

Emakume gazteen estereotipoak Disney Channel kateko telesailetan

Alazne Aiestaran eta Susana Lopez
Komunikazio Zientzietan doktoreak

AEBko Disney faktoriak errealitatea islatzeko duen modua aztertzen duen ikerketa-korrontearen barruan kokatzen da lan honen helburu orokorra. Fikzio-telesailen bitartez eta nerabeentzako komedia formatupean, itxuraz tolesgabea den dibertsioaren bilgarriarekin erakusten ditu Disney-k gazteen imaginarioan sakon sartzen diren AEBko bizimodu idilikoa, kontsumo-moldeak edota emakume eta gizonen erakargarritasunen ereduak. *Hannah Montana* eta antzeko telesailak lortu duten neurrigabeko arrakasta eta, ondorioz, gazteen artean sortu den mitomania dira Euskal Herriko Unibertsitatean garatu dugun ikerketa pilotuaren abiaburua. Izan ere, Ipar Amerikako telesail arrakastatsuenek euskal nerabeen artean izan duten eragina ezagutu nahi izan dugu eta Disney Channel kateko telesail arrakastatsuenetan aurkezten den emakume nerabearen ereduari buruzko lehenengo emaitzak jasotzen dira hurrengo lerroetan.

GAKO-HITZAK: Disney Channel · Generoa · Teleserieak · Emakume nerabeen estereotipoak.

The main objective of this work aims at analyzing the way Disney's factory reflects reality. This work belongs to the type of studies that are interested in this issue and work on it now.

Through its fiction series, presented as teen comedies, Disney shows, under the seemingly innocent purpose of entertaining, consumption forms, ideals of male and female beauty that gradually seep in the collective imagination of the young. The huge success of such a series like *Hannah Montana* and the myths created by it (Jonas Brothers and Miley Cyrus, for instance) is the origin of the pilot research we are conducting at the University of the Basque Country in order to know the impact of its American series among the youngest public in our country. In this article we are presenting the first results concerning the model of the teen woman featured in Disney's most known series.

KEY WORDS: Disney Channel · Gender · tv series · Stereotypes of young women.

Jasotze-data: 2011-02-18. *Onartze-data:* 2011-02-23.

1. Sarrera^{1/2}

Ameriketako Estatu Batuetako inperialismo kulturalaren ikur batzuk baino ez dira Coca Cola, Mac Donalds edo Hollywoodeko zinema. Ipar Amerikako fikziozko bizimodu eta balio tradizionalistak suspertzeko beste gizarte batzuetan etengabe eta pixkanaka egiten den inokulazio gisa defini daitekeen inperialismoa. Informazio-nagusitasunarekin batera, kapitalismoak berezko dituen kontsumo-ohiturak bermatzen ditu eta lagungarria suertatzen da AEBko nagusitasun ekonomikoa eta politikoa finkatzeko. Balioak transmititzeko hain ondo diseinatuta dagoen joko honetan ezin dugu alde batera utzi Disney faktoria, berau baita mundu osoko nerabe eta umeei zuzendutako aisiaren zati handi baten hornitzaile nagusietakoa. 1923. urtean Mickey arratoia zine-aretoetan lehenengoz azaldu zenetik, Walt Disney-k sortu zuen enpresa etengabe hazi eta dibertsifikatu da. Ipuin tradizionalak eta istorio berriak kontatzen dituzten animazio-film luzeek, jolas-parkeek, diskoek, Disney produktuen *merchandising*-ak, antzerki-ekoizpenek, eta batez ere, telebistak osatzen dute mugaz gaindiko enpresa-egitura hori³.

Xalotasunaren irudikapena⁴ eta antzeko edukiak beti arrakastaz saldu badira ere, Disney-ren ekoizpenen itxurazko tolesgabetasun hori zalantzan jarri duten autoreak asko izan dira. Henry Girouxek (2001), Francisco Jose Mariano Romerok (1998) edo Jordi Romerok (2004) Disney-ren zama ideologikoaren inguruan ikerketak burutu dituzte. Zentzu horretan, Carmen Bono eta Virginia Guichot-ek (2001) animazio-film luzeen rol eta balioen analisiak nabarmendu dituzte euren lanetan. Beren ikerketa-lerroa generoaren azterketara mugatzen duten egileak ere hainbat dira: Clementina Calero (2004); María José González Río, Cristina López Fernández; Antonio Muñoz González (1996); Carmen Moguel (2004); Edgar Enrique Pacheco (2007). Ikerketa kritikoen arabera atera daitekeen ondorio orokorra honako hau da (Digón, 2006): «Disney-kulturak gure bizitzan eragitea bilatzen du, ez soilik entretenimenduaren bitartez, ezpada balio zehatz eta kontserbadore argietan heziz»⁵. Horren adibide dira, autoritatearekiko errespetuarekin, gizartearen hierarkizazioarekin, ohiko familia nuklearraren eginkizun nagusiarekin, ideologia patriarkala mantentzearekin, arraza- eta klase-ezberdintasunaren sendotzearekin,

1. Tamaina handiagoko ikerketari bidea zabaltzen dion lehenengo hurbilketa da lan hau.

2. Gironan 2010eko irailaren 30ean eta urriaren 1ean izan zen Congénere Nazioarteko Kongresurako prestatu genuen komunikazioan du oinarria artikulu honek. Generoaren erakuntza telebistako fikzioan izan zen kongresuko gai ardatza.

3. Patricia Digonek honela jasotzen du: «Korporazio handi honek bere barnean hainbat enpresa biltzen ditu. Telebistak eta irratiak (Disney Channel, Toon Disney, ESPN, ABC Television Network, Buena Vista Television, Radio Disney, ABC Radio, ESPN Radio), ikus-entzunezko ekoizpena eta banaketa (Walt Disney Pictures, Miramax Films, Touchstone Pictures, Buena Vista Home Entertainment), musika-konpainiak (Hollywood Records, Walt Disney Records, Buena Vista Records), argitaletxeak (Hyperion Books), jolas-parkeak eta parke tematikoak, Internet zerbitzuak, Disney dendak, jostailuak (Disney Toys) eta jokoak (Buena Vista Games), multimedia-ekoizpenak, luxuzko itsas bidaiak (Disney Cruise Line) eta oporretako programak (Disney Vacation Club), hockey talde bat (The Mighty Ducks), kirol-zentroak. Gainera, Disney-k Celebration izeneko hiria sortu du Floridan» (Digón, 2006: 163-169).

4. Henry Girouxek azpimarratzen du (2001) Disney-k kontsumitzaileen aurrean xalotasunari lotzen zaion entretenimenduaren sinbolo gisa agertu nahi duela (Giroux, 2001).

5. Egileek itzulua. Jatorrizko bertsoa: «La cultura Disney impregna nuestras vidas buscando no sólo entretener sino también educar en determinados valores claramente conservadores».

kontsumismoaren defentsarekin, abertzaletasunarekin, kontsumorako produktuen artean norbanakoak duen aukeratzeko askatasunarekin zerikusia duten balioen transmisioa. Ezin ahaztu daiteke balio tradizional horien onartzeak dakartzan ondorio negargarrietakoak genero-desberdintasunak direla.

Hezkuntzaren alorrean diharduten egile kritikoen lorratzari jarraituz prestatu dugu lan hau. Hedabideetatik umeez jasotzen dutena modu kritikoz ikertu behar dela pentsatzen dutenekin bat gatoz, eta gizon eta emakumeen arteko benetako berdintasun eraginkorra jomuga dutenekin konpartitzen dugun ardurak bultzatu gaitu Disney Channel katean begia ezartzera. Izan ere, hedabideek generoa ulertzeko moduan dukaten erantzukizuna handia den uste osoa dugu, hein handi batean ume eta nerabeen pentsaera moldatzen laguntzen baitute.

Jakin badakigu Disney Channel ez dela berria Euskal Autonomia Erkidegoan, Nafarroako Foru Erkidegoan ezta Espainiako estatuan ere, baina Lurreko Telebista Digitala heldu arte, kanal hori ikusteko ordaindu egin behar zen. LTD ezartzeaz batera, Hego Euskal Herriko bi autonomia-erkidegoetako eta Espainiako ume gehienek irekian ikus ditzakete egunero Disney faktoriaren ekoizpenak. Goizeko 6etatik gaueko 12ak arte ikusgai dagoen programazioa marrazki bizidunek, pertsonaia errealean telesailek, etengabeko autopromozio- eta publizitate-iragarkiek osatzen dute.

Ipar Euskal Herrian, ordea, Disney Channel ikusteko ordaindu egin behar da, kate iparramerikarra ikus daitekeen munduko gainerako tokietan bezalaxe. LTDaren bitartez ume eta gazteentzako kate estatubatuarra irekian ikus daitekeen toki bakarra Espainia baita.

LTD ezarri zen lehenengo urtean Disney Channel-ek lortu zuen audientzia-kuota handiena sistema berrian zeuden kanal guztien artean. Gerora bigarren postuan⁶ geratu bada ere, ezin ukatu datu onak direla gainerako kanal tematikoekin alderatuz gero.

Animazio-produkzioetan barik, *Hannah Montana* eta pareko telesailetan agertzen diren nerabe izar handien arrakastak eraman gaitu aktore errealak protagonista dituzten produktuetan arreata jartzera. Izan ere, orain arte ezezaguna zen mitomania sortzen dute ume eta nerabeen artean telesail horiek.

Disney Channel-eko teleserie arrakastatsuenen aurrean nerabeek erakusten dituzten jarreretara hurbilketa egitea izan da ikerketa honen xedeetako bat eta Bizkaiko bi herritako bi ikastetxetan murgildu gara lan pilotu hau gauzatzeko. Genero-gaiek gugan sortzen duten kezka dela-eta, Disney-k bere telesail ezagunetan erakusten duen emakume nerabearen eredia aztertu dugu. Orobat, gazte euskaldunek emakumearen eredu hori nola hautematen duten ezagutu nahi izan

6. Grupo Corporación Multimediac argitara emandako 2010eko audientzia-datuen arabera, Clan TVE haurrentzako kate publikoa izan zen nagusi ikus-entzuleen artean apirila eta ekaina bitartean, ondoren Disney Channel eta Antena Neox. Apirilean Clan TVE-k % 3,2ko audientzia-kuota izan zuen, Disney Channel-ek % 2,2koa eta Antena Neox-ek % 2,0koa. Maiatzean berriz nagusitu zen Clan TVE % 3,2ko audientzia kuota lortuz. Disney Channel-ek eutsi egin zion % 2,2ko kuotari eta Antena Neox % 2,1ean kokatu zen. Ekainean Clan TVE-k % 3,5era arteko igoera izan zuen, Disney Channel % 2,4an kokatu zen eta Antena Neox-ek % 2,2ko audientzia-kuota izan zuen.

dugu. Beraz, proiektatzen diren estereotipoak⁷ zein diren eta ikus-entzule gazteenengan eredu horiek duten eragina noraino heltzen den analizatu dugu.

2. Metodologia

Lan honetan finkatu diren helburuak lortzeko, ikerketa zientifikoak egiteko erabili ohi diren ikerketa-eredu nagusiak baliatu dira: kuantitatiboa eta kualitatiboa. Hortaz, ikerketa-eredu bakoitzaren bitartez, galdera ezberdinei erantzuna ematea lortu da.

Disney-k erakusten duen neska nerabearen irudia aztertzeko telebista-kanal horretan gehien ikusten diren lau serie aztertu dira. Hots, *Hannah Montana*, *Los Magos de Waverly Place*, *Zack y Cody: todos a bordo* eta *Sunny entre estrellas* telesailen edukiak ikertu dira. Izan ere, 2010eko audientzia-datuen⁸ arabera lau horiek izan ziren Disney kanalean gazteek gehien ikusi zituztenak.

Edukien azterketa egiteko 2010eko uztailan eman zuten telesail bakoitzaren kapitulu bat grabatu zen, ikastetxeetan egin ziren galdeketak eta eztabaida-taldeak burutu ondoren. Atal bakoitzak 30 minutuko iraupena izan zuen, publikitate barne. Ondorioen atalean modu laburrean bada ere, publikitateari aipamena egin diogu telebista *continuum*-aren parte delako.

Lau kapituluetak edukien azterketa egitea erabaki genuen, telesailen agertzen diren gaien eta espazioen errepikapenek baliozkoak diren ondorioak ateratzeko aukera eskaini digutelako. Are gehiago, lan hau tamaina handiagoko ikerketari bidea zabaltzen dion lehenengo hurbilketa bat baino ez dela kontuan hartzen badugu.

Disney Channel-en agertzen den emakumearen erakargarritasunaren eredia aztertzea da lan honen helburu garrantzitsuenetakoa. Horretarako, kapituluetak sekuentzia guztiak berrikusi dira eta bertan agertzen diren emakumeen datu zehatzak bildu dira. Alde batetik, telesailen agertzen diren emakumeen itxura fisikoa hartu da kontuan, janzteko moduari eta ezaugarri fisikoei bereziki erreparaturaz. Beste alde batetik, emakumeak euren ezaugarri kognitiboan arabera aztertu dira. Hirugarren atal batean atentzioa eman diguten esaldi eta jarrerak jaso ditugu, telesailetak eduki-analisan emakume nerabearen irudiaren inguruan lortutako emaitzak berretsi eta indartzen dituztelako.

Telesailak behatzeaz gain, gazteek teleserien inguruan egiten zuten interpretazioa garrantzitsua iruditu zitzaigun, lanaren helburuetako bat horixe zelako, ikertutako telesailen aurrean gazte bizkaitarren jarretara hurbilketa bat egitea. Informazio hori jasotzeko inkestak eta eztabaida-taldeak egin ziren.

7. Estereotipoak dira talde bateko kideen ezaugarrien inguruan konpartitzen diren usteak (Morales eta Moya, 1996).

8. Disney Channel España-ko Prentsa eta Komunikazio arduraduna den Carolina Fentanesek emandako datuak: Disney Channel-en 2010eko maiatzean gehien ikusi ziren hiru serieak honako hauek izan ziren: *Zack y Cody: Todos a bordo* % 15,4ko audientzia-kuotarekin, *Hannah Montana* % 14,4ko kuotarekin eta *Los Magos de Waverly Place* % 13,7koarekin.

Ikastetxearen izaerak (publikoa edo pribatua) eta herrien ezaugarriek inkesten emaitzetan eragina izan zezaketela aurreikusten genuenez, bi ikastetxe aukeratu genituen: eskola publiko bat, Ermuko (Bizkaia) Anaitasuna Ikastola, eta itunpeko ikastetxe bat, Getxoko (Bizkaia) Colegio Nuestra Señora de Europa.

Barakaldoren atzetik Getxo da Bizkaian biztanleria gehien duen udalerrria, 80.682 biztanle⁹ eta Bizkaiko tokirik aberatsenetakoa¹⁰. Ermua, aldiz, Bizkaiko herri ertainen artean koka daiteke, 16.223¹¹ biztanle ditu eta 50-70eko hamarkadetan Espainiako hainbat herritatik jaso zuen etorkin kopuruak langileen herri bilakatu du.

Bi ikastegietako Lehen Hezkuntzako 6. mailako bi taldetan egin genituen inkestak. Lagina, 11 eta 12 urte bitarteko 49 ikaslek osatzen dute, horietatik 24 (% 49) neska dira eta 25 (% 51) mutilak.

Galdera-sortak 10 itaun biltzen ditu eta bertan ikergai den egoerari modu egokienean erantzuten dieten aukerak eskaintzen zaizkio ikasleari. Inkesta 2010eko ekainaren lehenengo hamabostaldian egin zen, lan honen egileak bertan zirela.

11 eta 12 urte bitarteko gazteen artean Disney Channel eta bertako telesailen kontsumoa egiaztatzea zen galdeketa helburua, baita gehien ikusten diren telesaileri eta bertan agertzen diren emakume protagonistei buruzko datu kuantifikagarriak lortzea ere.

Inkesta erabiliz lortu genituen emaitzak ez eze, eztabaida-taldeak egitea erabaki genuen, informazio kualitatiboa lortzea ahalbidetzen duelako. «Eztabaida taldearen helburua da parte-hartzaileen aitortzak eragitea, horiengandik ikerketagari buruzko informazio kualitatiboa lortzeko asmoz» (Álvarez-Gayou, 2003: 132)¹². Gure lanerako guztiz beharrezkoak eta ezinbestekoak ziren talde-eztabaidak, galdetegietatik eratorritako informazioa osatu, interpretatu eta egiaztatu ahal izateko.

Orotara 4 eztabaida-talde antolatu ziren 2010eko ekainaren hirugarren astean, bina talde (bata soilik mutilez osatua eta bestea neskez osatua) ikastetxe bakoitzean. Taldeetan parte hartu behar zuten neska eta mutilentzat ingurune permissibo, eroso eta lasaia lortzeko asmoz hartu genuen talde berean neska eta mutilak ez nahastearen erabakia eta, ondorioz, haiengandik emaitza hobekak lortzeko xedez.

9. Iturria: Eustat: Biztanleria, lurralde-eremuaren eta sexuaren arabera, 2008-XII-31.

10. Bizkaiko udalerrien artean Laukizen ondoren Getxo da errenta pertsonal eta familiarrik altuena duen bigarren tokia. Bere errenta guztira 25.880 eurokoa da. Iturria: Eustat. Errenta pertsonalaren eta familia-errentaren estatistika (eurotan) 2006ko datuak.

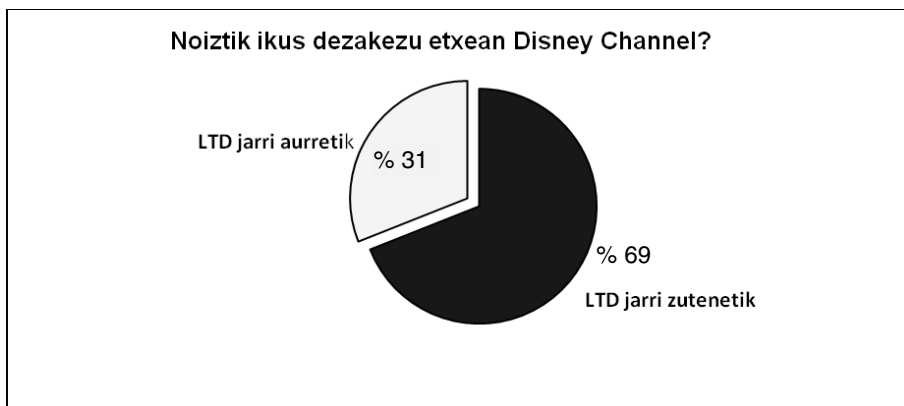
11. Iturria: Eustat: Biztanleria, lurralde-eremuaren eta sexuaren arabera, 2008-XII-31.

12. Egileek itzulita. Jatorrizko bertsioa: «El grupo focal tiene por objetivo provocar confesiones o autoexposiciones entre los participantes, a fin de obtener de éstos información cualitativa sobre el tema de investigación» (Álvarez-Gayou, 2003: 132).

3. Datu-bilketaren emaitzak

a. Ikastetxeetan galdetegia bete duten gazte gehienek Disney Channel ikusteko aukera izan dute LTDaren sarrerarekin batera. Inkesten arabera, % 69k sistema berria ezarri zenetik ikusi ahal du kanal tematikoa, gainerako % 31k, ordea, aurretik ere ikus zezakeen Canal + plataformaren bitartez eta ordainduz.

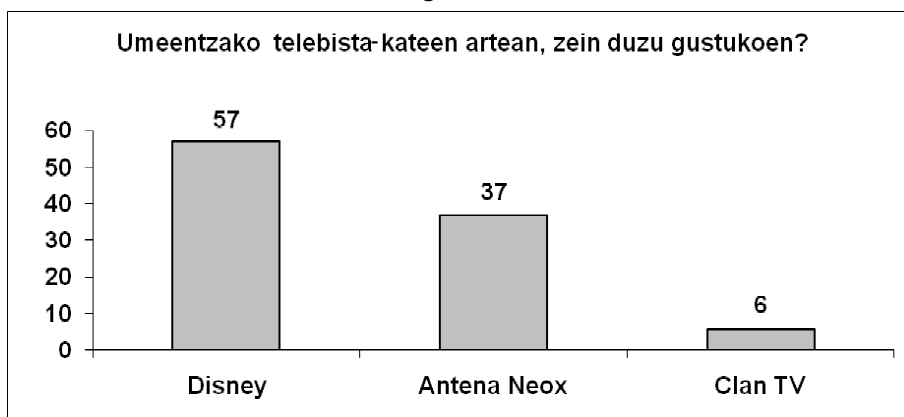
1. grafikoa.



Iturria: Egileek landutakoa.

b. Audientzia-kuota handiena duen umeentzako kanal tematikoa egun Clan TVE kate publikoa da. Disney Channel eta Antena Neox ditu atzetik hurrenez hurren. Bizkaiko eskoletan egindako inkestek, aldiz, alderantzizko joera erakusten dute, lehenengo Disney Channel-en alde egin dute ikasleek, ondoren Antena Neox eta Clan TVE leudeke.

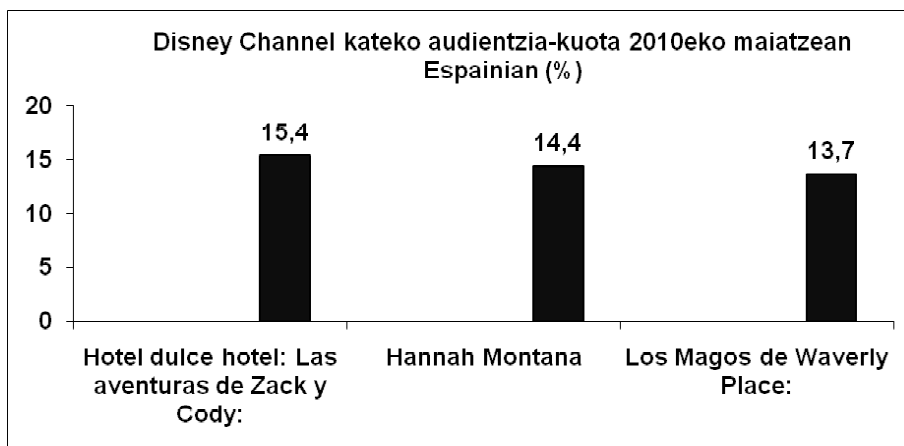
2. grafikoa.



Iturria: Egileek landutakoa.

Halaber, audientzia-kuota handienak dituzten Disney-ko telesailak bat datoz gure ikerketarako aukeratu ditugun ikastetxeetako ikasleek gehien ikusten dituztenekin. Carolina Fentanes Disney Channel España-ko Prentsa eta Komunikazio arduradunak emandako datuen arabera, 2010eko maiatzean, kanal horretan gehien ikusi ziren hiru telesailak honako hauek izan ziren: *Zack y Cody: Todos a bordo* % 15,4ko audientzia-kuotarekin, *Hannah Montana* eta *Los Magos de Waverly Place* % 14,4 eta % 13,7ko kuotekin hurrenez hurren.

3. grafikoa.

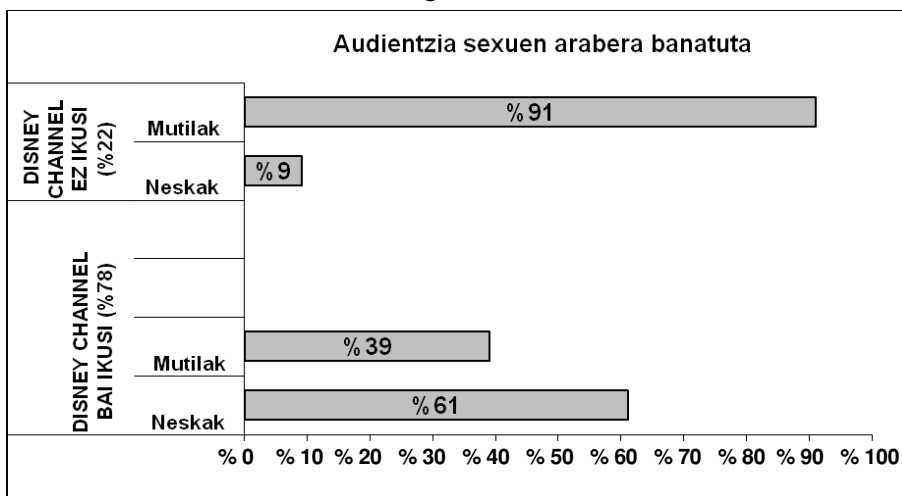


Iturria: Carolina Fentanes, Diney Channel España-ko Prentsa eta Komunikazio arduraduna.

Kasu honetan gazte euskaldunen gustuak eta Espainiako gazteenak ez datoz bat; Bizkaian inkesta bete dutenen artean gehien ikusi den telesaila *Los Magos de Warverly Place* baita, eta teleserie hori hirugarren postuan agertzen da audientzia orokorra jasotzen duten datuetan. Hala eta guztiz ere, galdetutakoei gehien gus-tatzen zaizkien telesailen artean daude *Zack y Cody: Todos a bordo*, *Hannah Montana* eta *Sunny entre estrellas*.

c. Emakumeen audientzia duen katea da nagusiki Disney Channel eta horixe erakusten dute ikerketa honetan lortu ditugun emaitzek. Bi ikastetxeetan guztira egindako 49 galdetegi-tatik, % 78k (38 inkestatuk) aitortzen du Disney Channel ikusten duela eta maiz ikusi ere, erdiak baino gehiagok (% 58k) egunero edo astean birritan edo hirutan ikusten baitu. Komedia horiek dibertitzeko duten gaita-suna da kate hori sarritan ikusteko arrazoi nagusia. Galdetegia bete duten eta kate estatubatuarra ikusten dutela dioten % 78tik erdia baino gehiago (% 61) neskak dira. Aitzitik, inkestatutako eta kanal tematikoa ikusten ez duten % 22 horien artean gehienak (% 91) mutilak dira.

4. grafikoa.



Iturria: Egileek landutakoa.

Itunpeko ikastetxearen eta publikoaren arteko ikasleriaren audientzia-ezberdintasuna deigarria da oso kanal tematikoari dagokionez. Getxoko Colegio Nuestra Señora de Europa ikastetxean inkestatutako guztien artean mutil bakar batek ez du kate estatubatuarra ikusten. Ermuko Anaitasuna Ikastolan, aldiz, 9 mutilek eta neska bakar batek ez dute Disney Channel kontsumitzen. Datu honek zer pentsatua eman digu: Disney Channel-ek hobeto egiten du bat profil kultural eta sozioekonomiko altuagoa duten familietako umeekin. Izan ere, ikastetxeetan egindako inkestetan argi ikus daiteke eskola pribatuan ari diren gazteen gurasoek maila sozioekonomiko eta kultural altuagoa dutela, guraso gehienek ikasketa unibertsitarioak baitituzte. Ikastegi publikoan diharduten ikasleen gurasoen artean, aldiz, ikasketarik gabekoen portzentajea bikoiztu egiten da.

Ikergai den katea ez ikusteko ematen dituzten arrazoiak generoari lotutakoak dira batik bat. Ermuko ikastetxean burututako mutilen eztabaida-taldeko kideek «pinpirin» moduan sailkatzen dituzte *Hannah Montana*, *Los Magos de Waverly Place*, *Zack y Cody* eta *Sunny entre estrellas* teleserieak eta neskentzat mutilentzat baino aproposagoak direla diote. Telesailetan agertzen diren protagonistek dituzten elkarrizketetan oinarritzen dira baieztapen horiek egiteko. Izan ere, euren esanetan arropari buruz, sentimenduei buruz eta mutilei buruz aritzen dira protagonistak, euren sentimenduak modu irekian adieraziz. Fikzioa izanda ere, teleserie horiek ez daudela ondo eginda argudiatzen dute Ermuko ikastetxeko mutilek, han agertzen den guztia oso «faltsua» iruditzen zaielako. Are gehiago, gaztelaniazko «parida» hitza darabilte ikergai diren telesailak deskribatzeko. Eduki-analitik eratorritako emaitzei arreta jarritz, ondorio esanguratsua dugu begi aurrean: aztergai diren lau telesailetatik hirutan neska gazteak dira protagonista nagusi: Mailey Stewart (*Hannah Montana*), Alex Russo (*Los Magos de Waverly Place*) eta Sunny (Sunny entre estrellas).

d. Aztertu ditugun kapituluetakoko edukien analisisian ohartu garenez, protagonista nagusiek eta haiekin batera agertzen diren neska guztiek ezaugarri oso antzekoak dituzte: arraza zurikoak dira, azal argi edo arrosa kolorekoa dute, argalak dira, ile luzea daramate, aho txiki haragitsua daukate eta modu leun eta otzanez mugitzen dira. *Zack y Cody: todos a bordo* telesailean London izeneko neska da protagonistaren ondokoa. Bera da arraza zurikoa ez den neska bakarra eta bere indar komikoa aberaskume eta tuntuna izatean datza. Patricia Digionen ikerlaneko (2006) ondorioetako bat berresten du horrek: Disney ekoizpenetan pertsonaia ergel eta tuntuna arraza zurikoa ez den beste arraza batekoa izan ohi da.

A irudia



Alex: *Los Magos de Waverly Place* telesaileko protagonista

B irudia



Sunny: *Sunny entre estrellas* teleserieko protagonista

C irudia



Miley: *Hannah Montana* telesaileko protagonista.

D irudia



Bailey: *Zack y Cody todos a bordo* telesaileko protagonista.

Oro har, neska protagonistek daramatzaten jantziak nahiko informalak dira: leggins-ak (galtza elastikoak), praka estuak, minigonak, alkandora nasaiak, elastiko estuak, takoi gabeko botak edo kirol zapatilak. Izan ere, Ermuko ikastetxean egin zen eztabaida-taldean parte hartu zuten neskek zioten, telesail horietan agertzen ziren neskekin antzekotasunik izatekotan janzkeran zutela.

Neska nerabeen eredu kontserbadoretik urruntzen diren estetiken alde ez du egiten Disney-k bere produkzioetan. Horregatik, urratzailea dena edo ezarritako mugetatik ateratzen den oro gutxietsi egiten da. Aztertu diren lau kapituluetan bi adibide argigarri aurkitu ditugu: *Sunny entre estrellas* teleseriean eskola publikoan ikasten eta estetika «punk»-a daukan neska agertzen da, ilea berdez margotuta du, lodia da eta jarrera oldarkorra du. *Los magos de Waverly Place* telesailean itxura disonantea (ile-xerlo horaila, arroparen itxura underground-a) duen neska bakarra asiarra da. Mehatxu edo arazo gisa hautematen diren talde sozialen inguruan sortu ohi diren estereotipo negatiboen bi adibide dira.

Nolanahi ere, telesailetan agertzen den AEBko emakume nerabearen eredu fisikoa oso barneratuta dago gazteek duten edertasunaren kanonean. Oro har, inkestatu guztientzat ikergai diren telesailetakoa neskarik ederrenak honako hauek dira eta ordena honetan: Alex Russo (*Los magos de Waverly Place* telesaileko neska protagonista), Miley Stewart (*Hannah Montana* teleserieko protagonista) eta Lilly (*Hannah Montana* telesaileko protagonistaren ondokoa). Inkesta bete duten mutilentzat Alex Ruso eta Miley Stewart dira ederrenak, ez da bata edo bestea gailentzen. Neskentzat, ordea, ederrena Alex Russo da eta ondoren dago Miley Stewart.

Getxoko itunpeko ikastetxean egin zen eztabaida-taldean parte hartu zuten mutilentzat Alex Russo (*Los magos de Waverly Place*) da ederrena eta haren ezaugarri fisikoen artean aurpegia nabarmendu zuten. Era berean, Miley Stewart-en (*Hannah Montana*) ile luze horia eta haren modernotasuna gustuko zutela azpimarratu zuten.

Ermuko ikastetxe publikoan burutu zen eztabaida-taldeko mutil guztiek, askok Disney Channel-eko telesailak ikusten ez bazituzten ere, teleserietako neska guztiak ezagutzen zituzten, euren klaseko nesken, arropa txikien edo produktu ezberdinetan agertzen den publizitateari esker. Ezagutzeaz gain, onartzen zuten Miley Cyrus (*Hannah Montana* telesaileko Miley Stewart) eta Selena Gomez (*Los Magos de Wavery Place* teleserieko Alex) fisikoki gustuko zituztela, bereziki, haien gorputza, ilea eta aurpegia.

e. Ikastetxe bietan egin ziren nesken eztabaida-taldeetako partaideek, ikergai diren telesailetakoa protagonisten balorazio positiboa edo negatiboa egiteko orduan, haien ezaugarri kognitiboak nolakotasun fisikoen gaineratik jarri zituzten. Pertsonaia femeninoek barrea eragiteko duten gaitasuna seinalatu zuten eztabaida-taldeetan parte hartu zuten mutilek.

Telesailetan agertzen diren neska protagonista guztiak dira gazteak, berriak, alaiak, lasaiak, pinpirinak, eztiak, jostariak eta bere onetik ateratzen dira. Hain markatuak diren ezaugarri horiek guztiek feminitatearen estereotipoak osatzen dituztela baieztatu dezakegu. Izan ere, gizonaren estereotipoari lotutako ezaugarrien

osagarri hartu ohi dira: emakumearen sentikortasuna gizonen hoztasunaren aurrean, hunkiberatasuna arrazionaltasunaren aitzinean, oldarkortasuna autokontrolaren parean, etab. Ezaugarri horiek emakumeari egozteak gizonarekiko emakumearen gutxiagotasun-irudia ezkututzen du bere baitan.

f. Telesailetakoa protagonistak guztiak dira arrakasta duten neska gazteak: abeslariak (*Hannah Montana*), azitia (*Los magos de Waverly Place*), aktorea (*Sunny entre estrellas*). Bigarren mailako aktoreak, ordea, protagonisten itzalean daude edo elkarren lehian dihardute. Hortaz, emakumeek euren artean duten lehiaren estereotipoa azpimarratzen da beste behin ere. Esaterako, *Zack y Cody: todos a bordo* telesailaren kapituluak, bi neska protagonistek lehian jarduten dute itsasontziko gelako tokia dela-eta.

Protagonista gehienak neska gazte famatuak antzezteaz gain, aztertu diren teleserie guztietan ospetsu izatea, arrakasta edukitzea oso modu positiboan baloratzen dira, entzutetsua eta aberatsa izatearen garrantzia nabarmenduz. Esandakoaren erakusgarria da, *Sunny entre estrellas* telesailaren «High school miserable» kapitulua¹³. Bertan pertsonaiak (aktoreak dira fikzioan ere) telebista produkzio-etxe batentzat ari dira lanean eta aldarrikatzen dituzten eskaera batzuk bertan behera uztea erabakitzen dute, zuzendaritzaren errepresalien ondorioz kaleratzearen beldur direlako eta ospea galtzeari dioten beldurratik. Ideia hori leuntzeko ahalegina ere sumatu daiteke kapitulu berean inplizituki ageri den irakaspenarekin: ospetsua izateak ez du esan nahi besteen gainetik dagoenik inor. Sunny-k kapituluaren amaieran horrela dio: «Ondo da, ikasbidea izan da guretzat: printzesaz jantzita gaude, baina ez gara printzesa»¹⁴.

g. Aztertu diren telesail guztietan bi publizitate-bloke daude: teleserieak hasten direnean bata eta kapitulua bukatu baino minutu bat lehenago bestea. Kontsumora gonbidatzen duen publizitate mota da eta era berean publizitate sexista dela esan daiteke, iragartzen den produktuaren arabera sailkatzen baititu neskak eta mutilak. Alegia, iragarkietan erabiltzen diren ahotsek, anuntzioetako protagonistek edota batzuetan eta besteetan erabiltzen diren koloreek modu argiz markatzen dute produktuaren hartzailaren generoa. Beraz, publizitatearen bitartez egungo gizartean neskek eta mutilek betetzea espero diren rolak azpimarratzen dira genero-estereotipoak finkatzen lagunduz eta hori oso modu nabarmenean islatzen du Disney faktoriak darabilen *merchandising*-ak: printzesak eta arrosa koloreak neskentzat dira eta kotxe eta robotak mutilentzat.

4. Ondorio nagusiak

Disney Channel katean audientzia-kuota onenak izan dituzten telesailen edukia aztertu ostean eta teleserie horiei buruz Bizkaiko bi ikastetxetan egindako inkesta eta eztabaida-taldeetan jasotako datuei erreparatuta, honako ondorio nagusiak bildu daitezke:

13. Ikerketa hau egiteko aztertu dugun atala da.

14. Egileek itzulita. Jatorrizko bertsoa: «Vale, hemos aprendido la lección: vamos vestidas de princesas pero no lo somos».

1. Disney faktoriak aurkezten duen emakume nerabearen eredia gizon eta emakumeen estereotipoei lotuta dago argi eta garbi. Emakume nerabearen irudi hori bat dator erabat arraza zuriko erdi-mailako familia estatubatuarren alabaren ereduarekin. Hots, modernoa eta pinpirina da neskatoa, baina nagusiek onartzen eta ezartzen dituzten arauak ez ditu inoiz hausten. Hortaz, protagonistek ez daramate tatuajerik eta *piercing*-ik ezta larregizko makillajerik ere. Izan ere, estetika hauslea duten pertsonaia femeninoek balorazio negatiboekin dute lotura, agresibitatearekin esaterako. Badago protagonista guztiek komunean duten ezaugarri estetiko bat: adats luzea. Eta hori xalotasunaren ideiarekin eta haurtzaro xumearekin lotu daiteke (Aristizabal, 2007: 116-129; Bornay, 1994), ilea moztea mendekotasun ezaren eta heldutasunaren sinboloa balitz bezala eta oso praktikatu gerra eta gerraoste guztietan. Funtsean, adatsak familiarekiko mendekotasuna irudikatzen du, kasu honetan, hierarkia patriarkalari men egitea; gogoratu beharra dago emakumeek ilea moztu ohi zutela soilik adin-nagusitasuna lortzen zutenean edo ezkontzen zirenean, eta mojek garbitasun-botoak egitean.

Nerabe estereotipatu eredu horren ezaugarri fisikoen artean honako hauek nabarmendu nahi ditugu. Batetik, nahiz eta zerikusi handiagoa duen arraza-ezaugarrien ezberdintasunak indartzearekin, protagonisten azalaren argitasunak daukan esanahi konnotatiboa azpimarratu nahiko genuke. Hau da, emakumeen nerabezaroarekin lotuta dagoen xalotasunaren ideia irmotzen duelako. Haien arrosa-koloreko aurpegiek portzelanazko panpinak dakarzkigute gogora.

Puntu honetan berriz diogu, nerabeek oso barneratuta dutela edertasunaren kanonen baitan telesail hauetan erakusten den eredu fisikoa: atentzioa ematen du Getxoko eskolan egin zen eztabaida-taldean arraza zuriko neskato bat atsekabetuta agertu zela bere azala beltzarana zelako. Duela belaunaldi bat, aldiz, azal beltzak balorazio positiboa zuen exotikoa zelako.

Proposatzen zaigun emakume nerabearen eredu honek ez du onartzen gizentasunik ezta gehiegizko pisurik ere. Laburbilduz, itxura fisikoaren ikuspegitik, telesail hauetan aurki daitekeen emakumearen estereotipoa honako hau da: gizona ez den neskatoa baina era berean argalegia ez dena, adats luzeduna, aho txiki haragitsua eta azal oso argia duena.

2. Nolakotasun kognitiboei dagokienez, arrakasta gehien duten telesailetan Disney-k erakusten dituen nerabeak ez datoz bat neskato gazte errealean ezaugarriekin, adin horretan dituzten arazoak bihurrikeria txikietara mugatzen direlako, ez, ordea, nerabe, guraso eta hezitzaileen arteko liskar sakonetara.

Berritsuak, sentiberak, alaiak, lasaiak, pinpirinak, kontsumistak, eztiak, jostariak eta oldartsuak, baina inoiz ez ihardukitzaileak. Horixe da Disney Channel-ek aurkezten duen emakume gaztearen estereotipoaren profila. Eta horiexek dira hain zuzen ere eztabaida-taldeetan neskek aintzat hartu zituzten ezaugarriak. Batik bat protagonisten izaera dibertigarria eta telesailetakoko nesken arteko adiskidetasun-harremanak azpimarratu zituzten eztabaida-taldeetako neskatoek. Deigarria da, ordea, kapituluaren edukiaren

azterketan emakumeen estereotipoari egotzitako ezaugarrietako bat inbidia izanik, eztabaida-taldean liskar horiek inork aipatu ez izana. Zalantzarik gabe, istorioen kontaktak duen umore-kutsuak zaildu egiten du ñabardura horiek hautematea.

3. Telesail hauetan arrakasta duen emakumearen estereotipoa ospaeren lorpenari oso lotuta agertzen da, ikuskizunetara zedarritzen den ospari atxikita alegia. Ez da emakumeen nabarmentasun intelektuala agerian geratzen, baina emakumeak artearen alorrean eta etxean arrakasta lortu dezakeela erakusten duten estereotipoak behin eta berriz errepikatzen dira. Garaiz kanpoko emakumearen eredu hori, itxurazko modernitatez mozo-roturik agertzen da telesail horietan.

Laburbilduz, AEBko entretenimenduaren industriak hornitu ohi dituen genero-estereotipo guztiak errepikatu eta erreproduzitzen dituzte Disney Channel kateko telesailek. Estereotipo horiek guztiak, ordea, gaur egungo itxura, giro, hizkera moderno eta komedia-formatuaren aterkipean aurkezten dira, ikasketa- eta formazio-prozesu bete-betean dagoen audientzia gazteari zuzenduta.

Generoa agertzeko modu honen aitzinean, badira umeentzako bestelako produkzio batzuk ere. *Pepper Ann* esaterako, non generoarekin modu esplizituan apurtzen den, edo *The Rugrats*, non rolen banaketa era orekatu eta modernoan¹⁵ egiten den. Adibide horiek frogatzen dute umeentzako bestelako telebista bat egitea posible dela. Hots, zuzenagoa, justuagoa eta ez horregatik aspergarriagoa den telebista egiteko modu bat.

Bibliografia

- Abela, J. (2003): *Las técnicas de Análisis de contenido: una revisión actualizada*, <<http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>> [Kontsulta-data: 2010eko uztailaren 28an].
- Álvarez-Gayou, J. L. (2003): *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*, Paidós, Bartzelona.
- Antón, E. (2001): *La socialización de género a través de la programación infantil de televisión*, Dialnet, Valladolid.
- Aristizábal, P. (2007): "Eros y la cabellera femenina", *El Hombre y la Máquina*, **28**, 116-129.
- Bono Barbero, C. eta Guichot Reina, V. (2001): "De Blancanieves (1937) a Mulán (1998): Análisis de los valores, normas y roles sociales transmitidos a través de las películas de Walt Disney", *La educación de las mujeres: nuevas perspectivas*, Sevillako Unibertsitatea, 45-52.
- Bornay, E. (1994): *La cabellera femenina. Un diálogo entre poesía y pintura*, Cátedra, Madril.
- Calero Ruiz, C. (2004): "La mujer dibujada. Arquetipos y modelos femeninos en el cine de animación de Disney", *Revista Latente: revista de historia y estética del audiovisual*, **2**, 17-36.

15. Antón (2001), Gaztela eta Leongo Osasun eta Gizarte Ongizate Sailak diruz lagundutako lana.

- Digón Regueiro, P. (2006): "El caduco mundo de Disney: propuesta de análisis crítico en la escuela", *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, **26**, Huelva, 163-169.
- França Rocha, M. E. (2001): *La contribución de las series juveniles de televisión a la formación de la identidad en la adolescencia : Análisis del contenido y de la recepción de la serie "Compañeros" (Antena 3.)*, Universitat Autònoma de Barcelona, Bartzelona.
- Giroux, H. (2001): *El ratoncito feroz: Disney o el fin de la inocencia*, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madril.
- González Río, M. J.; López Fernández, C. eta Muñoz González, A. (1996): "Las heroínas de Walt Disney: no hay lugar para la subversión", Mitos: Asociación Española de Semiòticak antolatutako Nazioarteko Kongresuko (Semiotika Ikerketak VII) txostenak, Zaragozako Unibertsitatean 1996ko azaroaren 4tik 9ra, 548-555.
- Grupo Corporación Multimedia (2010): *Informes de audiencias*, Madril, <<http://www.youblisher.com/p/20353-La-audiencia-de-TV-en-marzo-de-2010/>> [Kontsulta-data: 2010eko uztailaren 29a].
- Mariano Romero, F. J. (1998): "Análisis del contenido ideológico de los largometrajes de dibujos animados presentados en formato de video bajo la firma 'Walt Disney' ", *Kikiriki, Cooperación educativa*, **51**, 4-10.
- Moguel, C. (2004): "Cuerpos mediáticos: cuerpos Disney", in M. Arriaga, (2004): *Sin carne: representaciones y simulacros del cuerpo femenino, tecnología, comunicación y poder*, Arcibel Editores, Sevillako Unibertsitatea, 80-89.
- Morales, J. F. eta Moya, M. C. (1996): *Tratado de Psicología Social. Volumen I: Procesos básicos*, Síntesis Psicología, Madril.
- Pacheco Mejía, E. E. (2007): "El género en las cintas de Disney. Temas antropológicos", *Revista científica de investigaciones regionales*, **29**, 87-106.
- Romero Diaz, J. (2004): *Disney i la transmissió de valors sòcio-culturals als nens: Anàlisi semiòtico-freqüencial de la recepció. Aproximació a la investigació de laudència des de la Semiòtica Social*, Universidad Autònoma de Barcelona, Bartzelona.

