Bourdieu (1980), los hábitos de consumo de las generaciones actuales son un reflejo de las dinámicas culturales, donde la digitalidad no solo hace referencia a intereses personales, sino a procesos de pertenencia social. La cultura de la cancelación es un ejemplo de estas interacciones; a través de las redes sociales los cuestionan, analizan y exigen la modificación de contenidos que sea considerado como políticamente incorrecto, generando un espacio de debate sobre la representación y la responsabilidad mediática.

En este capítulo analizaremos las características principales de los millennials y los centennials; cómo se comportan en entornos digitales; y cómo sus hábitos de consumo

están presentes en los movimientos virtuales. Para ello, retomaremos a Twenge (2023), quien define los rasgos de cada generación; así como los aportes de Canclini y Bourdieu para comprender la *cultura del consumo* y el *habitus* en la percepción del contenido audiovisual. Para finalizar, exploraremos los planteamientos de Rovira (2017) con respecto al activismo digital como una herramienta clave para entender cómo las generaciones contemporáneas canalizan demandas sociales a través de plataformas digitales; los cambios saltan de las pantallas.

4.1 Caracterización de las generaciones contemporáneas

El entendimiento de valores, comportamientos y hábitos de consumo de las generaciones contemporáneas es esencial para comprender y analizar su participación en fenómenos sociales actuales como la cultura de la cancelación. Por ello, es fundamental definir las generaciones que predominan actualmente: Millennials y Generación Z. Para Twenge (2023) estas son definidas como:

- Millennials: Son personas que nacieron entre los años 1980 y 1994, son descritos como la culminación de tendencias generacionales que eran impulsados por el individualismo y la vida lenta, además suelen ser criticados por cambios culturales que surgieron con ellos, sino que heredaron y adaptaron en su desarrollo.

Millennials are the culmination of the generational trends in technology, individualism, and the slow-life strategy begun by Boomers and Gen X'ers. In other words, Millennials didn't start the trends they're often blamed for— something often missed in the more critical media coverage of Millennials (Twenge, 2023, pp. 227).

En concordancia con Twenge y complementando su definición, Strauss y Howe (1992), explican que los Millennials son una generación con un fuerte sentido de pertenencia, responsabilidad cívica y valores colectivos. Desde pequeños se les alentó a trabajar en equipo y preocuparse por las causas sociales, por lo tanto, el activismo digital es parte de su rutina mientras navegan en internet.

A diferencia de generaciones anteriores, los Millennials crecieron en un entorno digital donde se les exige rendir cuentas y accionar ante temas de política. El deseo de la manifestación y el uso de la cultura de la cancelación es reflejo de cómo esta generación está moldeada por ideales de justicia social e inclusión; de este modo prefieren actuar en conjunto para denunciar discursos y comportamientos considerados políticamente incorrectos; esto se vuelve más fácil gracias al uso de la redes sociales.

- Generación Z: Son personas nacidas entre los años de 1995 y 2012, y se caracterizan abiertamente por estar inmersos abruptamente en la era digital. Esta generación es la primera en pasar toda su adolescencia con smartphones; lo que moldea su forma de relacionarse y sus valores:

“This generation is most often called Generation Z, based on the generation just before them having once been called Generation Y—but that generation (born 1980–1994) is now regularly referred to as Millennials” (Twenge, 2023, pp. 338).

Conocer las características de las generaciones contemporáneas, permite entender sus contextos, comportamientos y perspectivas. Ambas comparten la esencia de la era digital y han desarrollado una serie de características que los diferencia significativamente. A continuación, se presenta un cuadro basado en las ideas de Twenge (2023), el cual ilustra una comparación entre ambas generaciones retratando aspectos como tecnología y hábitos de consumo:

COMPORTAMIENTOS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS GENERACIONES CONTEMPORÁNEAS		
ASPECTO	MILLENNIALS	GENERACIÓN Z
Relación con la tecnología	Crecieron en el auge de la tecnología y el internet; los	Definitivamente es la generación por excelencia de nativos digitales;

	primeros móviles y las redes sociales como Facebook. El crecimiento tecnológico se encontraba muy latente, pero no los definió como individuos durante su infancia.	la tecnología ya no solo es una herramienta, ahora es su espacio central de interacción, por lo tanto de activismo. Aquí se encuentran plataformas como instagram y TikTok, las cuales son claves para su expresión y participación social.
Valores y prioridades	Priorizan el crecimiento económico y toman demasiada relevancia al éxito y la realización personal.	Para ellos, adquiere mayor relevancia la equidad y la autenticidad. Están dispuestos a apoyar causas sociales y esperan que las marcas y organizaciones hagan lo mismo, además de reflejar valores éticos y responsabilidad social.
Comportamientos sociales	Crecieron con el lema de Barbie: “Tú puedes ser lo que tú quieras ser”; por lo tanto están en una búsqueda constante de la autorrealización. Son individualistas y tienen la tarea constante de buscar la independencia, sin embargo buscan relaciones duraderas y significativas.	Su estabilidad emocional y física es clave para ellos; es una generación que no le gusta asumir riesgos; han adoptado una cultura de seguridad.
Participación política y activismo.	Es la generación del 11 de septiembre; por lo tanto tienen el constante deseo de querer cambiar las normas mediante la participación ciudadana; además	Su activismo está ligado rotundamente a las plataformas digitales y está impulsado por movimientos como el <i>MeeToo</i>, usan los espacios digitales para

	hubo un auge con respecto a querer cambiar las instituciones.	presionar a cambios estructurales.
Salud mental y bienestar.	La búsqueda de validación externa aumentó los niveles de ansiedad y estrés; las redes sociales afectaron severamente su autoestima por la constante comparación con otras personas.	A pesar de ser una generación que se caracteriza por hablar abiertamente de la salud mental y el bienestar emocional, enfrentan tasas altas de ansiedad y depresión por la hiperconexión.

El cuadro resalta aspectos importantes que reflejan que a pesar de ser generaciones que convergen de manera simultánea en un mismo espacio virtual o físico presentan diferencias resaltables en cuanto valores, activismo, bienestar emocional y comportamientos sociales. Mientras que los Millennials crecieron junto con la tecnología, la Gen Z es nativa digital y utilizan la tecnología como herramienta central.

En cuanto a sus valores y prioridades los Millennials están más preocupados por el crecimiento económico y la autorrealización, mientras que los nativos digitales buscan autenticidad; apoyan activamente temas sociales, pero siempre buscando su seguridad, evitando correr riesgos.

La comparación entre ambas generaciones revela que a pesar de crecer simultáneamente con la tecnología, no lo hicieron de la misma manera; y aunque el uso de las redes sociales sea parte de su cotidianidad no son usadas de la misma forma ni para los mismos fines. En el caso del activismo digital, la Gen Z usa los espacios virtuales para protestar y generar presión social para un cambio estructural desde sus ordenadores, sus smartphones; mientras que los Millennials convocan de manera digital a la protesta en las *plazas*, es decir usan las redes sociales para llamar a los internautas a reunirse en espacios “reales” (Pleyers, 2016).

4.2 Diferencias generacionales en hábitos de consumo digital

El análisis sobre las diferencias y similitudes de ambas generaciones revela cómo las dinámicas sociales han moldeado la manera de interactuar y participar en fenómenos como la cultura de la cancelación. Sin embargo para obtener mayor entendimiento de cómo estos comportamientos y valores se relacionan a los procesos de producción y consumo cultural es necesario recurrir a autores clásicos como Bourdieu (1980) y Canclini (1995), quienes abordan como los hábitos del consumo están relacionados con el poder, el cual es clave para entender los discursos contemporáneos.

Dentro de las confrontaciones que existen entre generaciones una de las distinciones presentes en cada una de ellas es el consumo; el cual depende estrictamente de lo que uno tiene o es capaz de conseguir. Para Canclini (1995) el consumo es definido como: "el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los productos".

Para entender porque Canclini (1995) reconoce que consumir no es solo un acto pasivo, es necesario revisar cómo interviene este rubro en áreas activas de la participación ciudadana tal como los movimientos sociales. El autor explica que los movimientos sociales actuales ya no solo se centran en exigir que se cumplan los derechos, sino cuestionar la falta de ellos, afirmando que esta transformación no surgió en las revoluciones sociales o la academia, sino en el auge de las tecnologías audiovisuales, que modifican la relación con la audiencia:

No fueron tanto las revoluciones sociales, ni el estudio de las culturas populares, ni la sensibilidad excepcional de algunos movimientos alternativos en la política y en el arte, como el crecimiento vertiginoso de las tecnologías audiovisuales de comunicación lo que volvió patente de qué manera venían cambiando desde el siglo pasado el desarrollo de lo público y el ejercicio de la ciudadanía. Pero estos medios electrónicos [...] establecieron otros modos de informarse, de entender las comunidades a las que se pertenece, de concebir y ejercer los derechos. Desilusionados de las burocracias estatales, partidarias y sindicales, los públicos acuden a la radio y la televisión para lograr lo que las instituciones ciudadanas no proporcionan: servicios, justicia, reparaciones o simple atención (Canclini, 1995, pp.23).

Por consiguiente, los medios tradicionales desplazaron las formas cotidianas de participación ciudadana hacia prácticas de consumo, donde las personas buscan en los medios aquello que las instituciones no les brindan. En este sentido, lo privado se convierte en un espacio mediático, donde los aspectos de la vida social son mostrados por las tecnologías de la comunicación, permitiendo que los consumidores participen activamente en el ejercicio de la discusión política y social.

Canclini afirma que entre más jóvenes son los consumidores dependen más de la cultura de la élite y de los medios de comunicación para tomar una decisión en cuanto a lo que consumen con respecto a lo cultural; por lo tanto para que el consumo acoja las características que rodean la globalización deben de incluirse los procesos de comunicación: “el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad” (Canclini, 1995).

Para el autor, el consumo ya no solo es un acto individual, es ahora un espacio en donde las demandas colectivas y prácticas sociales son reguladas; en el caso de la cultura de la cancelación el receptor decide de manera individual consumir algún contenido, pero es hasta el momento que interactúa en las plataformas digitales que se da cuenta que lo que decidió ver no es “políticamente correcto”; y ahí, dentro del vasto mundo de la digitalidad y de manera colectiva decide alzar la voz; es por eso que el autor afirma que lo privado ahora es concebido en la esfera pública.

Esta perspectiva encamina a la teoría de Bourdieu (1980) quien afirma que el consumo guía a la reproducción de jerarquías sociales con el *habitus* y el *capital simbólico*; mientras que Canclini (1995) destaca el papel del consumo en la formación ciudadana, Bourdieu afirma que prácticas culturales pueden reforzar las diferencias de clase y legitimar ciertas formas de poder simbólico.

Las predisposiciones que rigen a la sociedad alteran la manera en que concebimos el contenido que consumimos; estas sin duda dependen del conjunto de normas sociales

y culturales que los individuos han adquirido a lo largo de su vida. Planteado desde la perspectiva de Bourdieu (1985) este concepto toma sentido y es nombrado *habitus*:

sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, [...] principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente "reguladas" y "regulares" sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas, y, por todo ello, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta (Bourdieu, 1985, pp. 86)

De esta manera el *habitus* forma preferencias y estrategias de consumo al profundizar condiciones sociales históricas específicas; lo que permite comprender la formación de patrones sociales inclusive en contextos donde la dominación no se encuentra explícita, como es el caso de los contenidos audiovisuales. En este sentido Bourdieu señala que: “el *habitus* hace posible la producción libre de todos los pensamientos, todas las percepciones y todas las acciones inscritas en los límites inherentes a las condiciones particulares de su producción, y de ellos solamente” (1985).

Por ejemplo, en las generaciones contemporáneas cuyo *habitus* se encuentra reflejado en las conexiones digitales y globalizadas en los que resaltan discursos como el de la cultura de la cancelación exponiendo expresiones interiorizadas que emergen de las estructuras sociales que varían entre generaciones y según sus contextos sociales; resaltando la dominación persistente en estas prácticas ya que no son simplemente lecciones individuales sino una persistencia de jerarquías existentes.

En este sentido la transformación generacional se puede analizar desde el concepto de capital simbólico que propone Bourdieu (1985) el cual se refiere a:

los beneficios que un grupo tiene posibilidades de extraer de esa transacción total son tanto más grandes cuanto mayor es su patrimonio material y sobre todo simbólico [...] Ese crédito que depende de la aptitud del decoro para asegurar la invulnerabilidad del honor constituye un todo indiviso que asocia la cantidad y la calidad de los bienes y la cantidad y la cualidad de los hombres capaces de hacerlos valer: es lo que permite adquirir, sobre todo mediante el matrimonio, los aliados prestigiosos, es decir la riqueza en "fusiles" que se mide no solamente por la cantidad de los hombres sino también por

su calidad, por su dignidad, y que define la aptitud del grupo para salvaguardar su tierra y su honor (1985, pp. 191-192).

Para Bourdieu el capital simbólico es la representación del poder intangible que viene derivado del prestigio y el reconocimiento de las actitudes socioculturales. A diferencia del capital económico o cultural, este se construye a partir de la implementación de normas y valores que determinado grupo considere valioso. Por ejemplo en cuanto al consumo, una marca no solo vende su producto sino también se rodea de valores que le permiten ejercer un poder sobre audiencias que comparten esos ideales.

4.3 Habitus, capital simbólico y jerarquías culturales

En este capital se ve reflejado el habitus, ya que los valores interiorizados encaminan las prácticas que validan y desafían las jerarquías establecidas, por lo tanto, cada generación al nacer y crecer en contextos distintos redefine qué prácticas acumulan como capital simbólico. De este modo se hila una diferencia, ya que mientras los millennials percibían su entorno a través de la ironía y de la sátira, la generación Z ejerce el capital simbólico a través de la censura exponiendo qué contenidos eran políticamente correctos y cuales merecen ser objeto de cancelación. esto refleja cómo las jerarquías se transforman conforme a los habitus internos de cada generación.

En este proceso de exposición de actos que pueden transgredir las normas por las cuales se rigen las generaciones contemporáneas, las redes sociales digitales se transforman en un espacio en donde los significados cobran sentido y son reforzados por la interacción continua de los usuarios. En estos entornos la Gen Z y los Millennials validan discursos, establecen normas y censuran de manera colectiva. De este modo, los espacios digitales trascienden de ser un espacio virtual a ser un escenario en donde se consolidan y validan las maneras de interacción de los usuarios.

Para explicar qué son las redes sociales digitales nos basaremos en Flores (Coord., 2014), quien expone que las redes de internet son: “el tipo de redes donde cada elemento es autónomo y no necesita pasar por uno de los elementos en concreto para

acceder a los demás” (2014). Esta estructura descentralizada permite dinámicas de interacción y consumo que se construyen de manera colectiva, sin la necesidad de un intermediario. De este modo los usuarios acceden a la información y al mismo tiempo son partícipes de la experiencia pública; en concordancia con Menesses (2014) son estructuras horizontales, que cumplen diversos objetivos como la autoexpresión, la promoción personal, política y de marca.

Menesses afirma que las redes sociales configuran la escena pública, ya que la experiencia *online* está influida por el *offline*; y a su vez se posicionan como un contradiscurso de las políticas establecidas. Como resultado, la digitalización provoca cambios en los sistemas de producción, en la identidad, representación y el consumo. A continuación se presenta la siguiente tabla, la cual permite visualizar como distintos aspectos de la digitalización influyen en la cultura de la cancelación:

PROCESOS CULTURALES EN LA ERA DIGITAL		
Aspecto	Definición	Relación con la cultura de la cancelación
Producción	Los usuarios participan activamente en la producción cultural, afectando a las distintas industrias de producción audiovisual.	La cancelación puede influir en que tipo de contenido se produce y qué discursos son aceptados o rechazados.
Identidad	En la virtualidad el individuo adquiere múltiples formas, debido a la representación digital.	La identidad permite el rechazo o aceptación de distintos contenidos o discursos.
Representa	Los entornos digitales acunan	La cancelación discute cómo los

ción	un espacio de sociabilidad, pero al mismo tiempo convergen disputas políticas y culturales.	medios, figuras o discursos pueden ser cuestionados por la representación de ciertos grupos sociales.
Consumo	Las redes sociales generan nuevas formas de consumo cultural, como la distribución de forma <i>gratuita</i> de ciertos contenidos para mayor alcance.	En este ámbito la cultura de la cancelación decide boicotear productos o discursos que le parezcan polémicos por la manera en que son representados en los medios.

Este cuadro permite comprender cómo los distintos procesos culturales en la era digital influyen en la cancelación, desde como la producción se ve afectada por la participación activa de los usuarios, hasta la representación mediática; el consumo se reestructura según las decisiones finales de los usuarios.

Por su parte Espejel (2014), afirma que los jóvenes solo buscan escapar de su realidad, y que internet es un buen portal para hacerlo. Las nuevas generaciones están obsesionados con el control- como se observó en relación a la producción y consumo de contenidos audiovisuales con respecto a la cancelación en el cuadro anterior- y las redes sociales son la herramienta ideal para la *reinención* de la vida online. La comunicación en redes sociales, afirma la autora, es latente, sin embargo es de breve duración y no es constante, por lo que no se alcanza una continuidad narrativa: “las nuevas generaciones viven tiempos fugaces, la información es mucha y no hay tiempo de procesarla por completo” (2014).

En concordancia con lo anterior Hidalgo (2014), plantea que la industria mediática se se ha reconfigurado con los nuevos hábitos de consumo de los usuarios: los receptores pasivos se tornaran activos y demandantes de interacciones entre ellos y las compañías; los usuarios exigen un territorio de *autoexpresión* y *autoexposición*.

Por consiguiente, los usuarios aprovechan las características que contienen los espacios virtuales -como inmediatez, facilidad para organizarse y el alcance global- para motivar a la acción colectiva, en palabras de Martínez (2014) se trata de un interés particular, compartido en una organización con un objetivo social establecido: “... hacemos activismo cuando realizamos una acción colectiva: una acción social en conjunto con un grupo de individuos que voluntaria y organizadamente realizan acciones determinadas en pro de un objetivo consensuado...” (2014).

El autor afirma que la comunicación virtual nos permite comunicarnos de manera eficaz: “los editores de la comunicación somos nosotros mismos” (2014). De manera semejante ocurre con el activismo digital, que nos permite ser *editores*, y decidir qué es lo que se esparce o no de manera digital.

Para Pleyers (2016), el activismo digital es una nueva manera de llamar a las multitudes a los espacios públicos. Sin embargo, explica que para que los movimientos sociales tuvieran relevancia en los espectadores debieron de ser *retransmitidos* por los medios convencionales; por lo tanto los medios *alternativos* permiten eficacia para que la información se mueva de manera rápida; y a su vez llegué a los medios tradicionales para que tenga mayor amplitud y *legitimidad*.

Los grandes medios buscan interactuar con las redes sociales de los activistas, propiciando que observadores y activistas contribuyan compartiendo información y publicando directamente noticias, imágenes y opiniones para sus sitios de cobertura mediática. En sentido inverso, ciertas informaciones difundidas por los medios de comunicación masiva, como las encuestas, retroalimentan a las redes sociales y sitios activistas para cuestionar la intencionalidad de éstas (Pleyers, 2016, pp. 174).

En el activismo digital las generaciones contemporáneas (Gen Z y Millennials) pueden denunciar cualquier tipo de situación, incluso son utilizadas para censurar a los medios tradicionales. Las nuevas plataformas digitales les permiten tener el control de la información que consumen, por esta razón los usuarios prefieren usar las redes

sociales, ya que es un espacio en donde puede coexistir su vida privada, sus opiniones y la esfera pública.

Sin embargo, aunque exista la posibilidad de que los usuarios exijan y denuncien por medio de las plataformas digitales, la información sigue dominada por la élite, es decir actores que tienen los recursos influyentes dentro del activismo digital, al mismo tiempo se debe recordar que las acciones individuales deben de pasar a ser colectivas para que tengan un impacto en la sociedad.

4.4 Prosumidores y nuevas dinámicas de producción cultural

De esta manera, a través del capital simbólico los colectivos y sus discursos toman relevancia dentro de los entornos digitales, es aquí donde surge el auge y la presencia de las generaciones contemporáneas a manera de protesta para demandar lo que ellos consideran correcto o que simplemente no se acopla a sus principios. Para Rovira (2017): “el cambio más significativo en los repertorios de protesta tiene que ver con la relevancia creciente de la comunicación” (2017).

Rovira (2017), expone que los activistas saldrán a las calles a protestar, sin importarles que medio los esté observando, lo que importa es darle visibilidad al movimiento que representan; consecuente a ello comunicadores en las redes sociales participaran en el ejercicio de la protesta digital generando entre sí vínculos de confianza.

Y dentro del vasto mundo de las redes digitales se conforman subgrupos que interactúan con mayor frecuencia, los llamados *clusters* quienes se encargan de trazar nodos que hacen que la información no se quedé estancada y fluya en áreas de mayor densidad. Los activistas difunden su experiencia cotidiana en los entornos digitales, esa cotidianidad que no tiene cabida en los medios tradicionales a menos que sea una historia que representaría un significativo ingreso de capital económico. De esta cruda manera las luchas sociales lograrían su objetivo y entrarían a la esfera de lo global para reforzar sus propias alianzas.

Para la autora, las plataformas digitales cambian la manera de operar de la comunicación, no solo como se producen y distribuyen los contenidos, sino también al momento de consumir. El receptor deja de ser la parte final del mensaje, ya no solo es un elemento pasivo, genera sus propias maneras de retroalimentación, el espectador no solo recibe la información ahora es partícipe y responde mediante memes, crítica e incluso sus propias producciones.

De esta manera las multitudes conectadas y el activismo en medios digitales transforman la manera en que se articulan los discursos de justicia social y cancelación en la esfera pública. La capacidad de los receptores para rechazar, cuestionar o incluso resignificar contenidos, refleja el nuevo paradigma de la memoria histórica, la búsqueda de una representación y los nuevos paradigmas en torno a la censura y el aprendizaje colectivo. En este sentido nuestro análisis en torno a *La Casa de los Dibujos* nos hace una invitación a la reflexión y no solo a los límites de la representación, sino a la importancia de conocer contextos con un enfoque más crítico y consciente. Para finalizar cabe resaltar que las generaciones contemporáneas ya no solo consumen contenido, sino se vuelven *prosumidores*, impulsando conversaciones respecto a las narrativas audiovisuales.

Capítulo 5: Elementos narrativos en series animadas

A lo largo del tiempo los medios de comunicación han ido evolucionando, desde la tradicional forma de ver televisión hasta los amplios catálogos del streaming; esta transformación no solo se dio en la manera en que consumimos contenido, sino también en las narrativas; en cómo se crean y se desarrollan las historias. En este entorno las series animadas han encontrado un espacio acogedor para sembrar un sin fin de ideas.

Anteriormente exploramos las diferentes formas de interacción entre los consumidores y los creadores de contenido audiovisual, dando pie a un entorno co-creativo, donde el público tiene un amplio espectro y a parte de decidir qué, dónde y cuándo va a consumir algún contenido, obtiene un papel indispensable en la creación de historias.

En este apartado abordaremos como las herramientas narrativas son utilizadas para atrapar a las audiencias globales y como las series animadas se han convertido en un medio poderoso para contar historias emocionantes, complejas y resonantes en la era del streaming.

5.1 Caso *La Casa de los Dibujos*, una narrativa animada para adultos.

Dentro del amplio mundo de la animación nos encontramos con un vasto catálogo de series animadas que han trascendido por el uso de narrativas que desafían lo considerado políticamente correcto. *La Casa de los Dibujos (Drawn Together)*, es una serie estadounidense emitida entre el 2004 y el 2007. Creada por Matt Silverstein y Dave Jeser, la animación adoptó un formato de reality show, en donde reunía personajes clásicos y estereotipados en los dibujos animados; desde el héroe en los cómics hasta la princesa en los cuentos de hadas.



Fuente: Wikipedia. Consultada el 18 de febrero de 2025. Recuperado de: <https://images.app.goo.gl/oUMPCaQqt8zzap8r8>

El programa se caracterizó por el uso humorístico y la exageración de las pautas establecidas por la industria, y a través de esta premisa la serie no solo hizo una crítica a la industria del entretenimiento, sino también puso sobre la mesa temas sensibles como el machismo, racismo, homofobia y la hipersexualización de los medios de comunicación. La serie utilizó un humor que transgredió e ironizó lo políticamente correcto, ya que se apoyaba de la exageración de estereotipos que ridiculizan los discursos de la cultura popular.

Uno de los mecanismos más presentes en la serie es la representación de personajes que son clichés dentro de la misma televisión, potenciando sus características hasta parecer absurdos, cada personaje funciona como la representación estereotípica de lo que se había promovido en la televisión y el cine a lo largo de muchos años.

La serie aborda el machismo a través de personajes como *Mueble O' Algo*, quien se caracteriza por comentarios misóginos y ser abiertamente sexista. En varios episodios el personaje se muestra con actitudes denigrantes hacia las mujeres aludiendo al humor y la "comedia". En el capítulo "Clum Babies" (T2E5), Spanky lleva al límite su capacidad de reproducirse, dando lugar a un debate sobre la mercantilización del cuerpo femenino.



Fuente: YOUTUBE. Consultada el 18 de febrero de 2025. Recuperado de: <https://images.app.goo.gl/PzpVV8azFAr99xzv5>

El racismo es otro tema que se toca dentro de la trama de "La Casa de los Dibujos". La mayoría de veces es representado por el personaje de Morocha Amorocha, quien encarna la hipersexualización de la mujer afrodescendiente en los medios de comunicación. En el episodio 06 de la segunda temporada llamado "A Tale of Two Cows", se crea la idea de que Morocha se convierte en un símbolo de lucha racial, pero también es utilizada como objeto de consumo; esta es una crítica de cómo la explotación en los medios viene disfrazada de inclusión.



Fuente: YOUTUBE. Consultada el 18 de febrero de 2025. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/ysjM3s1wN7o7wW3bA>

En cuanto al tema de la homofobia, la serie ridiculiza prejuicios de la comunidad LGBTQ+ través de Xander, cuya orientación sexual es constante objeto de burla. En el capítulo 05 de la primera temporada "Gay Bash", Xander lucha por el derecho de ser abiertamente homosexual, es una crítica a la resistencia de ciertos sectores a aceptar la diversidad sexual.



Fuente: FANDOM. Consultada el 18 de febrero de 2025. Recuperado de:
<https://images.app.goo.gl/vqv6zLEevEec7Pbg6>

Como ya se mencionó, *La casa de los dibujos* es un espacio en donde cohabitan ocho personajes que parodian animaciones presentadas en distintas producciones. Cada uno de ellos encarna arquetipos reconocibles en la cultura popular, lo que permite a la serie construir un discurso satírico. A continuación se describen cada uno de los personajes que conforman el enigmático reality show:

1. Princesa Clara: Es una princesa inspirada en los cuentos de hadas de Disney. Una representación del ideal de una mujer con educación privilegiada y con valores conservadores. Es una parodia del prototipo de princesa tradicional, ya que a lo largo de la trama se muestra intolerante, clasista y con fuertes prejuicios religiosos.



Fuente: FANDOM. Consultada el 09 de febrero de 2025. Recuperado de: <https://images.app.goo.gl/dRHB54coR9W9urQ2A>

2. Capitanazo: Es una parodia del superhéroe estadounidense Superman, el personaje ridiculiza la figura del héroe hipermasculino, es un personaje inmaduro, con tendencias violentas y egocéntrico. A través de su actitud irresponsable y sus excesos constantes, la serie hace una crítica hacia la glorificación de la masculinidad tóxica, los modelos en la percepción del poder y la autoridad.



Fuente: FANDOM. Consultada el 09 de febrero de 2025. Recuperado de: <https://images.app.goo.gl/1ZRSu5ZyqtDLkilf9>

3. Xander: Es la representación caricaturesca de los típicos héroes de los videojuegos y cómics. Sin embargo es presentado como un personaje homosexual, que lucha contra su entorno y los prejuicios que los rodean. Su representación abarca temáticas relacionadas con la identidad de género y la orientación sexual.



Fuente: FANDOM. Consultada el 09 de febrero de 2025. Recuperado de: <https://images.app.goo.gl/6SWNaQXBMBsMCBDG9>

4. Morocha Amorocha: Es una parodia de los personajes femeninos de los años 70. Su personalidad y diseño evocan la hipersexualización de la mujer afrodescendiente en los medios. Ella es consciente de los estereotipos con los que fue creada; usándolos a su favor como una herramienta de empoderamiento dentro de la narrativa.



Fuente: FANDOM. Consultada el 09 de febrero de 2025. Recuperado 82 de: <https://images.app.goo.gl/cXbbAWsHdN9bhihT6>

5. Lulu de Cartón: Es la caricaturización de los personajes femeninos de la animación en blanco y negro de los años 30; es una clara referencia a Betty Boop. Es presentada como una figura autodestructiva, agresiva y ausente de filtros sociales. Se convierte en una crítica al envejecimiento y los estereotipos de belleza de la industria del entretenimiento.



Fuente: FANDOM. Consultada el 09 de febrero de 2025. Recuperado de: <https://images.app.goo.gl/cXbbAWsHdN9bhihT6>

6. Ling-Ling: Es una parodia a los personajes de anime como Pokémon. Su lenguaje y diseño tienen como inspiración la cultura japonesa, es un personaje agresivo con tendencias homicidas. Su paso por la serie permite visualizar la representación occidental de los personajes asiáticos y la representación cultural.



Fuente: FANDOM. Consultada el 09 de febrero de 2025. Recuperado de: <https://images.app.goo.gl/cXbbAWsHdN9bhihT6>

7. Mueble O' Algo: Es una sátira a los personajes infantiles como Los Muppets. Su diseño y comportamiento reflejan la exageración de los personajes optimistas, sin embargo el personaje en la serie es utilizado para abordar temáticas oscuras y grotescas.



Fuente: FANDOM. Consultada el 09 de febrero de 2025. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2FofiWW%2F&psig=AOvVaw0qWbLigajFPoveiJ4qb5jy&ust=1739467808316000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQQjRxqFwoTCKCLguDUvosDFQAAAAAdAAAAABAJ>

8. Spanky Ham: Es una parodia al personaje de *Porky* del *Show de los Looney Tunes*, en la mayoría de episodios asume el papel de líder. También hace referencia a las figuras de internet, con una actitud grosera, fiestera y prepotente.



Fuente: FANDOM. Consultada el 09 de febrero de 2025. Recuperado de: <https://images.app.goo.gl/mokMxvUFEdcJn8Rf8>

Cada personaje de *La Casa de los Dibujos*, es un reflejo alterado de los arquetipos presentes en la animación tradicional. Lo que permite explorar temas como la sátira, la identidad y la influencia de los medios en la construcción de estereotipos. Como lo es en particular nuestro caso de estudio; El capítulo 08 de la segunda temporada llamado: “Términos de afecto”, el cual aborda temáticas como estereotipos racializados, acoso sexual, animales extintos, espionaje, abuso sexual y el que tiene mayor relevancia para nuestra investigación: la cancelación.

En este episodio Clara y Morocha se están duchando, y Capitanazo sin que ellas lo sepan las espía con su rayo láser; enseguida entra a la escena el personaje de Lulú de Cartón desnuda lo que provoca que Capitanazo retroceda, haciendo que las chicas se den cuenta que están siendo espiadas. Ellas lo confrontan, sin embargo él sigue utilizando sus poderes para seguir invadiendo la mente de Morocha, lo que le ocasiona un tumor cerebral. Capitanazo arrepentido y consciente de las consecuencias de sus acciones decide renunciar a sus poderes.

Mientras tanto en la casa los personajes tratan de hacer que Morocha despierte; cuando finalmente recobra la conciencia lo hace en una especie de arquetipo cavernícola (haciendo alusión a las representaciones de la comunidad afrodescendiente en la televisión de los años 50). Para tratar de solucionar el estado de Morocha, Mueble O’ Algo trae un indigente a la casa, al que le extirpa el cerebro para explicar el comportamiento de Morocha; concluyendo que se activó la parte de los estereotipos raciales.

Los personajes comienzan a convivir con ella con normalidad, incluso aprovechando sus nuevos “dotes” de cocinera que traen consigo el estereotipo “The mommy” (una mujer servicial que pone las necesidades de los demás antes que la suyas, es normal verla con un pañuelo en la cabeza y un mandil). Hasta que llega una especie de policía a la casa la cual traslada a Morocha a una especie de cárcel donde son eliminados los estereotipos políticamente incorrectos.

Pronto descubrimos que quien está detrás de esta organización es nada más y nada menos que Mickey Mouse, quien busca desaparecer sin dejar rastro los arquetipos presentados en la televisión que puedan hacer quedar mal a su compañía. Básicamente busca que la industria del entretenimiento no esté envuelta en polémicas. Casi al finalizar el episodio, el personaje de Spanky Ham hace la siguiente reflexión: “¿No lo ves? Estos personajes de caricatura son parte de nuestra historia y herencia. Claro, tal vez no sea algo de qué enorgullecernos, pero negarlos, bueno es peligroso. Como peligroso es negar el holocausto, la esclavitud...” (2005).

5.2 El papel de la narrativa en las series animadas para adultos

Esta premisa expone la importancia que tienen los personajes animados en los contextos históricos y culturales, lo cual nos lleva a cuestionarnos cómo es que se construyen las narraciones dentro del mundo audiovisual. Para hacerlo resulta pertinente recurrir al texto Mieke Bal (1985), en este la autora define a la narración como el acto de contar una historia; y no solo implica la secuencia de los hechos, sino la manera en que son presentados.

Desde la perspectiva de Bal, la narración comienza desde el texto narrativo, el cual es definido como: “... una historia que se cuenta con lenguaje; esto es, que se convierte en signos lingüísticos... estos signos los emite un agente que relata” (Bal, 1985). Resaltando que el emisor de historias no es el escritor, sino más bien el agente denominado “narrador”; quien no necesariamente relata de manera continua y puede ser reemplazado dentro de la historia por algún actor.

A pesar de las formas tan cambiantes, los textos narrativos han estado inmersos a través de los años en todas las culturas, en cada uno de los niveles sociales, en todos los países y en todos los momentos de la historia. Están basados en un modelo común que los ha hecho reconocibles a lo largo del tiempo. Sin importar lo absurdo o irreales

que sean los textos, el lector tendrá la cualidad de decisión entre lo que cree normal y creíble, para después dotarlo de un significado.

Hoy por ejemplo, las nuevas narrativas que ofrece el streaming permiten al espectador traer a la mesa temas antes no tratados y mucho menos en series animadas como nuestro objeto de estudio; La Casa de los Dibujos, que aborda el tema de la cancelación con mucha antelación a los discursos contemporáneos, las narrativas animadas permiten la discusión y distribución de estos temas.

Siguiendo con la idea de la narración, la autora señala que el texto narrativo se compone de tres elementos: el texto, la historia y la fábula. Los cuales son descriptibles y ayudan a visualizar cómo se construye la narrativa. El primero representa la capa externa, es decir la narración explícita meramente en el lenguaje. La historia cuenta los hechos de manera estructurada, alineándose con los acontecimientos (eventos) y los actores (personajes). Finalmente la fábula, parte donde todos los acontecimientos se unen de manera lógica y le dan sentido a la narrativa.

Como refiere Bal, la fábula es definida como: “una serie de acontecimientos lógica y cronológicamente relacionados” (1985), y todas las fábulas se basan en un modelo universal. Y cada una de las narraciones universales se rigen por las restricciones lógicas y convencionales. La primera hace referencia a que el efecto sigue a la causa; por lo tanto se rigen por reglas de la lógica y le brindan coherencia a la historia.

Y en la segunda, son establecidas de manera cultural y narrativa que no necesariamente siguen un orden “natural”. Estas reflejan normas y creencias culturales que pueden y llegan a perpetuar estereotipos, estos se reproducen de manera automática en la mente de los consumidores.

Desde esta perspectiva, la manera en que se presentan los hechos dentro de una narración no implica únicamente blanco y negro, va más allá y Bal lo define como “focalización”. Según la autora es el punto de vista a través del cual se conciben los

acontecimientos de una historia y puede influir en la manera en que el lector los interpreta. Básicamente se convierte en el filtro de información de lo que el espectador percibe:

La técnica narrativa tendría entonces un significado más amplio. Denotaría «todas las técnicas usadas para contar una historia». En ese caso llamaríamos «técnica narrativa» a la elaboración de un actante hasta convertirlo en personaje específico, y lo llamaríamos así no menos justificadamente que a la focalización de ese personaje. El hecho de que «narración» siempre haya implicado focalización se puede relacionar con el concepto de que el lenguaje forma la perspectiva y la cosmovisión, y no al revés (Bal, 1985, pp. 67-68)

La focalización es un recurso bastante utilizado dentro de las series animadas, ya que a través de los personajes y sus discursos encaminan al espectador a percibir alguna idea de manera conveniente, influyendo en la percepción y reproducción de estereotipos, ideas o maneras de pensar (como es el caso de la cancelación).

El concepto de focalización toma sentido al analizar el episodio 08 de la segunda temporada de La Casa de los Dibujos. Como ya se mencionó, en este episodio el personaje de Morocha Amorocha sufre un “accidente” en el que su conducta y apariencia se ven severamente afectados, transformándola en una representación estereotipada de la comunidad afrodescendiente.

Este giro en la narrativa viene acompañado con un ajuste en la focalización; el espectador acogió una serie de ideas sobre la comunidad afrodescendiente consideradas “correctas” y bien vistas en los programas de televisión, pero cuando el personaje retorna a su emblemático comienzo en la animación, este deja de ser bien visto, y pasa a ser mirado con ojos de desprecio e incomodidad. Este cambio en la perspectiva orienta al espectador a interpretar los hechos desde el humor y lo políticamente correcto.

Aquí la focalización se convierte en un recurso clave, que dirige la percepción del público, además enfatiza cómo los discursos humorísticos se pueden tornar en la

perpetuación de estereotipos raciales, o se inclinan a la reflexión de la representación de estos en los medios.

El tiempo es otro elemento narrativo esencial al momento de desarrollar historias: “Los acontecimientos ocurren durante cierto período de tiempo y se suceden en cierto orden” (Bal, 1985). Estos dos aspectos nombrados como “duración” y “cronología” por la autora definen el concepto de tiempo y adquieren relevancia al momento de contar una historia, en este caso dentro de las series animadas.

Dentro de la duración podemos encontrar los conceptos de crisis y desarrollo: la crisis hace referencia a un período corto de tiempo en el que se han manifestado los acontecimientos relevantes de manera intensiva y significativa; mientras que el desarrollo es un período de tiempo más largo, con una composición detallada y que brinda de sentido a la historia.

A pesar de que la crisis y el desarrollo son conceptos clave para definir el tiempo es importante resaltar un tercer tipo denominado “desviación”. En esta un personaje secundario crea su propia fábula, se convierte en protagonista y enriquece la narrativa, trayendo consigo ampliaciones de personajes y universos simultáneos a la trama principal.

Estos conceptos son visibles en nuestro objeto de estudio, donde el accidente de Morocha funciona como una crisis que detona el conflicto central de la trama. Este hecho modifica la cotidianidad de la casa y los personajes; y se concentra en un breve período de tiempo; trayendo como resultado la tensión de la trama por cuestiones de representación racial.

Al mismo tiempo se observa desviación, ya que Morocha no actúa como un personaje principal dentro de la historia, en este momento se convierte en el eje central de la trama, reemplazando momentáneamente a los demás personajes. Esta desviación

permite explorar las consecuencias de la transformación de Morocha dentro y fuera del grupo.

Por lo tanto, el uso y manejo del tiempo en la narración no sólo define la forma en que se presenta el relato, sino también influye en cómo los espectadores experimentan la historia. Mientras que el desarrollo implica un seguimiento detallado, la crisis trae consigo dinamismo.

Continuando con el segundo concepto, la cronología nos permite jugar con la secuencia temporal de la historia por medio de la eliminación y/o condensación de la duración. Las series animadas utilizan este recurso a su conveniencia; si quieren que la serie termine pronto habrá algunos saltos de tiempo (que no necesitan ser explicados), y depende completamente del papel de la narrativa, existen historias de una sola noche divididas en distintos capítulos; depende como ya lo vimos anteriormente del autor y el espectador.

En el caso del episodio la cronología se presenta de manera lineal y rápida, ya que los cambios de Morocha son manifestados de manera veloz, aumentando la crisis, para que los acontecimientos se presenten de manera consecutiva e inmediata.

Así como la estructura temporal es importante para la construcción de una narrativa, los personajes ocupan un papel primordial dentro de las historias. Mieke Bal retoma el concepto de “actantes” de Greimas para definir a los actores dentro de una historia; y menciona que no solo tienen un papel individual, sino también cumplen con funciones descriptivas dentro del relato.

Bal menciona que se debe tomar como base la mente humana, ya que todo pensamiento y acción son individuales: “... los actores tienen una intención: aspiran a un objetivo. Esa intención es el logro de algo agradable o favorable, o la huida de algo desagradable o desfavorable” (1985).

En las series animadas los personajes animados toman y se construyen a partir de ciertos arquetipos ya establecidos, añadiendo características físicas y psicológicas que le brindaran personalidad, personalidad adquirida de los creadores, de sus ideas, o bien tomadas de un supuesto real. Ningún personaje se construye de la nada requiere de cimientos ya establecidos por otras historias o bien otras mentes humanas.

Cada personaje actúa para que la historia avance, y a su vez se proyectan intenciones para reflejar objetivos y conflictos, que al mismo tiempo están vinculados al deseo de obtener algo positivo o negativo. En la trama los habitantes de la casa funcionan como motores para abrir un debate sobre las tensiones raciales y la representación estereotipada, donde encarnan distintas posturas sobre la problemática presentada. En el caso de Capitanazo, ve la situación como un nuevo desafío sin mostrar algún tipo de empatía ante las implicaciones raciales, Capitanazo trata de “salvar” a nuestra protagonista porque le gusta la atención recibida, porque él fue quien ocasionó el conflicto; y al tomar el papel de héroe salvador se quita la culpa; además le da el rol de hombre blanco que rescata a la mujer afrodescendiente.

Finalmente, uno de los conceptos que retoma la autora y se vuelve fundamental dentro de las narrativas animadas es la “interferencia textual”, la cual se convierte en un elemento clave en la forma en que influye y se percibe la historia. Esta ocurre cuando se introducen elementos externos al relato original, como referencias culturales, intertextualidad o comentarios del narrador, que interfieren con la interpretación del lector.

La autora afirma que todas las historias se construyen y tienen su base a partir de otras narraciones y sin estas no sería posible la construcción de una nueva (pasa exactamente lo mismo que con los actores):

... una mezcla de dos niveles narrativos... Las dos situaciones narrativas se diferenciarán a partir de referencias en el texto a situaciones lingüísticas personales o impersonales. Dichas referencias deben considerarse señales que indican: «Atención, esta es una situación de lenguaje (im)personal.» (Bal, 1985, pp. 82)

En las series animadas contemporáneas la interferencia textual se vuelve una herramienta poderosa para conectar con el público, ya que se alude a sentimientos al momento de traer de regreso a cierto personaje entrañable por ejemplo, hacer referencias al pasado, al reinterpretar ciertos mitos o el simple hecho colocar una parodia.

En el capítulo de *La casa de los dibujos*, la interferencia radical se ve plasmada de manera perfecta, ya que este episodio trae consigo un ser semejante al ratón favorito de Disney como un villano, aludiendo a la parodia y la reinterpretación. Mickey Mouse refleja convicciones, mitos y valores asociados a la marca a la que pertenece.

Mickey es un símbolo muy reconocido que representa a todo el universo de Disney y todo lo que implica; la familia, la infancia e incluso el poder de una empresa mediática. Cuando aparece en el episodio hace que el espectador recuerde todas las formas y las ideas que asocia de él. El ratón representa la idea de lo conservador, las personas solo observan sus actos erráticos cuando son vistos y juzgados por otros; por lo tanto la idea de borrar a los “fenómenos políticos incorrectos” surge no por el hecho de querer hacerlo, sino por la presión ejercida por la sociedad. Los personajes son eliminados no porque representen estereotipos dañinos para ciertos grupos, sino por la temida cultura de la cancelación.

5.3 Representación de estereotipos y diversidad en personajes animados

Al analizar el episodio desde Bal (1985), observamos cómo los estereotipos raciales se vuelven herramientas para provocar una reacción en el espectador, sin embargo es evidente que el papel de los actantes no es sólo es ser partícipes de la historia, sino que la nutren con el valor simbólico que poseen los arquetipos sociales, llevándonos a reflexionar los conceptos de mimesis, tipicidad y fisonomía intelectual del personaje; de Umberto Eco.

La estrategia general para atrapar a la audiencia consiste en generar vínculos entre la realidad y las situaciones presentadas en pantalla. Las series animadas se convierten en reflejos de nuestro día a día, y permiten acceder a nuestro entorno en un espacio no tangible. Eco (1985), afirma que las narraciones suelen utilizar imágenes y aspiraciones colectivas para crear historias; por lo tanto los héroes se convierten en arquetipos de la sociedad.

El espectador es plenamente consciente que la historia narrada y los personajes que actúan en ella no pertenecen a la realidad, pero las acciones que realizan sí tienen cabida en la vida real. Para lograr que las series animadas conecten con el receptor es necesario que exista algún tipo de vínculo entre lo que ve y lo que percibe día a día en su cotidianidad, esto es lo que propone Eco como mimesis:

...capacidad productiva de dar vida a hechos que, por su coherencia de desarrollo, nos parezcan verosímiles; y en segundo, las leyes de la verosimilitud son leyes estructurales, de racionalización lógica, de plausibilidad psicológica (Eco, 1985, pp. 223).

Por lo tanto, a pesar de que la historia nos narra acontecimientos ficticios, dentro de ese universo ficticio debe existir cierta lógica para que sea creíble por el espectador; los hechos se deben desarrollar de manera coherente; tener lógica interna; y que los personajes lleven un desarrollo psicológico acorde a la personalidad que presentan.

En nuestro objeto de estudio la mimesis se encuentra presente: 1) El espectador acepta que la transformación de *Morocha* ocurre porque a pesar de ser un hecho absurdo es similar a lo que se muestra en los demás episodios, es exagerado y ofensivo, pero posible en ese universo satírico. 2) Cada hecho lleva al siguiente y todo se construye con base al dilema final de los estereotipos en los medios de comunicación y la cultura de la cancelación. 3) Los personajes actúan según la personalidad establecida; *Morocha* es independiente hasta antes de su regresión, *Capitanazo* es irresponsable, *La Princesa Clara* a pesar de ayudar lleva consigo siempre sus ideas conservadoras.

Los personajes presentados en *La Casa de los Dibujos* son tipos socialmente reconocibles que encarnan algún arquetipo comúnmente presentado en los productos audiovisuales como las series animadas. A este fenómeno Umberto Eco le conoce como *tipicidad* y se refiere a:

...la tipicidad no es un dato objetivo que el personaje debe proporcionar para convertirse en estéticamente [...] válido, sino que es resultado de una relación de goce entre el personaje y el lector, y es un reconocimiento (o una proyección) del personaje efectuado por el lector. (1985, pp. 226)

Con el concepto de tipicidad el autor hace referencia a lo que conocemos como estereotipos y nuestro objeto de estudio está plagado de ellos para que al final de la trama se pueda hacer una reflexión hacia la cultura de la cancelación. Empezando con el problema principal de la serie: la transformación de Morocha, quien se convierte en un estereotipo de una persona afrodescendiente tonta, imitando a un cavernícola, trayendo consigo esta idea racista de que las personas de piel oscura eran similares a monos, changos; después siendo la *mommy* de la casa y del resto de los personajes, sirviendoles y entreteniendolos.

Dentro de las representaciones estereotípicas que encontramos en la trama porque Mickey quiere deshacerse de ellas están: ratones con vestimenta y acento mexicano; enfatizando que son flojos y borrachos; encontramos también a un grupo de asiáticos con la piel amarilla; y finalmente otro grupo de nativos estadounidenses de piel roja.



El uso de la tipicidad dentro de la serie ayuda a que el espectador logre identificar los estereotipos presentados con normalidad en otros programas, y encamina a que al final pueda obtener alguna reflexión del capítulo: “la tipicidad a propósito de aquel arte en que exista una referencia explícita al hombre, a su mundo, o a su comportamiento” (Eco, 1985, pp. 223).

Además de la mimesis que crea coherencia narrativa y la tipicidad que se encarga de identificar los estereotipos utilizados en la serie, la fisonomía intelectual del personaje es otro recurso que sostiene la narrativa. Los actantes no solo son reconocidos por su apariencia física o los roles que desempeñan, sino también influye su manera de pensar y de resolver conflictos. Para Eco la fisonomía intelectual del personaje queda definida como:

...fisonomía intelectual podríamos entender aquel perfil que adopta el personaje, por el cual el lector consigue comprenderlo en todas sus motivaciones, coparticipar sentimentalmente en sus movimientos e identificarse con él intelectualmente, como si, en vez de una narración,uviésemos entre manos un complejo tratado bio-psico-socio-histórico sobre dicho personaje. Salvo que, a través de la narración, comprendemos a aquel individuo (anagráficamente inexistente) mejor que si lo hubiésemos conocido personalmente, y mejor también de lo que hubiera permitido cualquier clase de análisis científico (1985, pp 227).

La fisonomía intelectual se ve plasmada en el personaje de Morocha, quien hace una crítica al sistema al momento en que sufre su transformación. En esta alteración se logra una coparticipación sentimental en la cual el público se cuestiona ¿Por qué nos incomoda ver al personaje de Morocha así? Quizás es porque a lo largo de la trama el espectador puede construir una narrativa en la que recrea el contexto social y las luchas raciales que existen tanto en los mundos ficticios como en la realidad. El receptor puede interpretar que Morocha no solo es un personaje, sino es la viva representación del racismo sistemático y de la fetichización de la mujer afrodescendiente.

En este contexto se logra que Morocha trascienda de un personaje de caricatura a un símbolo de los dilemas que rodean la cultura de la cancelación ¿Es suficiente con

erradicar los estereotipos o es necesario comprenderlos para eliminarlos? Así *La Casa de los Dibujos* funciona como vehículo bio-psico-socio-histórico que permite al espectador conocer a Morocha como si fuese una persona de verdad.

5.4 Independencia del creador y autonomía del personaje

Sin embargo, el análisis narrativo y la comprensión de los personajes no están completos si no se contempla la relación activa que se establece entre el autor y la obra. Por lo tanto resulta adecuado acudir a los planteamientos de Bajtin (1982), el autor afirma que el sentido de la obra no está delimitado únicamente por la intención del autor o por la configuración interna de los personajes, sino que surge entre: autor, personaje y el espectador. Esta interacción reinterpreta los contenidos audiovisuales según el contexto social e histórico, resultando efectivo para comprender un fenómeno contemporáneo como la cancelación.

La complejidad de la cultura de la cancelación presentada dentro de la serie da lugar a el siguiente señalamiento de Bajtin: "... sus personajes ya se han independizado de él, y él mismo, en tanto que su creador, se ha vuelto independiente de sí mismo como hombre, crítico, psicólogo o moralista..." (1982).

Así Morocha Amorocha trasciende de las intenciones originales que tenían sus creadores, ya no solo es una herramienta de sátira, sino que se vuelve autónoma en la mente del espectador. Los estereotipos con los que fue presentada en un inicio pierden la visión humorística y se convierten en diálogo de la contemporaneidad. El personaje se libera del dominio del autor y pasa a ser conversación de la audiencia, quedando sujeto a un juicio moral sobre este. Esto es justamente lo que motiva a la cultura de la cancelación, el contenido ya no pertenece a sus creadores, sino a la sociedad quienes tienen la decisión de dejarlo o eliminarlo. Morocha ya no es un personaje, sino que se convierte en un ring en el que interfiere el humor, la memoria histórica y la exigencia de lo políticamente correcto.

6. APARTADO METODOLÓGICO

La presente investigación surge por el interés de analizar el fenómeno de la cancelación como un discurso que ha tenido auge no solo en épocas contemporáneas a través de los medios digitales, sino como un acontecimiento que ha estado latente en la producción audiovisual desde modelos análogos. Para la realización de este análisis se eligió como objeto de estudio la serie animada “La casa de los dibujos”; la cual se transmite en la plataforma de streaming Amazon Prime, específicamente, se hace análisis del capítulo 08 de la segunda temporada llamado “Términos de afecto”.

Dicho capítulo ha sido elegido principalmente por como la serie aborda los conflictos actuales en medios análogos, temas que hoy en día abren muchos debates, hace tiempo se planteaban, pero no recibían un término; además la manera en que la serie aborda el tema de la cancelación me pareció muy atinado; no nos dice si está bien o no censurar, más bien nos plantea la idea de que pasaría si los contenidos considerados problemáticos fueran eliminados, que pasaría con la memoria colectiva.

La elección del tema responde a la particularidad de analizar cómo las representaciones mediáticas anteriores dialogan con discursos contemporáneos de la cancelación. El episodio seleccionado muestra cómo el personaje de Morocha Amorocha sufre una transformación radical en un estereotipo racial ofensivo y como Mickey M**se quiere eliminarla completamente porque la considera políticamente incorrecta.

De acuerdo con Ansolabehere, Cortés, Martínez y Zaremborg (2018) todo diseño metodológico debe partir de una relación coherente entre pregunta de investigación, marco teórico y análisis. Por lo tanto la presente investigación tiene un enfoque cualitativo, definido por Taylor y Bogdan (1987) como la investigación que produce datos descriptivos, las propias palabras de las personas, sean escritas, habladas y la conducta observable (1987, pp 20). De esta manera y a partir de Taylor este tipo de investigación conlleva datos descriptivos que a su vez se orientan al desarrollo o verificación de la teoría sociológica; por lo tanto la presente investigación busca

comprender e interpretar los significados narrativos y discursivos presentes en el objeto de estudio audiovisual. En general, el análisis se centra en la decodificación del discurso; la cual conlleva apreciar a los productos mediáticos como manifestaciones sociales y culturales, que reflejan ideologías y valores de una época.

La investigación realizada recurre a datos teóricos ya que consiste en comprender y explicar rasgos de la vida social que van más allá de las personas; utilizan datos descriptivos para ilustrar sus teorías y conceptos; debido a que se sostiene de la revisión de distintas investigaciones que permiten comprender el fenómeno analizado. Por mencionar algunos, se retoman autores como Horkheimer y Adorno en la Industria cultural; identificando como los medios de comunicación establecen las bases para la estructuración y la reproducción de ideologías. De la misma manera se retoman los aportes de Lauro Zavala sobre el análisis audiovisual y narrativo, en conjunto con las investigaciones de Bourdieu, Canclini y Giomar Rovira, quienes fortalecen la investigación con aportes como la cultura digital, capital simbólico y la participación del público en la construcción de discursos como la cultura de la cancelación.

En cuanto al método de la investigación, se opta por una perspectiva analítica-interpretativa. En este sentido Taylor (1987) afirma que el análisis de datos se refiere a la identificación de temas y desarrollo de conceptos para codificarlos y reordenarlos para su interpretación; para así finalmente comprender los datos en el contexto en que fueron recogidos.

De acuerdo con Ansolabehere (2018) el análisis de las ciencias sociales exige la descomposición de nuestro objeto de estudio para posteriormente reconstruirla desde una postura interpretativa y crítica. A partir de este precepto se descomponen los elementos discursivos, narrativos y visuales del episodio seleccionado, siguiendo con la identificación de los recursos que se asocian directamente a la cultura de la cancelación.

Posteriormente, con la interpretación se vinculan los elementos con los contextos mediáticos y sociales que los originan; vinculando la narrativa visual con el entorno sociocultural. Por lo tanto, la presente investigación se desarrolla a partir de construir una mirada a un producto mediático previo al auge de las redes sociales tomando como herramienta a las narrativas de la sátira en el discurso contemporáneo actual mejor conocido como cultura de la cancelación.

La investigación mantiene un enfoque de carácter analítico-interpretativo; no obstante también adopta un enfoque explicativo ya que busca identificar las relaciones entre los elementos narrativos del episodio seleccionado y los efectos discursivos producidos. Siguiendo con lo planteado por Ansolabehere (2018) el diseño explicativo permite expresar mediante diagramas el lenguaje de la lógica; y a su vez permite analizar la causalidad entre los recursos narrativos y los recursos discursivos. Por ello se parte del uso de variables, que son entendidas como categorías que permiten organizar el objeto de estudio y se dividen en dependientes e independientes.

En esta investigación los recursos narrativos son las variables independientes: ya que son las encargadas de darle estructura al relato: diálogos, acciones, personajes, focalización e hipertextualidad. En cambio los recursos discursivos funcionan como variante dependiente, ya que son considerados elementos simbólicos nacientes de la estructura narrativa; el humor, la sátira y los estereotipos.

Por consiguiente se optó por la realización de un cuadro de análisis que organiza los elementos de estudio en dos ejes principales: vertical y horizontal. En el primero se encuentran los componentes discursivos y narrativos (como la focalización, la intertextualidad, la sátira, el humor y los estereotipos); mientras que en el segundo contemplamos aspectos estructurales (historia, personajes y diálogos). Este esquema permite la observación y facilita la comparación de los distintos elementos; que a su vez ayuda a visibilizar como “La casa de los dibujos” contiene discursos similares a los contemporáneos.

La metodología utilizada responde a la visión interpretativa de las ciencias sociales, para Taylor (1987) el método de interpretación es un proceso dinámico, este depende de cómo la persona analiza los significados y como aprecia la situación puesto que lo que la gente hace y dice, es el producto del modo que define su mundo (1987, pp. 24).

Por lo tanto, el análisis del discurso mediático conlleva a la comprensión de la realidad cultural, en el que se pretende analizar cómo a través del humor y la sátira un producto audiovisual refleja un debate abierto entre la corrección política, la libertad de expresión y la cultura de la cancelación.

6.1 Análisis

Se ha retomado el octavo episodio de la segunda temporada de la serie “La casa de los dibujos”; el presente cuadro analítico se diseñó a partir de una herramienta que identifica elementos narrativos, discursivos y culturales presentes en el episodio; su elaboración responde a la selección y observación de tres componentes centrales: historia, diálogos y personajes porque estos permiten reconocer cómo se articula el discurso de la cancelación dentro del episodio y la manera en que es representada.

La elaboración del cuadro parte del marco teórico desarrollado previamente, retomando autores como Mieke Bal quien propone conceptos como focalización (los medios dirigen el mensaje para que el espectador reciba lo que el emisor quiere) y la intertextualidad (manera en que los medios usan otros recursos literarios y visuales para referenciar otras obras).

Asimismo se consideran las propuestas de Umberto Eco con los conceptos de mimesis (Relación con la realidad y lo que se proyecta; esto genera coherencia en el espectador) y tipicidad el espectador se tiene que sentir identificado con lo que ve para darle sentido; estereotipos).

La estructura del cuadro está dividida en dos ejes: en el vertical encontramos los personajes, la historia y los diálogos; y en el horizontal encontramos los elementos discursivos que son la focalización, la sátira, el humor, los estereotipos, la intertextualidad y como se interpreta desde la cancelación. Este formato nos permite ordenar la observación del episodio y posteriormente la interpretación de los hallazgos.

**Cuadro de análisis de elementos narrativos y discursivos
aplicado al estudio de la cancelación en animación**

Elementos discursivos		Focalización	Sátira	Humor	Esteriotipo	Intertextualidad	Desde la Cancelación
Personajes	Morocha Amorocha	En este personaje se encuentra el punto central de focalización, porque su transformación desencadena el conflicto principal y desarrollo narrativo del episodio. El personaje se convierte en el eje por el cual se mueven los demás.	Funciona por la exageración de rasgos raciales y es la crítica a modelos antiguos de la caricatura.	Surge por la exageración de sus rasgos físicos y conductuales antes y después de su transformación, siendo absurdo visualmente,	Dos representaciones visibles: The Mommy; mujer afrodescendiente que se encarga de los hijos de las mujeres blancas, y "la negra fogosa", mujer afrodescendiente con oficios como bailarina exótica o prostituta.	Remite a las caricaturas del siglo XX donde los rasgos físicos y conductuales eran mecanismos de comedia.	Esta representación hoy es considerada discriminatoria, ya que se reproduce y se reduce a códigos visuales y narrativos racializados.
	Mickey M**se	Cuando aparece la figura de focalización cambia, ya que el espectador puede cuestionarse sobre si el contenido es políticamente incorrecto.	Funciona como sátira del poder en los medios de comunicación, los cuales deciden que sí y que no se puede transmitir en los medios.	Surge cuando su nombre es censurado, para evitar bloqueos posteriores.	Es denominado como "lobo con piel de cordero" el cual muestra acciones carismáticas, pero sus intenciones son lo contrario.	Referencia directa a íconos de la industria de la animación clásica.	Representa la supervisión actual y constante de las plataformas de streaming al emitir contenidos.
	Capitanazo espía a las chicas con sus rayos X lo que provoca que Morocha Amorocha se convierta en un estereotipo; actuando como una cavernícola y como un ama de llaves.	La transformación de Morocha y su representación ocasionan que el público perciba los estereotipos como algo "gracioso" y no discriminatorio, debido a que está situado en un contexto informal.	Se utiliza una sátira de doble nivel, en la que el personaje reproduce el estereotipo para criticar su uso histórico.	El humor se crea por el cambio repentino del personaje porque se considera absurdo.	N/A	N/A	La acción de Capitanazo al espiar a dos mujeres es un acto cuestionable y con repercusiones sociales; las representaciones de Morocha al ser afectada con el láser actualmente serían consideradas ofensivas e inclusive se pediría la eliminación del episodio.

	Los personajes se dirigen al campo de concentración y observan todo tipo de personaje racializado: Ratones mexicanos con bigote, asiáticos de piel amarilla y nativos americanos fumando	En este panorama encontramos que la narrativa encamina al espectador a creer que los sujetos que se encuentran dentro del "campo de concentración" son ofensivos y representan algún estereotipo que puede dañar a algún sector.	Se simboliza la censura extrema mediante la representación de encarcamiento de los personajes ficticios.	Generado por el personaje <i>Puercazo</i> , quien bromea diciendo que los personajes son clásicos de la televisión.	Encontramos distintos: 1) Ratones mexicanos con bigote, sombrero y flojos. 2) Los asiáticos de piel amarilla practican judo. 3) Americanos nativos bailando al fuego y fumando.	Retoma programas televisivos eliminados por ser ofensivos y problemáticos.	Representa un debate sobre la eliminación de contenidos considerados políticamente incorrectos.
Dialogo	"Nos han estado borrando todas las caricaturas políticamente incorrectas. Hubo días en donde estábamos en toda la radio, la televisión, entreteniéndolos a los niños, la gente ahora es muy racista, pero no quiere admitirlo, así que fuimos censurados" Personaje del camión	La serie aborda una pregunta muy importante ¿Qué pasa con los materiales audiovisuales excluidos del sistema cultural?	Parodia la erradicación de contenido políticamente incorrecto, diciendo: "Si somos ofensivos, pero también divertimos a muchos a la audiencia"	El ambiente dramático da lugar a humor irónico	N/A	Retoma caricaturas retiradas de los medios	El discurso aborda cómo se maneja la censura contemporánea
	"¿No lo ves? Estos personajes de caricatura son parte de nuestra historia cultural, claro tal vez no sean para enorgullecernos, pero negarlo, bueno es peligroso, como peligroso es negar el holocausto, la esclavitud..." Puercazo	Reorienta el cierre hacia una interpretación crítica; cuestiona si es correcta la eliminación total de los contenidos	N/A	La situación genera ironía al generar contraste entre el humor de la caricatura y la seriedad del discurso	N/A	N/A	Vincula la caricatura con la memoria histórica y propone que borrar imágenes puede impedir comprender procesos culturales pasados.

6.2 Resultados

A partir del análisis realizado con el cuadro anterior, se puede identificar que el episodio construye una base crítica a partir de su historia, diálogos y personajes a los discursos actuales de la cancelación y cómo podrían ser interpretados. Su estructura no solo

representa situaciones satíricas aisladas, también organiza cada recurso narrativo para discutir respecto a la permanencia de los estereotipos presentados y heredados de la animación tradicional frente a nuevas discusiones generacionales.

En el caso de Morocha Amorocha, la focalización se vuelve evidente desde el inicio de su transformación; debido a que durante el episodio el espectador se centra en los cambios presentados en su voz, su apariencia física y su comportamiento. Por lo tanto la focalización se entiende como la manera en que se organizan los elementos dentro del relato y como un filtro por el que el espectador recibe información y la manera en que se enfatiza afecta directamente en su interpretación. La historia se concentra en centralizar a Morocha, en señalar por que sus rasgos físicos y conductuales se consideran cuestionables; y a su vez remiten hacia una representación que es reconocible dentro de la herencia audiovisual.

En este sentido y desde la sátira, ya no solo se trata de exagerar al personaje a manera de burla, sino como mecanismo de crítica. El recurso de la sátira es entendido como un elemento que deforma e intensifica los rasgos sociales y culturales para exhibirlos desde una postura crítica; y se ve reflejada en la manera en que se representan los rasgos físicos exagerados y racializados, postura aceptada históricamente en los medios durante muchos años. A manera que el episodio no reproduce estos rasgos por casualidad, lo hace desde la intención que el espectador lo identifique; llegando a la sátira de doble nivel; criticando al estereotipo por su uso histórico

El humor se ve reflejado inmediatamente a la transformación debido a que altera de forma instantánea el curso del capítulo. En este sentido el humor adquiere un papel muy importante porque provoca comicidad visual cargada de contexto histórico. El humor se vuelve irónico; por un lado tenemos la imagen que durante un periodo fue considerada “normal”, por el otro esta puede ser interpretada como ofensiva. Este recurso deja de ser entretenimiento y se convierte en la vía para aterrizar como los códigos culturales cambian a través de los años.

En cuanto a estereotipos, Morocha es la cúpula de construcciones históricas de la representación racial femenina. Los estereotipos son entendidos como la reiterada y constante representación de rasgos físicos, culturales y sociales de determinados grupos. Morocha en este episodio se ve simplificada en dos imágenes: 1) *The mommy*: mujer vinculada al servicio y al trabajo doméstico; 2) *La negra fogosa*: representación reducida a un performance de la mujer racial hipersexualizada. Ambos arquetipos permiten distinguir que son representaciones heredadas de las distintas etapas de la cultura audiovisual.

Por otro lado tenemos la intertextualidad, Morocha activa referencias previas sin la necesidad de que sean mencionadas explícitamente. La intertextualidad se refiere a las conexiones existentes en otros medios (textos, películas, comics, etc.) que enriquecen los significados de las conexiones culturales compartidas. Con estos personajes se ve reflejado en las caricaturas clásicas, donde los cuerpos y las expresiones eran representados de la misma manera; de esta manera se fortalece la lectura crítica y la memoria colectiva que condensan imágenes históricas que pueden ser leídas después de muchos años.

Desde la cancelación, Morocha es el epicentro de todas las tensiones del episodio. La cancelación es entendida como un cuestionamiento público hacia contenidos considerados ofensivos ante nuevos criterios sociales; en este sentido Morocha fue construida bajo códigos considerados adecuados, pero hoy se debate su permanencia. El episodio no busca responder la pregunta de si conservar o eliminar los contenidos, más bien deja el cuestionamiento en manos del espectador. Morocha es la representación de la memoria colectiva, la representación y la relectura cultural.

En el caso de Mickey M**se, la focalización se concentra desde su figura de autoridad; su aparición reordena la concentración del espectador, porque no se trata de un personaje más, es un interceptor con autoridad de cambiar la trama de la historia. La focalización entendida como un elemento que orienta la narrativa hacia ciertos

elementos (en este caso Mickey), modifica el sentido de la escena; el problema no es la representación incómoda, sino la autoridad que tiene el personaje para retirar elementos dentro de la narrativa.

La sátira entendida como procedimiento crítico, se ve reflejada en la manera en que un elemento de peso histórico dentro de la industria de la animación se convierte en un símbolo de vigilancia narrativa. Su aparición en el episodio juega con la idea de que existe una autoridad superior que tiene la capacidad de elegir qué elementos se quedan y cuales son retirados de la industria; de tal manera que la serie ridiculiza la forma en que se elige que sí existe y que no para no generar conflicto.

El humor es utilizado en la manera en la que se representa el lugar donde Mickey está eliminando a las caricaturas; él sigue conservando su figura “familiar”, pero su discurso a pesar de no ser ofensivo está cargado de un mensaje de supremacía. De esta manera el humor se vincula a la contradicción de la exclusión, el desplazamiento simbólico y la “perfección” en los medios audiovisuales.

En cuanto la representación estereotípica, Mickey no se ve formado por la típica imagen corporal de algún grupo social, sino más bien por el pensamiento presentado en el poder normativo; es decir el estereotipo no opera en la representación racial, lo hace desde la centralización de la institución; el típico lobo en piel de cordero.

La intertextualidad se ve más tangible con este personaje, recordemos que esta hace que la memoria cultural arrastre consigo una industria entera. La sola presencia de Mickey hace referencia a la época dorada de Disney. Palomar A. en *Disney a través de la historia: 100 años de grandes hitos*, explica fue entre los años de 1932 a 1945; solo lo que el creador supervisaba y autorizaba podía circular. Esta relación intertextual amplía el sentido del análisis, debido a que permite leer su aparición como el peso histórico que han tenido ciertos creadores en la construcción de lo “correcto”.

Desde esta perspectiva la cancelación va más allá del rechazo social de ciertos contenidos, adquiere el poder de decidir qué materiales continúan circulando ante los nuevos criterios culturales. Su presencia nos dice que ante toda permanencia o exclusión existe poder; quien decide que bajo que circunstancias es visible o invisible.

Uno de los puntos más relevantes de la historia básicamente porque aquí se concentra el origen es cuando Capitanazo espía con su rayo láser a Morocha y Clara mientras se están duchando, lo cual desencadena que Morocha tenga un tumor que hace que se convierta en un personaje “conflictivo”. En este sentido la focalización recae en el acto de espionaje, porque es el detonador de la trama, es el conducto inicial del clímax de la trama.

El espionaje es un elemento satírico, debido a sus efectos rompe con el esquema de causa-consecuencia. La sátira funciona porque deriva en un catastrófico desenlace; el episodio no busca ser realista; busca mediante el exceso alterar toda la estructura narrativa.

En este sentido el humor hace referencia a cómo una situación absurda que es habitual dentro de la serie detona en la trama principal; es atractivo porque funciona como vehículo de representaciones más complejas sobre representación racial.

Desde la postura de la cancelación esta escena es muy importante debido a que marca el inicio en que el personaje de Morocha comienza a presentar conductas cuestionables; su transformación va escalando desde el espionaje que termina en la postura de erradicación de su personaje. Un elemento muy importante a rescatar como “falsa audiencia” del programa: se condena a Morocha por representar todo lo que no es “correcto”, pero la acción de espionaje de Capitanazo no se interroga; en este sentido se entiende que la cancelación es selectiva, la audiencia prioriza lo que no incomoda, pero genera ruido; y esa es la representación que el programa quiere mostrar: la subjetividad de la cultura de la cancelación.

Dentro de la trama, uno de los momentos con más significado es cuando los personajes van a salvar a Morocha y se encuentra en una especie de campo de concentración de la caricaturas que no son “correctas”; esto porque la trama deja de ser individual y se enfoca en un conflicto colectivo. En este lugar se encuentran confinadas personas de caricaturas históricamente excluidas. En este sentido la focalización cambia de dirección, la atención ya no está en Morocha, ahora el espectador es obligado a pensar en el significado del espacio.

La focalización regula todo aquello que se observa, en cómo se percibe; de esta manera ya no importa qué personajes están ahí, sino el porqué. El lugar no funciona como una cárcel, más bien alberga el significado de confinamiento, de exclusión, de todo aquello que la sociedad decide apartar porque es incómodo de ver.

La sátira toma lugar porque genera exageración espacial. Esta permite el exceso para representar mecanismos sociales crudos que vistos desde otro tipo de narrativa no serían muy digeribles para la audiencia. No es sólo decir “se retiran ciertos personajes por ser considerados ofensivos” si no verlo desde el aislamiento. La serie hace uso de la sátira a partir de la exageración, se crea un ambiente incómodo que hace evidente el problema de solo retirar lo que se considera “incorrecto”.

La serie utiliza el elemento humorístico de la saturación, entre más improbable es la acumulación de figuras estereotípicas ocupando un mismo espacio, más absurdo y gracioso se vuelve. Esta referencia pronto se torna reflexiva, porque entre más absurda más juicioso se vuelve; la serie transforma el humor en una crítica hacia la segregación.

En el ámbito de los estereotipos esta escena está cargada de referencias audiovisuales. No hablamos de un estereotipo aislado, es un conjunto de representaciones acumuladas que provienen de diferentes modelos heredados. En este sentido, este recurso narrativo funciona no por el hecho de presentar distintas representaciones, más bien es por el hecho de que dichas representaciones reducen

las identidades a rasgos genéricos. Por consiguiente la escena adquiere fuerza, no es un caso particular, el reunirlos habla de un sistema de representación que se repitió durante muchos años en distintos espacios audiovisuales.

Entendiendo a la intertextualidad como una relación de representaciones culturales que dialogan entre sí (textos, series, películas, etc.) Esta escena funciona como un archivo visual. El espectador reconoce los códigos heredados que remiten a caricaturas donde ciertos modelos fueron heredados y plasmados continuamente; en este sentido no se crean nuevas referencias, más bien se organizan los materiales considerados “ofensivos”.

El campo de concentración es una metáfora de la exclusión cultural; se plantea de manera simbólica el retirar e invisibilizar contenido conflictivo. En este sentido la cancelación no abre debates, la cancelación se usa a manera de censura, en este momento de la serie no hay negociación, retirar el contenido es la única opción.

El siguiente diálogo adquiere mucha fuerza dentro del episodio: *"Nos han estado borrando todas las caricaturas políticamente incorrectas. Hubo días en donde estábamos en toda la radio, la televisión, entreteniéndolo a los niños, la gente ahora es muy racista, pero no quiere admitirlo, así que fuimos censurados"*, debido a que no es solo un intercambio verbal entre personajes, sino que se convierte en la formulación explícita del problema central de la trama. En este sentido la focalización orienta a la representación e interpretación del espectador; debido a que resume la discusión sobre la permanencia o eliminación de contenidos; lo visual no es el eje principal en este momento, el espectador debe prestar atención al diálogo para reflexionar acerca del conflicto.

La sátira no está en exagerar visualmente, sino generar una afirmación incómoda que obligue al espectador a reflexionar., Cuando el personaje afirma que ahora la gente es muy racista, pero no le gusta admitirlo, desplaza el problema hacia la sociedad que decide censurar, formando la sátira en el discurso de la “moralidad” del espectador,

Desde la teoría del estereotipo y con la afirmación del personaje de “caricaturas políticamente incorrectas”, se observa que no se niega la carga problemática que puedan generar estas interpretaciones, sino que las reconoce verbalmente y las coloca dentro del debate; funciona como una categoría que adopta múltiples modelos construidos a lo largo de las décadas en los medios.

En términos teóricos, la intertextualidad aparece cuando se evoca al archivo audiovisual de ‘los elementos considerados conflictivos, no se tienen que enlistar con mencionarlos se crea presencia simbólica; desde la radio hasta las caricaturas infantiles, no se señala un sujeto en específico, pero la memoria del espectador remonta a las figuras que formaron parte del entretenimiento popular durante muchos años.

Desde la perspectiva de la cancelación, la palabra “borrar” resulta particularmente interesante, no solo habla de censura, sino de eliminar de manera definitiva del espacio público de representaciones y no cuestionar las condiciones en las que se produjeron. El capítulo utiliza el diálogo para generar tensión entre la memoria cultural; el creer que no solo es un problema pasado, sino que forma parte del presente colectivo.

Cuando Puercazo afirma *“¿No lo ves? Estos personajes de caricatura son parte de nuestra historia cultural, claro tal vez no sean para enorgullecernos, pero negarlo, bueno es peligroso, como peligroso es negar el holocausto, la esclavitud...”*, el diálogo pasa a ser el punto de focalización, esta entendida como el punto desde el cual se construye la percepción del acontecimiento permite que el espectador se concentre en el contenido del argumento. La palabra de Puercazo manifiesta una lectura en la que los personajes dejan de verse ofensivos y pasa a ser parte de la herencia cultural.

En comparación con otros momentos la crítica utiliza el lenguaje verbal para representar una postura sobre situaciones conflictivas dentro de la historia; la palabra del personaje funciona como medio para darle estructura al episodio, en este sentido la focalización se concentra en el discurso de Puercazo. El peso narrativo está en el

enunciado y no en la acción, recordemos que la focalización es el punto desde el cual la narración construye la percepción del acontecimiento. Con este diálogo el espectador comienza a hacer reflexión retrospectiva en lo antes ya observado y se plantea la interrogante acerca de la herencia cultural conflictiva.

La sátira se manifiesta en el contraste con el discurso cómico siempre manejado por el personaje y esta introspección que hace con el tema de la cancelación. La sátira en este sentido no busca ridiculizar el acontecimiento mencionado, sino exagerar para obligar al espectador a confrontar el discurso.

La intertextualidad en este sentido amplía su red de referencias no estamos hablando solamente de productos visuales, sino de discursos históricos que el espectador reconoce culturalmente. Al mencionar la esclavitud y el holocausto el capítulo conecta con las imágenes animadas que son consideradas ofensivas; porque se colocan en una discusión sobre lo que la sociedad le resulta incomodo de recordar.

Desde el punto de vista de cancelación este diálogo es uno de los más significativos ya que representa el punto de inflexión entre eliminar y contextualizar; debido a que desplaza la discusión hacia qué lugar tienen ciertas representaciones en la memoria colectiva. En este sentido la cancelación se entiende como el proceso contemporáneo en el que el público cuestiona discursos, personajes, productos culturales y/o figuras mediáticas; que son sometidas a un juicio social porque ya no se alinean al pensamiento colectivo actual. Por lo tanto cancelar ya no significa únicamente retirar contenido, sino si dichas representaciones pueden seguir en la mira pública, y si es así, si deben ser vistas desde una lectura histórica.

El diálogo de Puercazo introduce una idea fundamental: el riesgo no está en la existencia de imágenes ofensivas, sino en la posibilidad de borrar rasgos históricos que nos permiten comprender porque esas imágenes existieron y circularon, y mediante qué valores operaban durante ciertas décadas. El negar dichas representaciones

coloca la cancelación como una dimensión peligrosa donde el problema deja de ser moral y pasa a ser cultural.

A partir de esto, los resultados obtenidos nos permiten identificar que la cancelación dentro del episodio funciona como un elemento argumentativo hacía espacios de exclusión y diálogos que verbalizan que es la censura y como se ve conectada con la memoria colectiva. La serie no separa los elementos narrativos, sino los utiliza como recursos que permiten representar temas como la cancelación dentro del presente cultural.

En este sentido el análisis demuestra que el capítulo anticipó discusiones vinculadas a la manera en las que las nuevas generaciones se posicionan frente a los contenidos mediáticos. Desde esta perspectiva deja de ser una razón social y se convierte en un mecanismo de lectura audiovisual: es una forma de decidir que se conserva, que se cuestiona y cual es el nuevo significado que se le da a las imágenes heredadas. El episodio no da respuestas cerradas, más bien abre una discusión sobre analizar de manera crítica contenidos aludiendo a la memoria colectiva y lo que podemos observar a través de aquello que durante mucho tiempo decidimos ignorar.

CONCLUSIONES

Este trabajo permite comprender desde distintas dimensiones a la cultura de la cancelación, y aunque hoy tiene mayor presencia en entornos digitales y redes sociales, tiene antecedentes discursivos que se pueden encontrar en productos audiovisuales posteriores a estos medios. El análisis anterior demuestra que ciertos contenidos animados ya involucraron hostilidad relacionada con lo políticamente correcto, la cultura de la cancelación y la permanencia de hechos y conflictos históricos conflictivos mucho antes de que exista el término cancelación posea importancia en el

debate público contemporáneo. A razón de esto, el capítulo analizado, pone en evidencia que la discusión actual propone los contenidos que se deben mantener, modificar o eliminar, y que esta cuenta con antecedentes evidentes dentro de las narrativas audiovisuales desarrolladas en otro contexto mediático.

A partir del desarrollo del primer capítulo, es posible comprender que la evolución de los medios masivos de comunicación, no solo se trata de la transformación tecnológica, sino también de la manera en que circula el contenido, la transición de los medios análogos a las plataformas digitales permite entender que cada medio plantea la relación la relación que tiene emisor, mensaje y receptor; pero todos tienen la capacidad de producir sentido social y cultural. Desde esta postura el streaming no es solo el medio por el cual se distribuye contenido; es el espacio donde convergen los contenidos generados en distintos momentos históricos que son recuperados y sometidos a la crítica de audiencias contemporáneas.

En este sentido, el marco teórico nos permitió revisar lo planteado por Horkheimer y Adorno en torno a la industria cultural: los audiovisuales siguen funcionando como estructuras capaces de transmitir jerarquías simbólicas y distintas visiones sociales. *La Casa de los Dibujos* confirma que el entretenimiento no es un espacio neutral porque dentro de él albergan discursos que intervienen en cómo son percibidos determinados grupos, valores y conflictos.

En consecuencia, el segundo capítulo nos permitió reconocer que las plataformas de streaming modifican la recepción cultural. En contraste con los modelos análogos donde el espectador consumía en determinado tiempo y espacio, el streaming favorece al acceso permanente de la revisión de contenidos de distintas épocas. Este fenómeno produce que contenidos que fueron creados bajo distintos códigos culturales hoy en día sean observados desde una perspectiva distinta; esto explica porque los productos audiovisuales generados dos décadas atrás en la actualidad generan discusiones sobre límites simbólicos y sociales.

De acuerdo con Canclini, el consumo cultural no es sólo el acceso a productos mediáticos, sino los procesos de interpretación y apropiación que esto implica; las nuevas generaciones no consumen de forma pasiva, sino que emiten juicios sobre lo que observan. Esto significa que el contenido adquiere nuevos significados dependiendo los marcos culturales desde donde es leído.

Desde esta perspectiva Bourdieu, el habitus cultural condicional como ciertos discursos son reconocidos como humorísticos o problemáticos; lo que un momento circuló bajo códigos de humor, actualmente es leído desde una posición distinta particularmente en temas ligados a género, representación social, raza.

Esto permite entender que la cancelación no es un fenómeno que se limita a una reacción inmediata, sino es el resultado de reflexiones más profundas referentes a lo políticamente correcto. Las generaciones actuales no consumen contenido como las audiencias de décadas anteriores; incorporan discursos sobre derechos e inclusión. Por lo tanto, los elementos narrativos que se utilizaban normalmente en el entretenimiento hoy son sometidos a una revisión crítica.

En relación con ello Rovira plantea que para comprender el tema de la cancelación las audiencias adquieren una posición activa y se convierten en actores del discurso. Las generaciones contemporáneas participan activamente en la valoración pública y por ende transforman determinados productos en recursos de análisis; los espacios digitales no son el origen de la cancelación, pero si lograron intensificar la capacidad en la que circulaban estos discursos.

Desde el análisis del episodio la metodología aplicada permite demostrar que el tema de la cancelación no aparece esporádicamente en el capítulo, sino que es un elemento articulado con recursos narrativos concretos como la focalización, la sátira, el humor y la intertextualidad. A partir de los aportes de Mieke Bal quien nos permitió entender que la focalización orienta la perspectiva del espectador hacia conflictos, acciones o personajes que condensan el discurso en el problema central.

Desde esta perspectiva la intertextualidad, se entiende como el rasgo que hace que el espectador active signos ya existentes en la memoria colectiva, para que el receptor tenga una lectura crítica; el episodio no crea nuevos significados, sino que retoma imágenes heredadas de la tradición animada, donde ciertos estereotipos fueron normalizados. La intertextualidad se ve reforzada porque el episodio conecta con archivos culturales previos que permiten que el espectador reconozca códigos que van más allá de una representación mediática.

A partir de ello, se puede confirmar que el conflicto no aparece únicamente por la existencia de estereotipos, sino por cómo las audiencias los interpretan bajo condiciones culturales. La condición actual y por la cual se debate es decidir si un contenido permanece o es retirado. En este sentido los productos audiovisuales no mantienen un significado fijo, son leídos a partir de cómo se transforman los marcos culturales e ideológicos desde los que son observados.

Por lo tanto, los estereotipos identificados en el episodio toman relevancia, Eco los denomina como tipicidad, es el rasgo a partir de que son contruidos los personajes y quedan simplificados en rasgos repetitivos y fácilmente reconocibles por el espectador. Este recurso funciona como una estructura simbólica que unifica visiones históricas de grupos sociales.

En este sentido, borrar contenido no significa comprenderlo, la lectura crítica permite contextualizar lo que la sociedad produjo y normaliza en determinado momento. Aquí radica la relevancia del capítulo estudiado: en mostrar que antes que el concepto de cancelación se consolide como un discurso contemporáneo en la narrativa digital, ya existían productos audiovisuales capaces de materializar las representaciones conflictivas dentro de la cultura popular.

En este sentido, a partir del análisis realizado, uno de los principales hallazgos es que el término cancelación no es un hecho que haya nacido completamente en las redes

sociales (claro que estas son el vehículo perfecto para que este tuviera mayor alcance), y tampoco son un hecho aislado, sin embargo responde a prácticas históricas de censura y sanción social que se mudaron a prácticas contemporáneas.

Al mismo tiempo, se observa un fenómeno curioso dentro de la dinámica de la cancelación; el poder deja de estar en manos de los medios o de las instituciones y es adquirido por las audiencias; y aquí es donde las redes sociales dejan de ser un espacio para subir contenido personal y se transforma en un foro de vigilancia colectiva, en donde los usuarios no solo consumen contenido, sino también evalúan y deciden censurar o evaluar.

En cuanto al análisis del objeto de estudio, se encontró que las series animadas son espacios donde se pueden albergar discursos más profundos como la sátira, el humor y los estereotipos; de esta manera los dibujos animados permiten distintos niveles de interpretación y va a depender del contexto social, cultural e histórico que tenga su audiencia. A su vez se propone una lectura crítica, que radica más allá de una lectura a través de la censura o la libertad de expresión; abre una discusión acerca de la importancia de la memoria cultural, el contexto histórico y la reinterpretación de contenidos.

En conclusión, esta investigación confirma que las series animadas son capaces de albergar objetos culturales complejos que contienen recursos narrativos como el humor, la sátira, los estereotipos, la intertextualidad, la focalización, dentro de formatos pensados para el entretenimiento. En el caso del episodio “En términos de afecto” de *la casa de los dibujos* se demuestra que la animación es un foro donde se representan discusiones que posteriormente adquieren fuerza en el debate público contemporáneo, siendo un medio legítimo para estudiar fenómenos, representación y cultura de la cancelación

Bibliografía

- Ansolabehere, S., Cortés, F., Martínez, J. M., & Zaremborg, G. (2018). *Diseños de investigación social*. FLACSO México.
- Bajtín, M. (1982). *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI Editores.
- Batalla, J. G. (2021). *La cultura de la cancelación: Del juicio público a la era del clickbait*. Indicios.
- Brookey, R. A., Phillips, J., & Pollard, T. (2023). *Reasserting the Disney brand in the streaming era: A critical examination of Disney+*. Routledge.
- Bourdieu, P. (1997). *El sentido práctico*. Taurus.
- Castells, M. (2000). *Internet y la sociedad red* [Conferencia]. Universitat Oberta de Catalunya.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Areté.
- Dershowitz, A. (2020). *Cancel culture: The latest attack on free speech and due process*. Hot Books.
- Eco, U. (1965). *Apocalípticos e integrados*. Lumen.
- Flores Guevara, S. (2014). *Redes sociales digitales: Nuevas prácticas para la construcción cultural*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).
- Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. Siglo XXI Editores.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- Golovina, N. (2014). *La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor*. Revista Científica Pensamiento y Gestión, (36), 1–20.

Gubern, R. (2014). *Historia del cine*. Anagrama.

Hall, S. (1973/1980). *Codificación y descodificación del mensaje televisivo*. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language*. Hutchinson.

Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos: La cultura de la colaboración*. Paidós.

Lévy, P. (2007). *Cibercultura: La cultura de la sociedad digital*. Anthropos.

Manovich, L. (2001). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Paidós.

Martín Serrano, M. (2004). *La influencia social de la televisión: niveles de influencia*. En *La producción social de comunicación*. Alianza Editorial.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Paidós.

Morales-Medina, T., & Cabezas-Clavijo, Á. (2024). *Netflix y la cultura de la cancelación: análisis a través de Change.org*. *index.comunicación*, 14(1), 229–254. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/01Netfli>

Nicolás, M. de L., & Nicolás, M. T. (2008). *El análisis de las series de televisión*. *Área Abierta*, 8(21), 1–15.

Pleyers, G. (2016). *Internet y las plazas: Activismo y movimientos sociales en la década de 2010*.

Ramírez Bonilla, L. C. (2015). *La hora de la TV: Incursión de la televisión mexicana y la telenovela en la vida cotidiana de la Ciudad de México (1958–1966)* (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México). Repositorio UNAM.

Rodríguez, C., & Camilo, S. (2017). *Análisis de series norteamericanas como medio de entretenimiento para audiencias adultas*. *Razón y Palabra*, 21(98), 290–308.

Rovira Sancho, G. (2017). *Activismo y redes: Multitudes conectadas*. Icaria.

Ruano López, S., Fernández Falero, M. R., & Garcés Botacio, I. (2016). *Las series de televisión en las redes sociales: Estudio de caso*. Opción, 32(12), 525–540.

Sotomayor, L., & Rayza, G. (2020). *Análisis de la representación gráfica y narrativa visual de personajes en series animadas de crítica social dirigida al público adulto*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Twenge, J. M. (2023). *Generations: The real differences between Gen Z, millennials, Gen X, boomers, and the silent generation*. Atria Books.

Vega Montiel, A. (2010). *La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas: apuntes de una investigación diagnóstica*. Comunicación y Sociedad, (13), 43–68.
<https://doi.org/10.32870/cys.v0i13.1570>

Vidal Bonifaz, F. (2012). *Los dueños del cuarto poder*. Planeta.

Williams, R. (1992). *Historia de la comunicación. Vol. 2: De la imprenta a nuestros días*. Bosch.