

Temas de identidad infantil en una animación Vikinga

VICKY EL VIKINGO DESDE LA PERSPECTIVA INFANTIL

Andrea Holler

Vicky el Vikingo representa a los niños: ellos son pequeños rodeados por adultos. Demostrar que son como Vicky al ser inteligentes alienta a los niños. El mundo de los vikingos les permite satisfacer las fantasías de ser salvajes y rebeldes.

Vicky el Vikingo (ver III.1) ha sido un personaje favorito entre los niños durante años. Los niños extraen algo de sus personajes favoritos que pueden tomar más allá de la situación de recepción para llevarla a sus vidas cotidianas. Ellos se ven reflejados en estos personajes, los integran a sus sueños diurnos o a sus juegos y así también a la construcción de su identidad y en cómo manejan sus experiencias. En este sentido, los medios son un material simbólico utilizado por los niños para superar su vida cotidiana y negociar su identidad. Estudios cualitativos individuales con niñas y niños y sus personajes favoritos muestran que los niños utilizan a Vicky el Vikingo para tratar problemas que guían sus acciones, por ej., el desarrollo de su propia imagen o se ven a sí mismos reflejados en su personaje favorito lo que refuerza su propia autoimagen (Götz & Lemish, 2012).

Un estudio con niños de escuela primaria investigó qué es lo que hace que *Vicky y las historias Vikingas* les sean tan fundamentalmente significativas y un clásico para los niños.

LIBROS; FILMS Y SERIES DE T.V.

Vicke Vikingo (original de 1963) es el primer volumen de una serie de libros infantiles de 7 partes con el que su autor, Runer Jonsson, ganó el Premio de Literatura Infantil Alemán de 1965. Las historias son sobre Vicke, un pequeño niño vikingo del pueblo vikingo de Flake. Junto a su padre, Halvar y la tripulación de su barco, Vicke parte a una serie de aventuras. A través de ellas él demuestra una y otra vez que el cerebro es más importante que los músculos. Repetidamente ayuda a los vikingos a salir de situaciones difíciles con sus ideas inteligentes y no convencionales.

Como serie en dibujo animado, *Vicky the Viking* se convirtió en un clásico de la cultura infantil. Basado en los libros, *Vicky the Viking* fue producido en 78 episodios en 1974 como la primera serie animada en la televisión alemana. El director de la serie, que fue producida en Japón y coproducida por ZDF, ORF y la animación del estudio Zuiyo Enterprise Company, fue, así como *Maya the Bee* y *Pinocchio* el japonés Hiroshi Saito. En 2011, 7 episodios estuvieron entre los 10 programas televisivos más exitosos para los niños de 3 a 13 años de Alemania (con un 42,2- 47,6% del mercado; Feierabend & KLinger, 2012) El éxito masivo de esta primera adaptación de la serie para la televisión también llevó, décadas más tarde, a subsiguientes adaptaciones como

película. Con 4.891.161 espectadores, el film de acción en vivo, *Wickie und die starken Männer* (*Vicky the Viking*) fue el film alemán más popular de 2009.¹ En 2011 fue, como emisión libre televisiva el programa individual más exitoso para niños. Más de un millón de niños de 3 a 13 años miraron la película de acción en vivo *Vicky and the Viking*, la porción de mercado fue de 56% (Feierabend & KLinger, 2012). Detrás de este éxito, la secuela *Wickie auf grosser Fahrt* (*Vicky the Viking and the treasure of the Gods*), fue dada a conocer como película de acción en vivo en los cines alemanes el 29 de setiembre de 2011; se convirtió en una de las producciones en 3 D más exitosas de 2011.²

En 2014, para el cumpleaños 40 de la serie en dibujo animado, la emisora pública alemana ZDF trajo a *Vicky the Viking* de vuelta a la pantalla transformándola, como ya había sido hecho con *Maya the Bee*, (ver también Götz en este número)- en una serie en dibujo animado en 3D llamada *Vic the Viking* (primera emisión el 18 de abril de 2014) La nueva versión CGI es una coproducción internacional del Studio 100 Animation, ASSE Studios, ZDF y la emisora francesa TFI (3) Hasta ahora fue vendida a 96 territorios.

VICKY EL VIKINGO DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS NIÑOS

En el estudio cualitativo de IZI *Clásicos de la Televisión Infantil desde la Perspectiva de los Niños*, interrogamos a un

total de 429 niños de Alemania sobre personajes de la T.V. tradicional clásica. A los niños de escuela primaria se les pidió que eligieran entre los clásicos *Maya the Bee*, *Vicky the Viking*, *Pumuckl* y *Pippi Longstocking* (ver Haager en este número) un personaje que fuera especialmente significativo para ellos y que les haya gustado cuando eran preescolares o en el 1er y 2do año de la escuela primaria. En este proceso los niños se veían como actores en la construcción de sus propias identidades biográficas. Los dibujos y descripciones retrospectivos estimulados por preguntas abiertas, muestran lo que es particularmente llamativo y subjetivamente significativo desde la perspectiva de los niños. En total 99 niños (81 de los cuales eran varones) de entre 8 y 11 años, de Alemania (Bavaria y Rin Norte Westfalia) decidieron sobre *Vicky the Viking*.

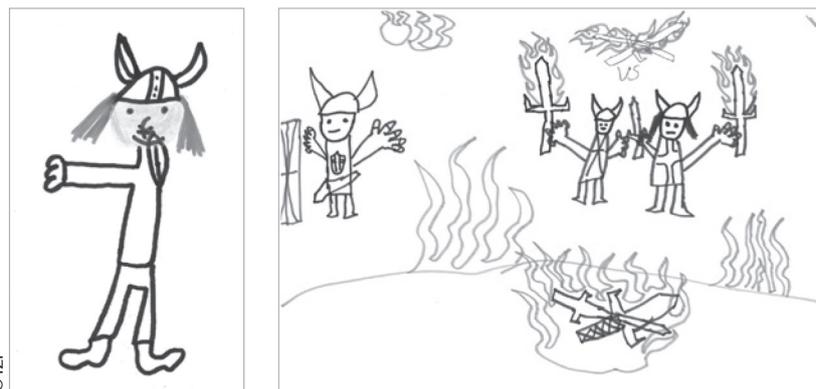
Las respuestas y dibujos no indicaron que los niños se refirieran a las historias del libro original. Algunos niños se refieren claramente al film de acción en vivo, de 2009; otros describen escenas que sólo aparecen en la adaptación animada 3D *Vic the Viking* o mencionan episodios de la serie anime de 1974. La mayoría de ellos se refieren a elementos típicos en las historias de *Viking* que se pueden encontrar en todas las adaptaciones.

Cerebros en lugar de músculos

Cuando los niños describen lo que es especial en *Vicky*, recuerdan mayormente “sus grandes ideas” (Laila, 9 años). Ellos admiran las particulares habilidades de *Vicky*, su astucia y creatividad en inventiva, “Que él piensa cosas que son realmente grandiosas y que siempre aparece con ideas” (Coline, 8 años)

A muchos de ellos por lo tanto también les gustaría ser como él “entonces puedo pensar como *Vicky*” (Alexander, 9 años)

Vicky siempre saca algo bueno a partir de situaciones peligrosas y desespe-



III. 2: Lo que Abraham (9) y Riad (10) encuentran particularmente atractivo: *Vicky* resuelve los problemas de manera diferente a su padre: usando su cerebro.

radas con sus ideas inteligentes, así ayuda a otros a salir de sus problemas. Muchos niños se refieren a su voluntad para ayudar y piensan que es grandioso que esté siempre allí para los otros „*Vicky* siempre ayudaba a la gente si necesitaba ayuda” (Lucy, 10 años) Además del principio de ayudar con ideas astutas y haciendo el bien los niños también enfatizan otro rasgo de la conducta de *Vicky* que vale la pena imitar: “Que él piensa sobre las cosas y no usa sólo la violencia directamente, como su padre” (Jan, 9 años). Desde la perspectiva de los niños *Vicky* es, por lo tanto, un “modelo de conducta” (Yakup, 10 años) y sobretodo, los niños más pequeños, pueden, en su opinión “sacar” mucho de eso (Coline, 9 años), tal como “Cómo llevarse con otros niños y cómo usar su ingenio en lugar de los puños” (Svenja, 10 años) Los niños usan a *Vicky the Viking* como guía y fuente de ideas sobre cómo comportarse responsablemente. Con justificación ética, *Vicky* usa sus propios recursos y utiliza lo que es inherente tanto a él como a los otros niños: cerebro en lugar de fuerza muscular.

Vicky como representativo de la niñez

Lo que también les gusta a los niños de *Vicky* es que es el único niño al que se le permite viajar con los vikingos, los adultos.

“Yo pensé que era grandioso que a *Vicky* lo admitieran en el barco de su

padre” (Brahim, 9 años). Desde la perspectiva de los niños, un aspecto clave es que *Vicky* es un “pequeño” que está involucrado competentemente con el mundo de los adultos, protegiéndolos continuamente del peligro y que compite con gente con la que no está a la par.

En la historia favorita de Harid, de 8 años, por ejemplo, el pequeño vikingo incluso supera al terrible Sven. Más aún, para Marco (9 años), el mejor momento fue “cuando *Vicky* mostró que él también podía ser un Vikingo fuerte”. En las descripciones de sus historias favoritas, *Vicky* es el que se pone en acción y el que, finalmente, es incluso mejor que el mayor de los vikingos.

Vicky, por lo tanto, representa no sólo la posición de los niños, pequeños, pero inteligente en el mundo de los adultos- sino que también brinda material simbólico para una necesidad esencial en los niños: ser valorados y reconocidos. Esto alienta a los niños; Lucas, por ejemplo, de 10 años, se emocionó mucho por el hecho de que *Vicky* “siempre creyó que algún día se convertiría en un vikingo”.

Ser salvaje en un mundo de aventuras

Para muchos niños el escenario vikingo tiene una gran fascinación. Ellos piensan que es grandioso que *Vicky* sea un vikingo y están impresionados por el barco vikingo que es un elemento

clave que se repite en muchos de los dibujos realizados por los niños. Riad (10 años) una vez se imaginó como un niño vikingo y que formaba parte de la vida vikinga: “Yo tenía un casco puesto y luchaba en un barco” Los niños son inspirados por los temas históricos como los de vikingos y caballeros como parte de encontrarle sentido al mundo. Estos son mundos que tienen una cierta fascinación porque “uno” puede ser salvaje en ellos. “los vikingos son lindos” (Georg, 8 años) y las historias vikingas también ofrecen a los niños- sobre todo a los varones- “acción y aventura” (Samed, 9 años). “Me gustan mucho las aventuras o las búsquedas de tesoros; por eso me gusta realmente” Los niños disfrutaban las historias emocionantes, de aventuras y de acción de *Vicky the Viking* porque les ofrece un tipo de experiencia mayor: “Que los vikingos estuvieran siempre golpeando a los ladrones, caballeros y a otros vikingos” (Mehdi, 10 años). Los niños disfrutaban las peleas graciosas y las riñas que representan lo que los niños, en especial los varones- no están autorizados a pensar: es decir que es aceptable algunas veces ser salvaje y luchar.

¿Varón o niña? La ambigüedad crea brechas para la fantasía y agrega valor

Cuando los niños describen a Vicky, algunos de ellos aparentemente perciben el personaje del niño como si fuera una niña; no lo dicen así explícitamente más bien usan los artículos o los pronombres personales para indicarlo, por ejemplo, Abiram, de 9 años: “lo que es grandioso de Vicky es que ella es vikinga y es inteligente”. Las excepciones a esto son los comentarios de dos varones que muy conscientemente perciben a Vicky como personaje femenino, y también como algo grandioso sobre Vicky: Me gusta el hecho de que siempre me pregunto si ella es una niña o un varón” (Reid, 11 años); “que era un varón y yo pensaba que era una niña” (Lars, 9 años) Para

los niños de este estudio, al igual que para los otros niños, el género de Vicky no es- a pesar del texto aparentemente inequívoco, siempre claro. En 2009 IZI pidió a una muestra representativa de niños y niñas de entre 3 y 12 años de Alemania si pensaban que Vicky era una niña o un varón (Götz, 2013). El resultado: un poco más de un tercio de los niños entrevistados vieron a Vicky como a un niño. El número de niños que ven a Vicky como a un varón aumenta a medida que crece la edad de los niños y las niñas tienen más posibilidades que los varones de ver a Vicky como una niña. Vicky tiene rasgos andróginos. No sólo tiene cabello largo y usa una armadura de cadenas que luce como una pollera o vestido, sino que también tiene un nombre que podría tanto derivar de “Victoria” como del término “Vikingo”. La conducta de Vicky tampoco corresponde a los estereotipos de los personajes varoniles ya que usa su cerebro para solucionar los problemas en lugar de los músculos. Según Götz (2013) esto significa que “algunos de los perfiles de las imágenes socialmente dominantes de los personajes varoniles se han roto y que se permite que las ambigüedades persistan”. Esta apertura para interpretar crea brechas para que los niños las llenen con sus interpretaciones individuales y un espacio para la fantasía (Neuss, 2003). Esto representa otra cualidad particular de *Vicky the Viking*.

CONCLUSIÓN

Con sus libros para niños Runer Jonson creó personajes e historias que, aún luego de 50 años, no han perdido ninguna de sus individualidades y habilidades para entretener, son bien conocidas en sus varias adaptaciones y son miradas y disfrutadas por muchos niños. Desde la perspectiva infantil, Vicky representa una figura ideal que siempre sabe qué hacer y es interesante en su papel específico dentro del argumento. Vicky

es pequeño- más pequeño que los otros. Se tiene confianza, puede ponerse en acción, es amistoso, y deseoso de ayudar. Sobre todo, sin embargo, siempre tiene ideas inteligentes y sugerencias para resolver los inconvenientes y siempre puede sacar a los adultos de sus problemas. Las ambigüedades provenientes de la androginia de Vicky abre brechas a la fantasía. Los niños ven en Vicky las habilidades que ellos quieren adquirir para sí mismos, valores sociales compartidos, aprobación, aventuras emocionantes y la libertad que ellos desean. Esta combinación facilita la comprensión y la empatía- una cualidad distintiva y particular que hace de *Vicky the Viking* alguien significativo para los niños de hoy y un clásico: “Eran lindas historias, y hacen felices a la gente” (Raban, 10 años). ■

NOTA

¹ German Federal Film Board (FFA) film hit list 2009, national: <http://www.ffa.de/download.php?f=0a5c30bb9fe4764910acba18e98803ec&target=0>

² <http://www.ffa.de/ffa-legt-kinoergebnis-2011-vor-1296-mio-tickets-und-9581-mio-euro-umsatz-der-deutsche-film-sorgt-fuer-besucherzuwachs.html>

³ ZDF press portfolio, 2014. Ein neuer Look zum 40.: »Wickie und die starken Männer« in 3D-Optik. <https://presseportal.zdf.de/pm/ein-neuer-look-zum-40-wickie-und-die-starken-maenner-in-3d-optik/>

REFERENCIAS

Feierabend, Sabine & Klingler, Walter (2012). Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2011. Media Perspektiven, 4, 182-194.

Götz, Maya & Lemish, Dafna (2012). *Sexy Girls, Heroes and Funny Losers. Gender representations in children's TV around the world*. Frankfurt, Main u.a.: Lang.

Götz, Maya (2013). Wickie – Junge oder Mädchen? Kinder auf repräsentativem Niveau befragt. *TeleviZion*, 26(2), 43.

Neuss, Norbert (2003). Gaps for fantasy in children's films – Television and the aesthetics of reception. *TeleviZion*, 16(1), 22-27.

LA AUTORA

Andrea Holler, M.A. Pedagogía de Medios, Psicología, Sociología, es la Editora científica en el IZI, Múnich, Alemania.



Traducción

María Elena Rey