

# Detrás de los Simpson

Comunicación – Sociedad – Cultura

*Juan Pablo Marín Correa*



**Autor:** Juan Pablo Marín Correa

**Diseño de cubierta:** Daniela Cerezo

© 2006 EDICIONES DEL LABERINTO, S.L.

ISBN: 84-8483-218-X

Depósito Legal: M-9493-2006

Todos los derechos reservados. No está permitida la reimpresión de parte alguna de este libro, ni de imágenes ni de texto, ni tampoco su reproducción, ni utilización, en cualquier forma o por cualquier medio, bien sea electrónico, mecánico o de otro tipo, tanto conocido como los que puedan inventarse, incluyendo el fotocopiado o grabación, ni se permite su almacenamiento en un sistema de información y recuperación, sin el permiso anticipado y por escrito del editor.

---

**EDICIONES DEL LABERINTO, S.L.**

Comercializa y distribuye: LABERINTO DISTRIBUIDORA DE LIBROS, S.A.

Tef. 902 195 928 – Fax: 902 195 551

E-mail: [laberinto@edicioneslaberinto.es](mailto:laberinto@edicioneslaberinto.es)

[www.edicioneslaberinto.es](http://www.edicioneslaberinto.es)

**Imprime:**

Ibérica Gráfico., S.L. – Fuenlabrada (Madrid)

Printed in Spain / Impreso en España.

*A mi madre y a Caro.  
A mis amigos...*

*Quiero ofrecer mis más sinceros agradecimientos a quienes durante estos últimos tres años han participado y colaborado de una u otra manera con el resultado final de esta investigación y en su publicación, ellos son:*

*Jorge Forero, Orlando Cardona, Andrés Calle, Juan Gabriel Turbay, Carlos Sanabria, Eduart Méndez, Hernán Giraldo, Juliana Montes, Andrés y Juan Pablo Castaño, CJ Martins Publicidad, Eduardo Peñuela, Juan Pablo Fajardo, Carlos Miguel Álvarez, Diana y María Isabel Cerón, Juan José Ortega y muy especialmente a Ediciones del Laberinto, España.*

*Gracias a todos, Juan Pablo Marín C.*

## NOTA LEGAL

Las imágenes [y/o ilustraciones] que aparecen en este libro son propiedad exclusiva de Matt Groening, Fox y/o Gracie Films y nunca del autor o editor de la presente obra. Han sido incluidas en esta obra ateniéndose a las disposiciones legales en materia de derechos de cita; se han utilizado las estrictamente necesarias puesto que no están puestas con fines comerciales, sino a modo de ejemplo acerca de lo descrito en el texto, de tal manera que sirvan como sustento referencial para aclarar los comentarios y análisis llevados a cabo, así como las dudas e inquietudes que pueda llegar a tener el lector. En la presente obra prima el carácter investigador y educativo, aunque está escrita con sencillez para que sea comprensible para un público amplio, por lo cual, las imágenes constituyen un elemento ilustrativo sin las cuales sería muy difícil explicar las ideas expuestas.

# ÍNDICE

	Página
PRESENTACIÓN .....	7
INTRODUCCIÓN .....	15
LOS SIMPSON (reseña) .....	23
Capítulo I	
ESPACIOS, TEMPORALIDADES Y RELACIONES PLÁSTICAS.	
Bienvenidos a Springfield .....	29
El Springfield que habita la sociedad de <i>Los Simpson</i> .....	35
El hombre que mató al oso .....	43
La fisonomía Simpson .....	63
Capítulo II	
PROTOTIPOS, PARADOJAS Y FUNCIONES.	
Psicopatología de la sociedad de Springfield .....	81
<i>The Homer way of life</i> .....	99
Bart no es tan malo como Lisa .....	111
Capítulo III	
MODELOS, PODERES Y MEDIACIONES.	
El manipuladorcillo Ned Flanders .....	125
El señor Burns, un reptil opresor .....	133
<i>Wonderful Duffs</i> .....	145
‘Krusty’, ‘Itchy & Scratchy’ and ‘Mc Bain’ <i>Trade Mark</i> (TM) ..	151
La estrella mediática Kent Brockman y los <i>mass media</i> en Springfield .....	161
El corrupto sistema .....	171
CONCLUSIÓN .....	179
REFERENCIAS .....	189



## PRESENTACIÓN

En los procesos cotidianos de socialización se escuchan con frecuencia comentarios alusivos a las series televisivas animadas que gozan de la preferencia de un vasto público, sobre todo infantil y juvenil, por lo cual logran un alto reconocimiento en todas las esferas sociales. Estas apreciaciones se han incrementado con el auge de las caricaturas japonesas, a las cuales se les cuestiona sus relatos guerreros, la subliminalidad y los supuestos orígenes satánicos que algunos les atribuyen. Y es que el cómic oriental parece reciente en la industria cultural, pero en contra del convencimiento universal, no fueron los estadounidenses, sino los japoneses quienes publicaron las primeras revistas de historietas, económicas y producidas en masa en el transcurso de los años veinte. En torno a este tipo de historieta se ha generado polémica y con ellas van de la mano otras series como *Aventuras en Pañales* y *Los Simpson*, las cuales se encaminan en otros sentidos diferentes al cómic japonés. Un énfasis recalcado se ha prestado a esta última caricatura, ya que reúne todos los aspectos del componente social y es la cruda expresión del mismo, por lo que desata un sinnúmero de postulados en su contra, pero también los; su audiencia alcanza los niveles más altos de sintonía y es vista, podría decirse, más por adultos que por niños, pues los primeros le encuentran un alto sentido y la

disfrutan aún más que los pequeños. En la mayoría de los casos, las opiniones expresadas respecto a este tema carecen de sustento y se convierten en especulaciones fruto del desconocimiento que prevalece acerca de los productos audiovisuales, sus orígenes y consecuencias; cada cual cree tener la razón, y es común que ello suceda cuando se intercambian ideas relacionadas con lo masivo-popular como, por ejemplo, la política y la publicidad, entre otros. La caricatura y el cómic no escapan a ello.<sup>1</sup>

Con el esplendor y el éxito logrado por Walt Disney, la ternura de sus encantadores animalitos y su industria del entretenimiento en la década de los años veinte, las historietas animadas se cubrieron con un velo de inocencia inmaculada, más aún, cuando eran orientadas hacia un público infantil. Años más tarde, algunos analistas comunicacionales sustentaron hipótesis en las que «desnudan» otro tipo de intenciones incorporadas en los *cartoons*. En un comienzo estos postulados despertaron toda clase de impresiones y controversias; y es que sólo basta echar una ojeada a textos como *Ensayos marxistas sobre los cómics* o *Para leer al pato Donald*, y pensar en el entorno ideológico de los años

1. «La caricatura es un retrato, u otra representación, que exagera los rasgos físicos o faciales, o bien el comportamiento, la vestimenta o los modales característicos de un individuo, con el fin de producir un efecto grotesco. La caricatura (del italiano *caricare*, ‘cargar’, ‘exagerar’) puede ser también el medio de ridiculizar situaciones e instituciones políticas, sociales o religiosas, y los actos de grupos o clases sociales. En este caso, suele tener un propósito satírico más que humorístico, con el fin de alentar el cambio político o social; su uso queda generalmente restringido a las representaciones gráficas. En América Latina se denomina también caricatura a los cortometrajes de dibujos animados. El cómic o tebeo es una narración contada por medio de una serie de dibujos dispuestos en líneas horizontales y que se leen de izquierda a derecha. Los artistas han desarrollado un vocabulario visual para representar los efectos sonoros; y utilizan símbolos y otros recursos gráficos con objeto de expresar una amplia variedad de elementos narrativos. Estas leyendas aparecen en forma impresa, en publicaciones periódicas específicas, también conocidas en Estados Unidos como cómics, aunque en España se ha popularizado la palabra tebeo, derivada del título de una revista infantil llamada *TBO*, y en algunos otros países de habla española se conocen como historietas. El término cómic deriva de sus orígenes cómicos, pero el humor no es un elemento definitorio, pues el medio se ocupa de asuntos tan variados como pueda hacerlo la literatura o el cine» (Encarta 2000. Caricatura. Cómic).

setenta, en los que fueron publicados, para comprender un poco más la magnitud de los acontecimientos. Tres décadas después de los años setenta, con mentalidades distintas, sin mayores escrúpulos ni tabúes, y sin vendarse los ojos ante una realidad que no es posible desconocer porque es evidente. No estaría bien visto seguir pensando que las caricaturas y los cómics tienen como única función divertir. Esta industria cultural ha mostrado un crecimiento desbordado y una expansión exuberante, además, han inundado los mercados del mundo con un gran volumen de productos audiovisuales y *souvenirs* que incorporan en sus estructuras comunicativas modelos precisos de comportamiento y consumo que, con la máxima del entretenimiento, son convenientes a los intereses propios de las economías transnacionales; de ahí que no sea tan altruista tanta diversión.

Las series animadas alcanzan altos niveles de aceptación tanto en públicos infantiles como adultos, adquieren un carácter repetitivo en su pauta televisiva, se fabrican y comercializan artículos promocionales con las imágenes habituales en los *cartoons* y es, de esta manera, como se teje un cerco comercial del cual es difícil escapar. La tecnología audiovisual, propia de los años noventa y de 2000 ha logrado una caricatura de mejor calidad, más cercana a la realidad contemporánea. Las animaciones que se realizan y se observan en la actualidad son más realistas en su expresión gráfica, movimiento y efectos sonoros; las nociones virtuales de espacios, tiempos y perspectivas dan como resultado una imagen con un sentido visual y auditivo muy rico y agradable, lo que permite un mayor goce y disfrute de este género televisivo y, por supuesto, una mayor sintonía y fidelidad del televidente o lector.

En la historia de los dibujos animados son comunes las representaciones de núcleos familiares, tal vez en el afán desmedido de algunos por colocar en escena su modelo social; es así como

han existido variaciones de toda clase como: *La familia Burrón* (en México), *La familia Ulises* (en España), *La Pequeña Lulú, Lorenzo y Pepita, Aventuras en Pañales*, y *Los Supersónicos*, entre otros; pero, sin duda, *Los Picapietra* han sido durante años el modelo más reconocido en cuanto a los papeles establecidos en sus personajes, ya sea el esposo que trabaja, el ama de casa, los hijos, los vecinos y las relaciones interpersonales en una sociedad ajustada al «*American way of life*».<sup>2</sup> En este sentido, es posible afirmar que *Los Simpson* son algo así como un relevo de *Los Picapietra* o, más bien, una visión actual de la familia moderna con unos esquemas socio-culturales más ambiciosos y sarcásticos para con la sociedad contemporánea; la misma que no se puede limitar sólo a la comunidad norteamericana, por la única razón de que la familia Simpson habite en Springfield; por el contrario, debe asumirse también como comunidad iberoamericana y mundial en un contexto globalizado como lo marcan las tendencias económicas en la actualidad.<sup>3</sup>

En esta línea conceptual, el núcleo familiar resalta como de vital importancia para este estudio, pues aún es considerado como la estructura básica social; los medios de información así lo entienden, y en *Los Simpson* no se representa un esquema familiar neto, sino una familia eje, modelo preciso de sociedad y cultura; aunque su condición disímil haga parecer lo contrario. Son inquietantes algunos de los nuevos parámetros comunicativos implementados en esta caricatura, en concreto la fisonomía de los personajes, en cuyo carácter plástico son palpables las conse-

2. Estilo de vida norteamericano.

3. El contenido sarcástico en el cómic no es reciente: «En 1732, los vicios y los disparates sociales de la época fueron satirizados en *La historia de una prostituta*, de William Hogarth, la primera de sus ilustraciones morales sobre asuntos modernos, presentados en colecciones de grabados para ser leídos en secuencia como un relato. Su éxito fue una prueba del apetito del público inglés por las narraciones satíricas. En Inglaterra pronto quedaron eclipsados por la moda de las caricaturas sociales y políticas, cuyos rasgos exagerados, líneas simplificadas y humor sobre cuestiones de actualidad se convirtieron en parte integrante del cómic moderno» (Encarta. 2000. Caricatura, Cómic).

cuencias de la industrialización y la convivencia de sus individuos contrastada por una escala de valores en crisis.

Cuando *Los Simpson* nacieron a finales de la década de los ochenta, en *El show de Tracey Ullman*, como una serie de cortinillas comerciales de 30 segundos, la respuesta fue tan buena que debutaron en la Fox con un especial de Navidad de media hora el 17 de diciembre de 1989 y empezaron como serie regular el 14 de enero de 1990. Desde entonces han permanecido en las televisiones americanas, europeas y mundiales con un alto *rating* de audiencia. Para una muestra, en una encuesta realizada el domingo 3 de diciembre de 2000 por uno de los principales diarios de Colombia, en la que se consultó acerca de la predilección de los dibujos animados, los resultados fueron los siguientes: *Los Simpson*, 31,83% (porque es una crítica mordaz de la sociedad americana, por la calidad de la animación y por el humor crítico); *Dragón Ball-Z*, 9,68% (porque es pura acción y adrenalina, paso un buen rato y aunque sea animado hay «papitos» y «churros»\*); *Piolín*, 3,46% (porque es muy lindo, amigable, no descansa hasta que las cosas le resultan y es súper tierno). (*El Tiempo*, 3/12/2000, pp.2/12).

*Los Simpson* son una serie animada de segundo nivel dentro de la narrativa, es decir, cada emisión es una historia completa y autónoma, lo que se repite en los episodios son los personajes y una estructura comunicativa definida en términos semióticos, retóricos, tipológicos y plásticos, entre otros, de carácter específico. Es un prototipo básico que se multiplica en diversas variantes a lo largo de la duración del programa. En esta modalidad es casi una regla que los episodios no citen a los anteriores, ni éstos interfieran en los posteriores, caso que no se presenta en *Los Simpson*, ya que unos episodios citan a otros,

\*N. del E. : voces empleadas en Sudamérica que significan persona apuesta, guapa, atractiva.

aunque el orden de éstos no se altera, pueden presentarse uno u otro sin que se afecte la consecución narrativa.<sup>4</sup>

Abordar a *Los Simpson* no es tarea fácil, sus creadores y guionistas se han consagrado a construir la serie en forma admirable; y es que, como espectador y autor de la presente obra, no me confieso detractor de los dibujos animados, por el contrario, soy uno de sus más asiduos televidentes. Como todos los niños coetáneos de los años setenta, crecí con Disney, los Picapiedra, Popeye, Mafalda, el Pájaro Loco, Bugs y sus amigos y los héroes del salón de la Justicia. Pero considero que es irresponsable a estas alturas evolutivas entretenerse frente a la televisión sin un conocimiento adecuado acerca de los programas televisivos que nos ofrecen, más cuando abundan las especulaciones al respecto, la mayoría infundadas y paranoicas, así como también, otras bien enfocadas pero que en definitiva tienden a generar más incertidumbre que certeza.

Por todo lo anterior, he estudiado *Los Simpson* desde la óptica de un maestro en comunicación, para conocer la sociedad que reflejan. Lo que es innegable y salta a simple vista es que conservan vigentes aspectos comunes con los cómics norteamericanos: su puesta en escena es novedosa y bien lograda en un Springfield con características propias de la modernidad<sup>5</sup> y el estilo de vida capitalista, un pueblo-ciudad en el que se mantienen las luchas de clases, las desigualdades sociales, un mundo ideal de

4. Entonces se adopta el término de «episodio seriado» para este tipo de serie que es el más idóneo y no capítulo, porque esta designación es propia de narrativas como la telenovela en la que los capítulos tienen orden cronológico.

5. Modernidad como etapa histórica marcada por la revolución industrial, la cultura como tres esferas autónomas: ciencia, moral y arte, y conformada por los proyectos: emancipador, expansivo, renovador y democratizador. Premodernidad como lo inmediatamente anterior a esta, es decir, lo tradicional (formas arcaicas de poder), la razón religiosa (la cultura en lo mítico) y la no-industrialización; y postmodernidad como un integrador/mediador en las inconsistencias entre los proyectos de la modernidad y también como la ruptura con lo moderno, es decir, con los metarrelatos y los modernismos. (Noción global para tener en cuenta durante la lectura).

problemas y soluciones sin alteración del orden socioeconómico. El público de la serie es amplio, abarca desde niños hasta adultos, atribuible a las características de la misma, lo que la ha hecho aún más inteligente y mejor pensada, es decir, un reflejo irónico de una comunidad americana.<sup>6</sup> Sin lugar a dudas, *Los Simpson* son particulares: su crítica al sistema, a la economía, a la política, a la educación, a la salud, a los medios de información, a las creencias religiosas y, en general, al componente social, da pie para analizar y reflexionar acerca de la finalidad que ha cumplido y cumple la serie. No es mi intención, al realizar este análisis, tomar una postura ideológica izquierdista, neoliberal ni de otras connotaciones o tintes políticos; he pretendido ser lo más objetivo posible, eso sí, sin ingenuidades; de tal manera que el lector de este libro no encuentre en él un prototipo de manual antiyanqui o anticapitalista, sino, por el contrario, un texto base en el que se dan descripciones acerca de la estructura comunicativa de *Los Simpson*, de tal manera que cada cual pueda sacar sus propias conclusiones. Ojalá, y eso espero, este estudio permita que la comunidad en general reflexione acerca de la influencia que tienen las series animadas en nuestras formas de pensar, actuar, consumir, la educación que transmiten a niños y adultos y los hechos sociales que estas series puedan generar. Las tiras cómicas, desde sus inicios, han sido partícipes de las luchas por el poder y el beneficio económico, un caso particular es la disputa a comienzo del siglo xx entre el periódico *World*, de Joseph Pulitzer, y el *Journal*, de William Randolph Hearst, publicados en Nueva York, empeñados en una feroz guerra de circulación en la que las nuevas secciones de cómics demostraron ser unas armas importantes y rentables, eso sin mencionar las batallas mediáticas que en la actualidad libran las multinacionales del entretenimiento.

6. América: continente americano; Estados Unidos de América.



# INTRODUCCIÓN

Los procesos de globalización han alcanzado el orbe de manera contundente durante los últimos años trayendo consigo nuevas posibilidades tecnológicas para los encuentros culturales. La mundialización de la economía, de los medios de información, centrada en la televisión por cable, la satélite e Internet, ha brindado la posibilidad de interactuar y conocer más acerca de otras culturas, sus costumbres, creencias, ritos, mitos, hábitos y roles socio-culturales, entre otros. Este proceso, menos tecnificado, ha acompañado a la humanidad desde sus orígenes, pero en los últimos años esa misma globalización ha marcado mucho más la diferencia socio-económica entre los pueblos poco tecnificados y los llamados países del Primer Mundo, lo que ha generado, entre muchas otras consecuencias, la cobertura segmentada y desproporcionada por parte de los medios de información privados.<sup>7</sup> A pesar de ello, son de conocimiento público los programas transmitidos a través de la televisión y su temática, alrededor de la cual se genera socialización y controversia, por cuanto, en ocasiones, se tergiversa el sentido lógico en la información a las multitudes, que deja de ser propiedad exclusiva sujeta a la capacidad financiera de las personas; es decir, aunque los medios estén ofertando gran cantidad de

7. Me refiero a la televisión de pago.

servicios, su principal merced es llegar a la multitud, a lo masivo-popular para cumplir otro tipo de funciones.

La globalización y las crisis de toda índole por las que atraviesan los países del mundo han cambiado indiscutiblemente la forma de socializar en comunidad y ello ha influido en el pensamiento del hombre de hoy. En las grandes urbes los encuentros alrededor de la plaza pública como centro de ejercicio del poder del Estado se presentan en la actualidad bajo la modalidad de manifestación popular; la Iglesia, como representación del poder eclesial, atraviesa un conflicto moral que ha deteriorado su poder de control social y el entorno ciudadano cada vez se fragmenta más. Los bienes simbólicos tradicionales se ven entonces reemplazados por estructuras simbólicas contemporáneas que marcan nuevas generaciones y tendencias. Los comportamientos humanos se han alterado, la inseguridad es factor de desequilibrio social, hasta tal punto que el hombre de fin del siglo xx ha visto la extinción progresiva de los paseos urbanos y la vida comunitaria. Las personas tienden a refugiarse en sus hogares, en conjuntos habitacionales cerrados, en la calidez de su casa o apartamento, tendiendo al individualismo y a la soledad. En la actualidad, la forma de relacionarse con el mundo es a través de los medios de comunicación. En consecuencia, los individuos permanecen atentos y ensimismados frente a la televisión, la prensa, la radio, Internet, o cualquier otra alternativa de difusión o comunicación; ya no tanto para mantenerse informado de lo que ocurre a diario,<sup>8</sup> sino más bien para saber qué sucede con el mundo de sus sueños, con aquel mundo que, aunque sea por un momento, lo distrae de la triste realidad que vive a causa de la violencia común e inherente a la problemática social y humana mundial.

8. Los noticieros, periódicos e informativos se tornan repetitivos y pierden el efecto y el sentido de lo que pasa en el entorno.

Con miras en esta distracción, las preferencias audiovisuales se distribuyen por zonas geográficas en las que predominan algunos géneros narrativos que, por sus características, se acoplan de forma más adecuada al sentir y a los reflejos de cada cultura, por encima de otros que no alcanzan tanto reconocimiento ni aceptación. En cuanto a consumo cultural se refiere, se puede decir que los norteamericanos muestran mayor predilección por las series policíacas, de ficción científica o por las comedias de tipo familiar (*sitcoms*); los europeos prefieren las miniseries de dramas históricos; los japoneses, las animaciones; y los latinoamericanos, las telenovelas de tendencia melodramática. Allí es en donde se inician los procesos mediáticos, por ejemplo: «Entonces el componente social se interesa más por la telenovela, sus protagonistas, su temática, lo que va a acontecer, lo que sucede o sucedió, relacionándolo con su vivencia cotidiana, para buscar, a través de dicha función comunicativa, la fantasía, la diversión, el escape momentáneo como mecanismo terapéutico a su problemática, dentro de su frustración e impotencia» (Martín-Barbero, 1992, *Televisión y melodrama*). Así mismo, como en la telenovela y en los demás géneros de narrativa audiovisual, en el cómic y la caricatura se despiertan funciones similares o casi idénticas. Desde esta perspectiva, los procesos de culturización extranjera,<sup>9</sup> específicamente en el caso de los *cartoons*, abordan a través de funciones *mass-mediáticas* que suscitan patrones de comportamiento que seguir, dentro de los cuales se identifican o se proyectan las masas.

La televisión muestra parámetros sociales dentro de los cuales involucra a sus receptores como sujetos activos o pasivos. Además, actúa como mecanismo social, refleja roles y conductas enmarcados en un contexto, cuya caracterización es inseparable de un referente cultural, el cual se relaciona directamente

9. Entendidos como imposiciones ideológicas desde países extranjeros.

con el tipo de producción televisiva correspondiente a espacios específicos, acordes con los intereses de difusión cultural, propios del sistema gubernamental de turno en cada país.

Entre los medios de comunicación social, la televisión es la que capta más público e impacta por su lenguaje audiovisual; ésta se torna cada vez más importante, se convierte en foco de atención de pequeños y grandes con distintos gustos y predilecciones; cada uno busca la forma de tener el mando a distancia o instala un televisor en su cuarto para disfrutar de sus programas favoritos; y es a través de ella, por ser un medio audiovisual, que se logra recibir una alta dosis de información y aprendizaje de manera personalizada.

Con esto se consigue que se asuma un sinnúmero de actitudes innovadoras que incluyen modelos de comportamiento y nuevas formas de consumo correspondientes a la cultura difundida, en la mayoría de los casos, con fines económicos, políticos, étnicos e ideológicos. Los medios de información son transmisores de cultura y factores determinantes de organización social. Lo anterior es preocupante en cuanto al receptor adulto, pero lo grave está en el enfoque de las series animadas a la audiencia infantil y adolescente, pues es a los cinco o seis años cuando el niño comienza a socializar el mundo y se hace conocedor de los esquemas del lenguaje adquiridos, continúa el desarrollo cognoscitivo, semántico, léxico, y demás; alcanza así niveles de comprensión más altos en cuanto al mundo que le rodea. El niño toma conciencia de los programas de televisión que le atraen o llaman la atención, tiene sus preferidos y llega a compartir sus diferentes procesos de socialización a partir de sus espacios televisivos predilectos, es decir, comienza a incorporar en sus actitudes los esquemas que ve en la televisión.

Aunque hasta hace algunos años no lo era, en la actualidad es muy importante definir la programación infantil, dado que, por

irresponsabilidad de los mayores, los niños algunas veces observan la franja para adultos, programas que no son adecuados para ellos o requieren, más que compañía, un adulto que en realidad sepa orientar con criterio los enunciados transmitidos en la televisión. En el presente se transmiten en los canales del mundo series de dibujos animados que son, casi en su totalidad, producciones japonesas y americanas; éstas adoptan un alto contenido de expresiones violentas, cuyos efectos ocasionan el deterioro de las relaciones sociales, e incluso llegan a generar preocupación en los padres, educadores y demás organismos sociales, máxime cuando no existen alternativas de programación infantil con espacios televisivos que confronten la realidad violenta y que sean acordes con los valores fundados y aceptados como primordiales en cada cultura. Series animadas como *Los Simpson*, *Duckman*, *Aventuras en Pañales*, *Dragón Ball-Z*, *Los Caballeros del Zodiaco* y *Pokémon*, entre otras, presentan, no sólo desde la fisonomía propia de sus personajes, sino también desde sus contenidos temáticos, el uso frecuente de ataques directos a la integridad física, expresiones verbales soeces y otro tipo de malas intenciones que son llevadas a los niños con la agravante de que ellos se encuentran en etapa de desarrollo, de formación y que casi nunca están acompañados de personas idóneas que aclaren, resuelvan inquietudes o ayuden a darles un sentido formador desde la temática presentada. De ahí parte la idea de definir si, en realidad, las historietas animadas son aptas para menores; pues si bien algunas de ellas son la manifestación de antiguos mitos —el caso de *Batman*— o una recapitulación de mitologías —como en las series japonesas—, *Los Simpson* y otros aquí citados son la proyección de una escala de valores, son más «mundanos», cotidianos. En su diario quehacer se realizan intercambios de todo tipo con diversas intencionalidades que ya no son tan simples como el bien o el mal, la justicia o el hampa o la lucha entre dioses.

*Los Simpson* es una serie de dibujos animados en la que se marcan nuevos parámetros y se dan principios para el desarrollo de la personalidad con base en la anarquía, el irrespeto y la irreverencia para con la sociedad. Todo esto crea controversia y genera crisis en los valores morales, éticos y espirituales aceptados como propios de la familia norteamericana tradicional, cuyo modelo no es ajeno al occidental. Pero el encuentro de los símbolos de cada cultura y su cosmovisión del sistema social dan como resultado un enfrentamiento socio-cultural entre un pensamiento que puede ser al mismo tiempo premoderno y moderno, contrastado con otro que sea, de la misma manera, moderno y postmoderno. En este orden de ideas, las personas conviven dentro de un mismo espacio y, no obstante, tienen raciocinios muy diversos; también pueden tener formas de entender el mundo que no coinciden con el tiempo y el lugar de los contemporáneos. Así como no comprenden los problemas propios de sus países, pueden estar identificados con modelos extranjeros que, en ocasiones, son imposibles de aplicar dentro de su propia realidad socioeconómica. Tal vez, si tuvieran una posición más consciente de la problemática que se vive en la actualidad, y que en gran parte es generada por la despreocupación social, se tendría muy en cuenta que es fundamental brindar a los hijos la mejor educación y formación posibles, con un profundo sentido de autonomía y autogestión, y, de paso, recapacitar en la forma de asimilar las cosas y sobre cómo se actúa frente a ellas. Algunos estadistas y pensadores, como Gabriel García Márquez, por ejemplo, coinciden en afirmar que uno de los factores significativos que contribuyen a la solución de los conflictos sociales radica en gran parte en la importancia que se dé a la formación educativa, como una de las alternativas trascendentales para erradicar los altos índices de violencia existentes en la sociedad de hoy. En esa educación tienen una gran responsabilidad los medios de comunicación.

Con lo hasta aquí descrito, es imperativo en las políticas culturales de los Estados y en la formación de los profesionales, principalmente de aquellos cuyos oficios tienen estrecha relación con la comunicación, el análisis y la práctica social, tomar una postura ética e identificar modelos auténticos de desarrollo cultural que permitan replantear y modificar las prácticas mediáticas cuya incidencia en los aspectos sociales influye también en las estructuras sociopolíticas y económicas de los países del mundo entero. Trabajos como el ya citado *Televisión y melodrama*, en el que se analiza la estructura comunicativa de la telenovela, y otros estudios realizados sobre los géneros televisivos y del medio en general son de gran relevancia para cualquier país. No es conveniente que se continúe frente a la televisión consumiendo y adoptando productos audiovisuales sin contar con análisis serios acerca de lo que dichos productos ofrecen y la manera de consumirlos, hacer uso de ellos e incorporar sus esquemas en la vida cotidiana.

Algunos pensarán que se está prestando demasiada importancia a unos simples dibujos animados y que los adultos están excluidos o fuera de su área de influencia, pero la caricatura desde su inicio ha sido, más que una crítica, una objetividad pretendida por parte de su autor, un espacio propicio para plasmar frustraciones y sueños, y no sólo de un individuo o sujeto, sino también el de una u otra sociedad; y los adultos no están lejos de ciertas pretensiones. Podrían estar más cerca de lo que creen.

