



El fenómeno «danmu» y la participación mediática: Comprensión intercultural y aprendizaje de lenguas a través de «El Ministerio del Tiempo»

The 'danmu' phenomenon and media participation: Intercultural understanding and language learning through 'The Ministry of Time'

-  Leticia-Tian Zhang es Investigadora becada por el Gobierno Chino en el Departamento de Traducción y Ciencias del Lenguaje en la Universidad Pompeu Fabra en Barcelona (España) (leticatian.zhang@upf.edu) (<https://orcid.org/0000-0003-3905-5933>)
-  Dr. Daniel Cassany es Profesor Titular de Universidad del Departamento de Traducción y Ciencias del Lenguaje en la Universidad Pompeu Fabra en Barcelona (España) (daniel.cassany@upf.edu) (<https://orcid.org/0000-0003-3494-5531>)

RESUMEN

Mientras la investigación sobre las plataformas multimedia occidentales, como YouTube, es prolífica e interdisciplinaria, los portales asiáticos siguen siendo desconocidos. El presente trabajo explora este campo analizando los usos juveniles e interculturales de un sistema de visualización popular en Japón y China, conocido como «danmaku» o «danmu». Esta tecnología inserta comentarios dinámicos y contextualizados sobre un fotograma, con varias posibilidades tipográficas. Partiendo de un corpus de 1.590 comentarios sobre «El Ministerio del Tiempo», recogidos de una plataforma de «fandom» con millones de seguidores, este artículo analiza los temas que despiertan más interés entre los fans chinos. El análisis de contenido, que incorpora técnicas de «coding and counting» de las categorías con más intervenciones ($n > 16$), se combina con un análisis del discurso multimodal (serie de TV, plataforma asiática y comentarios de usuarios). Los resultados muestran que los espectadores se interesan por el género cinematográfico (viaje del tiempo), los personajes, la trama, determinados contenidos socioculturales y la lengua española. Sus discusiones abordan cuestiones de interculturalidad, algunas cuestiones que son tabú en China y la cultura «fandom» en Asia. El estudio ilustra las potencialidades de participación, comunicación y aprendizaje en las redes sociales asiáticas, y supone una aportación interesante e innovadora al campo de la alfabetización mediática y digital, con varias sugerencias para fomentar la competencia intercultural con el uso de la cultura popular.

ABSTRACT

While research on Western multimedia platforms, such as YouTube, is prolific and interdisciplinary, Asian portals remain unknown. We explore this field by analyzing the juvenile and intercultural uses of a popular visualization system in Japan and China, known as “danmaku” or “danmu”. This technology inserts dynamic and contextualized comments on a photogram, with several typographical possibilities. Based on a corpus of 1,590 comments on “The Ministry of Time,” collected from a fandom platform with millions of users, we analyzed the topics that arouse the most interest among Chinese fans. We combine content analysis, which incorporates coding and counting techniques of the categories with the most interventions ($n > 16$), with multimodal discourse analysis (TV series, Asian platform and user comments). Results show that the viewers are most interested in the film genre (time travel), the characters, the plot, certain sociocultural contents, and the Spanish language. Their discussions address issues of interculturality, some topics that are taboo in China and the fandom culture in Asia. Our study illustrates the potential of participation, communication, and learning in Asian social media, and constitutes an interesting and innovative contribution to the field of media and digital literacy, with various suggestions to promote intercultural competence with the use of popular culture.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Redes sociales, medios audiovisuales, audiencia, cultura participativa, construcción de conocimiento, interculturalidad, aprendizaje informal, análisis de discurso.

Social networks, audiovisual media, audience, participatory culture, knowledge building, interculturality, informal learning, discourse analysis.



1. Introducción

1.1. «Danmu / danmaku» y la cultura participativa

Mientras la audiencia occidental accede a una creciente producción de vídeo con YouTube, en Asia Oriental está emergiendo otra manera de visualizar contenido, denominada «danmu», que utiliza un sistema de anotación colaborativa de vídeos (Howard, 2012). Esta tecnología permite que los espectadores publiquen comentarios sobre fotogramas determinados, en una barra de texto que recorre la pantalla de derecha a izquierda (Figura 1). Cada comentario se sincroniza y graba con la imagen para visualizaciones posteriores, de modo que un usuario puede leer y responder los comentarios previos, conformando un tipo de chat contextualizado en el propio fotograma. Así las audiencias pueden ver sus vídeos favoritos mientras leen, escriben e intercambian sus opiniones en una misma pantalla, en un chat instantáneo, contextualizado y dinámico.

Se lanzó por primera vez esta tecnología en 2007 en Nico Douga (que significa «Smiley Video»), una plataforma audiovisual japonesa popular entre los otakus (fans del anime y manga). Se adoptó el término militar «弹幕» («danmaku»: cortina de fuego) para denominarla creativamente, porque a veces un número excesivo de comentarios cubre la pantalla hasta impedir verla con facilidad (Figura 1). Después de llegar a China en 2008, el término «danmu» (traducción del original japonés) se ha popularizado para referirse al sistema y a cada comentario. Actualmente casi todos los portales de vídeo en China han incorporado esta aplicación; incluso los cines transmiten en la pantalla grande vía wifi los comentarios enviados desde los móviles de los espectadores. La afición por esta tecnología es tan grande que muchos usuarios prefieren ver los vídeos con danmu en vez de la visualización tradicional, sin danmu (Chen, Gao, & Rau, 2017).

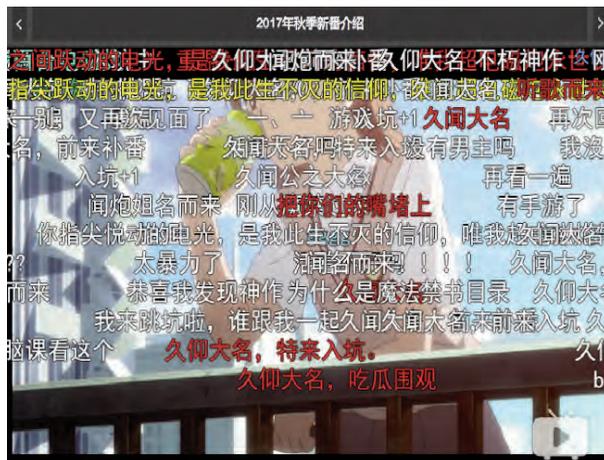


Figura 1. Fotograma de anime con danmu.

Danmu constituye un ejemplo novedoso e ilustrativo de la cultura participativa (Jenkins, 2006), en la que los jóvenes asumen un rol proactivo reescribiendo y transformando el producto audiovisual de manera pública, creativa y poderosa. Los comentarios tienen varias funciones: 1) Acompañar al espectador para que tenga una sensación «pseudo-sincrónica» (Johnson, 2013) de estar interactuando en tiempo real con otros fans; 2) Aportar información sobre el contenido del vídeo (ejemplo: nombre de la música de fondo y de los actores, antecedentes históricos, etc.); 3) Entretener con mensajes humorísticos, como quejas, parodias y correcciones (Hsiao, 2015); y 4) expresar las opiniones juveniles con la creación de contenido subcultural que contribuye una auténtica subcultura de resistencia y confrontación al «mainstream» (Zheng, 2016). En el contexto chino, se ha analizado la novedad que supone el danmu respecto a los medios de comunicación tradicionales (Zhang, Chang, & Chen, 2014) y se ha descrito el surgimiento de «la comunidad danmu». En este contexto, destacan los estudios para comprenderla desde la perspectiva subcultural (Chen, Cao, & Wang, 2013), la gamificación (Xie, He, & Feng, 2014) o la interacción para-social (Ma & Ge, 2014).

Finalmente, recordemos que en las plataformas de danmu coexiste otra práctica de la cultura colaborativa: los subtituladores amateurs o «fansubbers», que traducen y suben las series de televisión y películas al sitio web (Zhang & Cassany, 2016). Así, los fans chinos leen y publican danmu sobre fotogramas a los que previamente otro grupo de fans han añadido subtítulos y traducciones amateurs (ver subtítulos bilingües en figuras 3-5). Gee (2005) denomina estas afiliaciones «espacios de afinidad», porque permiten a los usuarios conectarse, interactuar y compartir su contenido en una comunidad de aprendizaje informal, autogestionada y multimodal (Jenkins, Clinton, Purushotma, Robison, & Weigel, 2009). Varios estudios recientes confirman el potencial que tiene la subtitulación amateur («fansubbing») para el aprendizaje lingüístico y la formación de traductores profesionales (Orrego-Carmona, 2014), pero todavía no hay investigación sobre el potencial de aprendizaje de la práctica interactiva con danmu. En este artículo abordamos este asunto con un estudio sobre los danmu publicados por jóvenes seguidores chinos de «El Ministerio del Tiempo», serie española subtitulada por «fansubbers» y difundida en una de las plataformas más visitadas de danmu en China.

1.2. «El Ministerio del Tiempo» y los «ministéricos»

«El Ministerio del Tiempo» («MdT» en adelante), de Pablo y Javier Olivares (Televisión Española, 2015-2017) es una serie de ciencia ficción que narra los viajes en el tiempo de varios funcionarios españoles con el fin de preservar la historia. Ha tenido un gran éxito de crítica, hasta considerarla la mejor serie española de la historia («El País», 2017), y ha conseguido crear la primera «fanbase» española con un nivel de desarrollo equivalente al de otras ficciones internacionales (Torregrosa-Carmona & Rodríguez-Gómez, 2017).

Según Rey (2015), esta serie constituye un ítem cultural y un fenómeno social, más allá de un simple producto audiovisual. Propone un género original (el viaje en el tiempo) que facilita las ucronías o historias alternativas, con tramas creativas (Rueda-Laffond & Coronado-Ruiz, 2016) y frecuentes referencias culturales e históricas, además de guiños de complicidad dirigidos al público culto. Sin embargo, estos autores también observan que mientras las tramas representan y refuerzan la identidad nacional española, se limitan a convocar imaginarios tradicionales (Las Meninas, El Acueducto de Segovia, etc.) y figuras académicas (Lope de Vega, Lazarillo, Lorca, etc.), con una visión simplificada, idealizada y conservadora del pasado.

Por otro lado, los «ministéricos» o fans de la serie son los protagonistas reales del impacto social que ha tenido la misma en varios espacios físicos y digitales (Scolari & Estables, 2017). Las comunidades de fans organizaron «quedadas ministéricas» en los escenarios de rodaje, publicaron numerosos «fan works» («fanfic», «fanart», «gif», etc.) y crearon varias narrativas transmedia (Berlanga, Arjona, & Merino, 2018; Jenkins, 2003) para expandir y complementar la producción oficial; incluso lanzaron campañas para conseguir que se renovara la serie. Según Estables y Guerrero-Pico (2017), muchos fans no castellanoparlantes se convirtieron en «ministéricos» para aprender el idioma y para seguir sus atractivas narrativas de viajes en el tiempo. La principal manifestación de los fans ocurre en Twitter durante la emisión de algunos capítulos, con más de 50.000 tuits y varios «hashtags» entre los «trending topics» del momento (Torregrosa-Carmona & Rodríguez-Gómez, 2017).

Muchos espectadores usaron una segunda pantalla (móvil, tablet o portátil) para compartir sus emociones y opiniones sobre lo que estaban viendo, dando lugar a la emergencia de una «televisión social», que enriquece la experiencia audiovisual con la ayuda de redes sociales (Rodríguez-Mateos & Hernández-Pérez, 2015).

Esta repercusión social coincide con nuestro interés por investigar la recepción de esta serie en China, donde el hispanismo se está desarrollando con fuerza (Lu, 2008) con una cifra creciente de jóvenes aprendices de español. En este marco audiovisual y dentro de los estudios sobre cultura participativa y «fandom», nos formulamos dos preguntas de investigación:

- 1) Qué cuestiones (conocimientos, actitudes y prácticas) despiertan mayor interés entre los «ministéricos» chinos y por qué interesan.
- 2) Cómo utilizan los fans chinos las potencialidades de la tecnología danmu para aprender sobre lengua y cultura española.

Creemos que «MdT» representa un caso ideal de estudio, puesto que: 1) Triunfa en el «fandom» internacional con los universos transmediáticos; 2) Evoca reacciones sobre la representación mediática de un país lejano lingüística y socioculturalmente; 3) Sirve de material didáctico en la enseñanza literaria (Ruiz-Bañuls & Gómez-Trigueros, 2017) e interdisciplinar (Rovira-Collado, Llorens-García, & Fernández-Tarí, 2016).

El artículo aborda dos cuestiones actuales y sin investigación previa: 1) Las posibilidades formativas de la tecnología «danmu» / «danmaku» (desconocida en Europa), que permite comentar y compartir una serie escribiendo y leyendo de manera dinámica en los mismos fotogramas; 2) La recepción que hacen los fans chinos de «El Ministerio del Tiempo», en una plataforma de «fandom» con millones de seguidores, bajo la censura oficial y con el propósito de aprender lengua y cultura españolas.

2. Material y métodos

2.1. Contexto

Los datos analizados provienen de Bilibili.com, una plataforma china creada en 2009 e inspirada en el prototipo japonés de comentarios (Figura 2). Cualquiera puede acceder a la misma y ver contenidos, pero para publicar danmu hay que superar un test de 100 preguntas sobre «fandom» y normas de ciberetiqueta (evitar anuncios, spoilers, ataques personales). Bilibili ofrece anime, comic y videojuego, además de series y programas de televisión, películas, videoclips de música y moda. También facilita la interacción entre sus miembros y promueve que los fans muestren su talento haciendo «fan art», editando «fan videos» o jugando a los juegos. En marzo de 2017 había 100 millones de miembros activos, con un 75% de menores de 25 años (<https://bit.ly/2xMpAyy>).

La figura 3 muestra el entorno interactivo que ofrece Bilibili a sus usuarios. Incluye un reproductor multimedia, con un espacio textual debajo y un panel de control multifuncional. Los espectadores pueden saber cuántas personas están viendo el vídeo en tiempo real, el historial de mensajes (columna derecha) o los danmu publicados, pero estos son siempre anónimos. También pueden personalizar su experiencia de visualización, ajustando la cantidad, la transparencia y la velocidad de los mensajes, filtrándolos según palabra clave, u ocultándolos para reducir la distracción visual. También hay una sección separada de comentarios, con mucha menos participación (Wu, Sang, Zhang, & Huang, 2018), que no hemos considerado.



Figura 3. Fansub de «El Ministerio del Tiempo» en Bilibili.

incluso hallamos dos versiones paralelas de la serie, producidas por distintas comunidades de fansub. Ambas incorporan subtítulos en formato bilingüe chino y español e incorporan decenas de miles de danmu.

Para nuestro análisis, elegimos el episodio piloto de 70 minutos, estrenado en España en febrero de 2015 y subido a Bilibili en septiembre del mismo año. Es una muestra representativa, dado que el capítulo 1º suele atraer a una audiencia superior y más heterogénea, más allá del mundo hispánico. Pese a que surgieron posteriormente otras ocho publicaciones del mismo capítulo, con diferente traducción y resolución (alta o baja) y alrededor de 1.000 danmu para cada uno, nuestro estudio se centró en la primera publicación, que es la que contiene más danmu (1.590).

Recogimos los danmu de esta publicación poco después del 15-7-2017, cuando se cerraron oficialmente los contenidos extranjeros en Bilibili por causa de la censura política china. Recuperamos los comentarios en los códigos fuente de la web con el programa «jiji» (jijidown.com), una potente herramienta diseñada por fans y para fans, que permite descargar vídeos y danmu para recrear la visualización fuera de línea. Cabe mencionar que los datos recogidos forman parte de un corpus más amplio de la tesis doctoral de la autora, que tiene como objetivo investigar el



Figura 2. Página principal de Bilibili.

2.2. Corpus

Usando etiquetas como «español» y «series de televisión», hallamos los productos hispanos de Bilibili, como «Ángel o Demonio», «El Tiempo entre costuras» o «Isabel», entre otros. El más popular quizás sea «Gran Hotel», con casi un millón de visualizaciones. Para «MdT» hallamos las dos primeras temporadas, además del programa de making of «Los Archivos del Ministerio», tráileres, entrevistas a actores, etc. Todos los contenidos son «fansub»; ejemplo: subtítulos por fans;

rol de danmu en la comprensión lingüística y el entendimiento cultural. El hecho de que los datos que analizamos ya no sean públicos no afecta los resultados o el interés de este trabajo, que recrea una tecnología usada en muchas otras series y contextos.

2.3. Metodología

Para analizar los danmu, combinamos el análisis del contenido y el del discurso. En primer lugar, con el método de «coding and counting» clasificamos el corpus total de danmu por temas y seleccionamos de manera cuantitativa los más representativos de los intereses y reacciones de los espectadores. En segundo lugar, procedimos a analizar esta selección de manera global (comentario dentro del fotograma, en el contexto de la serie y de la plataforma fan) con el aparato teórico del Análisis del Discurso mediado por Ordenador (Herring, 2004), caracterizado por su enfoque lingüístico y por la adopción de los métodos del Análisis del Discurso para estudiar las interacciones en la Red. Esta combinación permite conocer no solo los temas emergentes y su relación estadística, sino también los fenómenos latentes detrás del discurso digital (ideología, cultura, entre otros).

El primer paso del análisis fue identificar los temas más referidos entre los fans chinos. Para ello, visualizamos tres veces el corpus en dos semanas, identificando las intervenciones que aluden al mismo tema. Establecimos un criterio provisional de inclusión: si constituyen más de 1% de los 1.590 danmu que hemos recogido (i.e. $n > 16$), tomamos un ítem de análisis y lo registramos para la codificación. Para comprobar la confiabilidad de la técnica, realizamos un estudio piloto centrado en los primeros 15 minutos del capítulo, que dio lugar a cuatro temas diferentes con más de 16 danmu (productos similares, actores principales, aprendizaje y habla).

Aplicamos el mismo método de muestreo para el resto del corpus y obtuvimos una totalidad de 15 temas con 550 danmu (desconocemos el número de participantes porque son anónimos); descartamos 1.040 danmu no representativos, que trataban de cuestiones que no merecían más de 16 comentarios. Algunos de los 550 danmu seleccionados coinciden en fotogramas determinados, comentando el contenido del mismo (ej. una conversación); otros se dispersan a lo largo del episodio y se actualizan con algún estímulo visual (ej. un actor), pero se relacionan temáticamente y los hemos contado conjuntamente. Puesto que los danmu originales usan el chino, con algunas interferencias del español (ej. nombre de personajes), traducimos a esta lengua los danmu seleccionados. La primera autora es usuaria de danmu y seguidora de más vídeos en la plataforma, por lo que está familiarizada con el registro propio del chino usado en este contexto. En caso de dudas, se consultaron los diccionarios especializados, ejemplo: Moegirlpedia (una enciclopedia en línea que recopila y presenta los conocimientos del «fandom» chino y japonés). Para verificar la calidad de traducción, una traductora español-chino revisó los danmu citados.

Clasificamos los 550 danmu y los 15 temas en cinco categorías de manera inductiva (Tabla 1). Nuestro análisis se inspiró en el trabajo de Torregro y Gutiérrez (2016) sobre los tuits de jóvenes publicados durante el visionado de dos películas. Para reducir la subjetividad, la primera autora se encargó de codificar y traducir los fragmentos problemáticos para discutirlos con el segundo autor. La codificación se realizó tres veces hasta llegar al acuerdo entre

Tabla 1. Lista de 15 temas agrupados en 5 categorías

Categorías	Temas	Núm. de danmu	Citas
Género cinematográfico (viaje del tiempo)	Productos similares	63	«No puedo resistir este tema»
	Móvil	42	
	Puertas del tiempo	34	
Personajes	Aspecto físico	40	«Aquí aparece el protagonista de «Isabel» jajaja»
	Confusión de rostros	38	
Acontecimientos de la trama	Tampones	54	«Lo de lesbiana está muy bien»
	Romance	36	
	Sexo	50	
Contenido sociocultural	Velázquez	46	«El cuadro de Velázquez!!!!!! »
	Saludos	34	
	Crisis	17	
	Estereotipo	22	
	Fútbol	21	
Lengua española	Aprendizaje	35	«Hablan tan rápido...»
	Habla	18	
Total		550	

los dos investigadores. Abajo ejemplificamos las categorías con citas representativas y explicamos los conocimientos, actitudes y prácticas sociales que se presuponen sobre la realidad proyectada, así como las diferencias que causan estas impresiones u opiniones. En algunos casos ilustramos el caso comentado con un extracto de las secuencias clave, con nuestra traducción.

3. Análisis y resultados

Las categorías con más danmu aluden al contenido sociocultural de la serie y a los acontecimientos de la trama, con el mismo número de comentarios (140 de los 1.590 danmu; 8,8%). Sigue la categoría referida al género cinematográfico con 139 danmu (8,7%). Con menos participaciones hallamos los personajes, con 78 mensajes (4,9%), y la referida a la lengua española, con 53 mensajes (3,3%).

3.1. Género cinematográfico

El género cinematográfico ha captado el interés de muchos espectadores y aficionados al viaje a través del tiempo. Asocian la serie con productos similares, como «Doctor Who» y su spin-off «Torchwood», «Warehouse 13», entre otros, y videojuegos y webseriales (literatura disponible solo en la Red) de la ciencia ficción histórica. Emplean emoticones orientales como «QAQ» (llorando), «_:(:_<_» (tendido en el suelo) y «_ (▭ ▽ ▭) _» cuando recuerdan los argumentos relacionados. Esta discusión contiene 63 danmu, y es el tema más popular del corpus.

La audiencia también muestra curiosidad por el uso de los artefactos relacionados con el viaje, como el móvil (42 comentarios) y las puertas de tiempo (34 comentarios). Hay preguntas sobre la red telefónica, con mensajes como «¿Incluso la señal del móvil puede viajar en el tiempo? ¿Qué tecnología pirata es esta» y «A mi entender, la señal ha viajado con la persona, así que se puede usar el móvil». También cuestiona la lógica de las puertas, como «Sí, poder volver al pasado significa poder ir al futuro, por lo que la serie tiene un error», incluso empleando vocabulario especializado: «Tiempo y historia son nada más que un tipo de vibraciones de materia, con un variador de frecuencia se puede viajar como uno quiera».

Mientras tanto, otros fans adoptan una actitud más abierta («Si ya puedes viajar deja de preocuparte por los detalles»), y se divierten imaginando («Abrid la puerta y encontradme, que os he esperado tanto tiempo, por qué no venís» ‘= =’, emoji asiático que denota decepción) o recontextualizando la aventura en la historia china: «Acaso abris la puerta y llegáis a la época del Cuarto Príncipe, jajaja». El Cuarto Príncipe, o Yongzheng, es uno de los emperadores de la última dinastía de China, y protagonista de varias adaptaciones televisivas populares incluidas una sobre el viaje de tiempo.

3.2. Personajes

Respecto a las referencias a los personajes, 40 comentarios se centran en el aspecto físico de los actores principales. Muchos reconocen a los mismos actores de «Isabel» y «Ángel o Demonio» y comparan su apariencia entre series; por ejemplo, «El tío ni ha cambiado el corte de pelo...» y «Ni se ha cortado la barba. Quizá le filmaron las dos obras a la vez y usaron los fondos para beber». Notemos que en China, por su gran tamaño y producción cinematográfica, es infrecuente que un mismo actor repita en series de este tipo. La comparación incluso se extiende a algunos estereotipos: «El protagonista tiene una cara estadounidense», «Pero si es la barba prototípica española» y «Debería decir que muchos estadounidenses tienen una cara española».

Por otro lado, para la otra mitad de espectadores (38 danmu), las caras son parecidas, lo cual provoca confusión

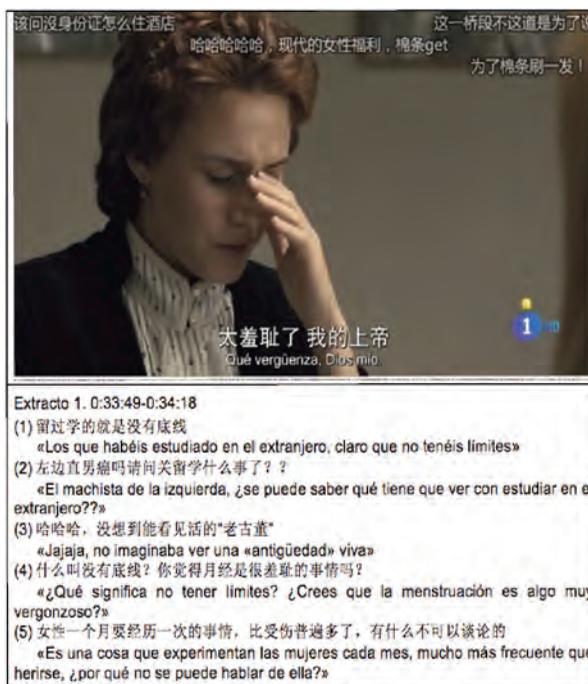


Figura 4. Escena de tampón.

y dificulta entender la trama. Así, cuando el protagonista vuelve al pasado para revivir con su mujer, un danmu pregunta «¿Pero descubre que había sido la víctima del adulterio?» y otros comentaristas le corrigen y le acusan de «ceguera de rostros». Dicho término procede del «fandom» chino y se refiere a los efectos que provoca el consumo de mucho anime, en el que los personajes suelen tener una misma base facial y se distinguen solo por el vestuario y el pelo.

3.3. Trama

Algunos acontecimientos concretos de la trama han motivado numerosas intervenciones. La subcategoría con 54 danmu, la segunda más elevada, es una discusión acalorada sobre un tampón actual que se muestra a la protagonista del siglo XIX (Figura 4). Su uso no es común en China, y es todavía menos probable que aparezca en televisión, por lo que muchos comentaristas aportan aclaraciones, contando su experiencia y comparando diferentes productos de higiene femenina. Mientras tanto, otros espectadores consideran esta mención «incomprensible» e incluso «horrible», lo cual causa un fuerte desagrado y provoca las críticas (Extracto 1).

De modo similar, encontramos 31 reacciones ante una escena de sexo y 19 ante un chiste sobre ella. El sexo es un tema tabú en China y suele censurarse en los medios de comunicación, por lo que muchos danmu muestran asombro («Dios mío el giro argumental»), emplean vulgarismos («Joder, ni lo pixela») o intentan distanciarse («Jajajaja actuó como si no entendiera» y «Acaso haya visto algo que no debería ver»). También hay quejas por el contexto personal de visionado, como «Mierda, no llevo auriculares en el metro, y detrás hay gente...» y «La escena de sexo que sucedió ahora me ha dejado mucha vergüenza en la oficina viéndola al mediodía». Al contrario, otros fans expresan su entusiasmo con expresiones propias del «fandom», como «Advertencia de alta energía» y «Bienestar por delante» para avisar unos segundos antes que llega una escena sorprendente y bienvenida en la trama; algunos incluso anuncian «¡El día que podamos ver porno en Bilibili está a la vuelta de la esquina!».

Por último, 36 mensajes se preocupan por el romance entre personajes, algo típico para los fans de otras ficciones. Adivinan quiénes son las «parejas establecidas oficialmente» a partir de detalles en la trama y piden más «episodios acaramelados». La relación más comentada es la lesbiana o su eufemismo «yuri», un vocablo japonés que significa lirio. Este término nació en Japón en los años 70 y ahora se usa de manera generalizada en las comunidades de fans para referirse a las homosexuales femeninas (Zheng, 2016). Aunque algunos comentaristas dicen no estar preparados para ver un beso entre dos mujeres, otros llegan a aclarar que «Vengo para ver el lirio» o que se emocionan: «¡Maldita! Déjala a la chica y permíteme a mí».

En la misma línea, también encontramos mensajes como «yoo» o «yooooooooooooooooo». Esta exclamación se popularizó gracias a un vídeo de YouTube («Don't Watch An Anime Called Boku»), y se extendió en el «fandom» chino para expresar la emoción de ver escenas homosexuales. Pero algunos lo desconocen y critican su uso, indi-

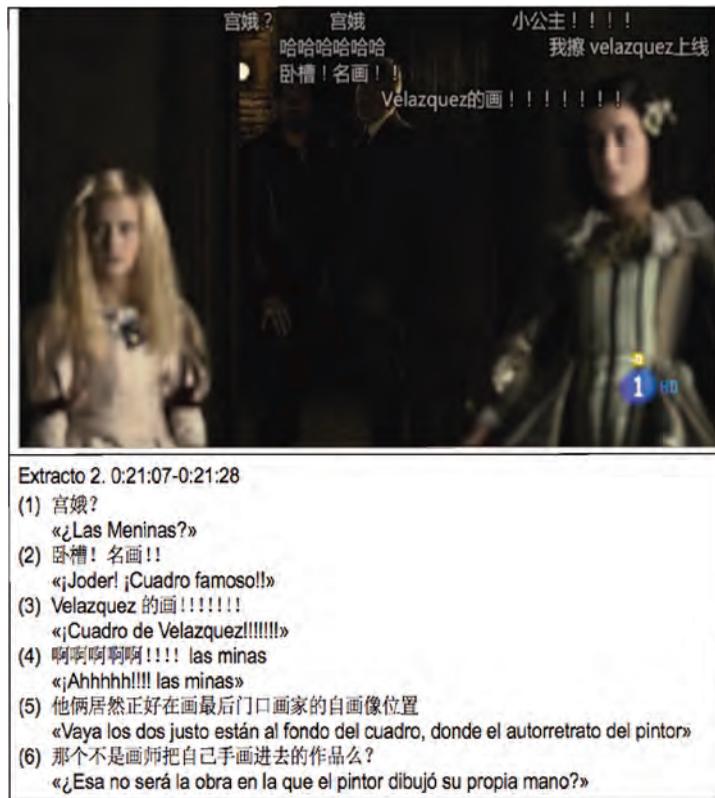


Figura 5. Escena de Las Meninas.

cando erróneamente que corresponde al pronombre de primera persona: «Madre mía los que dijeron yooooooooo ¿no saben que yo significa mí?».

3.4. Contenido sociocultural

Un grupo numeroso de comentarios va más allá de la trama y reconoce los referentes socioculturales que incorpora la serie, descifrando los guiños para la audiencia. Por ejemplo, cuando dos personajes contemporáneos asisten a la creación de *Las Meninas* (Figura 5), 16 mensajes identifican que se trata del making of de una obra maestra. Como ilustra el Extracto 2, informan del nombre del cuadro y de su pintor, en chino y en español (con ortografía a veces incorrecta) y aportan datos para comprender el trasfondo histórico. Más adelante aparece Velázquez y surgen 30 mensajes que se ríen de la trama, confirman sus sospechas («Joder, realmente es él»; «He acertado, jajaja») y manifiestan más interés por la serie («Jajajajaja, he decidido ser seguidor de la serie»).

En segundo lugar, los participantes hablan de los españoles y sus costumbres. Las maneras de saludarse en épocas diferentes causan hilaridad (34 danmu), con reacciones diversas como la abreviatura «hhh» (de «hahaha», risa en chino), expresiones propias del «fandom» como «233» (o «233333»; reír a carcajadas) o con ideogramas. Entre estos últimos, algunos indican la etiqueta social correspondiente, como «besamanos», y «beso en la mejilla», y las contrastan con el entorno asiático, que prefiere otro tipo de saludo: «No hay nadie que haga un apretón de manos».

Asimismo, una conversación sobre el supuesto estilo español («Pero ¿cuál es el plan?», «Somos españoles, ¿no? Improvisen») han producido 22 danmu. Aparte de las risas en distintos códigos lingüísticos, unos espectadores se muestran confusos y piden aclaraciones, como «¿Verdad o falso?» o «Jajajaja... ¿Qué coño es esto?»; pero otros fans entienden la ironía y la confirman: «Este sarcasmo es perfecto» y «El carácter nacional español».

Finalmente, los fans también se fijan en la actualidad mencionada en la serie. Por ejemplo, a partir de un titular de periódico «Atleti Campeón», 21 aficionados de fútbol se identifican (ej. «Soy merengue»; «El merengue no te vayas jajaja») con los gritos de ánimo, como «Visca el Barça» y «Aupa Atleti!».

El resto de 17 intervenciones comenta un diálogo entre protagonistas («El mundo era nuestro... Ahora... ¿Somos soberanos o rendimos pleitesía a alguien?» – «Sí, al Banco Central Europeo»). Unos fans empatizan con la situación, como «Jajajajajaja, la tristeza de la hegemonía mundial de la vieja gloria», pero hay más mensajes referidos a la crisis económica, como «Jajajajajaja quién os permitió tener tantas deudas» y «Los PIGS, jaja», y recuerdan la actualidad sociopolítica: «Reino Unido ha salido de Europa, jajajaja».

3.5. Lengua española

La última categoría consiste en 53 comentarios relacionados con la lengua. 35 se centran en el aprendizaje de español como lengua extranjera, que constituye un motivo para ver la serie para muchos espectadores. Consideran la serie como «uno de los mejores materiales para aprender español», y es frecuente encontrar mensajes como «He venido para estudiar» o «También repaso el español viendo la serie».

La conversación entre aprendices extraña a otros participantes («Todos los que ven la serie aprenden español. ¿Acaso la serie es tan impopular?»), por lo que muchos señalan que para ellos la lengua es irrelevante, pese a que ahora están más interesados: «Tampoco estudio español y veo la serie española por primera vez, pero ahora me apetece un poco aprender». No obstante, las respuestas que figuran después son negativas: «No lo aprendas, te derrotará»; «¿Puedo dominar español viendo series?» – «No».

Otro tema lingüístico que despierta curiosidad es el habla (18 comentarios). Mientras algunos se sorprenden por la rapidez de conversación, como «Hostia, esta chica habla, más despacio por favor», otros apuntan la normalidad de la impresión: «La rapidez de la chica es exactamente la de los exámenes de comprensión auditiva» y «Por eso dicen que nunca discutas con una mujer española».

También encontramos una discusión breve en términos gramaticales: «Vaya, español suena como labulalabulalabula» – «Porque la es la forma femenina del artículo determinado, y todos los verbos terminan en R» – «Porque en español todos los sustantivos deben ir después de el y la, y los objetos directos e indirectos también llevan la».

4. Discusión y conclusiones

Los resultados anteriores responden nuestras dos preguntas de investigación. En primer lugar, lo que interesan más a los «ministéricos» chinos son: 1) Dudas o incomprendiones sobre la serie (trama, actores, referencias culturales); 2) Diferencias interculturales y sociolingüísticas entre España y China (estereotipos, velocidad de habla, tratamientos de cortesía, saludos); 3) Cuestiones tabúes en China como el sexo (escenas eróticas, besarse en público,

homosexualidad), las relaciones de pareja (infidelidades) o determinados productos (tampón). Los intercambios más extensos están provocados por la disensión entre los fans, causando que los danmu se extiendan más allá de los fotogramas correspondientes, lo cual demuestra que el interés por el hilo de los comentarios supera en algunos puntos al de la misma serie.

En segundo lugar, los fans utilizan las potencialidades del danmu para «apropiarse» de la serie, en su entorno propio del «fandom». Con los danmu, interpretan la serie desde su ethos (Jenkins, 2010), ayudan a los fans menos informados (integran a los novatos), enfatizan los puntos de interés para una audiencia joven china, que no ha salido del país y que tiene poca información práctica sobre la vida corriente en España. Aprovechan las posibilidades del comentario situado en cada fotograma y su conocimiento compartido sobre series y «fandom» para crear ironías, opiniones y una subcultura alternativa al «mainstream», evitando la censura.

Escriben en chino coloquial, poco habitual en la comunicación pública, con frases cortas, expresiones vulgares, iconos propios de su «fandom», saltando al español cuando es necesario, reaccionando a una escena o a otro comentario, creando breves inter-

cambios. Usan los danmu como un chat contextualizado, con referencias deícticas al fotograma («Están al fondo del cuadro», «Esa no era la obra») o a otros danmu («El merengue no te vayas») y con otros rasgos propios de la conversación digital cuasi sincrónica (Herring & Androutsopoulos, 2015), como la separación de pares adyacentes, la «addressivity» («el machista de la izquierda»). Sin duda, una particularidad del danmu es que aprovecha la información contextual (fotogramas de la serie) y el contexto compartido (la plataforma fan) para facilitar la formulación de comentarios, que pueden ser mucho más directos, breves y situados.

Una extensa literatura corrobora que el audiovisual subtulado –series de televisión y películas– favorece el aprendizaje de lenguas extranjeras. Varios trabajos experimentales han indagado en los beneficios que aportan los subtítulos interlingüísticos o estándar, que traducen el original a la lengua materna del espectador, y los intralingüísticos, esto es, transcripciones de la banda sonora original. Nuestro estudio explora un nuevo entorno todavía más complejo de subtítulos bilingües, hechos por fans, y de comentarios libres y dinámicos superpuestos.

Una extensa literatura corrobora que el audiovisual subtulado –series de televisión y películas– favorece el aprendizaje de lenguas extranjeras (Caimi, 2013). Varios trabajos experimentales han indagado en los beneficios que aportan los subtítulos interlingüísticos o estándar, que traducen el original a la lengua materna del espectador (Ghia, 2012), y los intralingüísticos, esto es, transcripciones de la banda sonora original (Vanderplank, 2010). Nuestro estudio explora un nuevo entorno todavía más complejo de subtítulos bilingües, hechos por fans, y de comentarios libres y dinámicos superpuestos.

En un contexto multimodal e informal, los jóvenes chinos construyen significados con la representación mediática, confirmando o rechazando sus conocimientos previos y estereotipos sobre España (Nikitina, 2017). No solo «responden a» o «entienden», sino que realizan actividades complejas como comparar e identificar similitudes y diferencias socioculturales, recontextualizar el argumento en China, e incluso construir una inteligencia colectiva sobre la realidad proyectada. Estas prácticas ofrecen buenos ejemplos para fomentar la competencia intercultural (Yang & Fleming, 2013; Benson, 2015). Que los danmu sean anónimos facilita también la colaboración, porque inhibe la responsabilidad de dar respuestas correctas o de preocuparse por la imagen personal ante el grupo.

Más allá de ilustrar las potencialidades de participación, comunicación y aprendizaje, nuestro estudio también supone una aportación interesante e innovadora al campo de la alfabetización mediática y digital. Los productos de la cultura popular, como «El Ministerio del Tiempo», no son simplemente entretenimiento, sino que encarnan culturas, valores y conocimientos compartidos del otro, que eliciten reacciones de los adolescentes (Torrego &

Gutiérrez, 2016; Ugalde, Martínez-de-Morentín, & Medrano, 2017). Como apuntan Tuzel y Hobbs (2017), las redes sociales y otros entornos virtuales facilitan el diálogo intergrupal, que ayuda a cultivar la curiosidad intelectual y a desarrollar una voz cívica junto con el aprendizaje sobre personas y culturas de todo el mundo.

Por último, este trabajo adolece de tres limitaciones. En primer lugar, utiliza un único capítulo de una serie, lo cual es insuficiente para llevar a cabo generalizaciones sobre los usos del danmu, si bien hemos apuntado una función importante, es decir, como espacio de discusión y aprendizaje intercultural y lingüístico. Esperamos contrastar estas observaciones y la categorización realizada de los danmu con trabajos de mayor alcance en el futuro, que permitan comprobar si se repiten temas y categorías (y si este análisis tiene entonces suficiente saturación y validez).

En segundo lugar, como otros trabajos sobre géneros digitales novedosos, corremos el riesgo de inferir subjetivamente el significado de los mensajes cortos, anónimos y de múltiples autores como los danmu. Para comprender de modo émico las prácticas emergentes y colaborativas que desarrollan los jóvenes, esperamos poder triangular nuestra interpretación mediante entrevistas etnográficas a los autores de danmu en Bilibili, estudiando sus puntos de vista y la apropiación que realizan de la tecnología con relación al aprendizaje de la lengua y la cultura. También será sugerente observar si las competencias adquiridas en un contexto de ocio pueden recontextualizarse, ejemplo: ser diseccionadas, enriquecidas y reutilizadas en escenarios auténticos, llegando al aprendizaje «sin costuras» (Wong, Sing-Chai, & Poh-Aw, 2017).

Por otro lado, no hemos abordado los obstáculos que se presentan para poder aprovechar pedagógicamente esta tecnología: 1) El desorden visual que crea para unos usuarios; 2) La actitud de amor-odio de los educadores sobre los medios de masas, la cultura popular, y los medios digitales (Tuzel & Hobbs, 2017); 3) las consecuencias inadvertidas de la globalización mediática (reforzar / romper estereotipos de naciones, destacar la desigualdad social, reproducir el conflicto ideológico) que urgen la participación consciente y reflexiva de los docentes y de otros actores sociales en la alfabetización digital.

Apoyos

Investigación apoyada por el Consejo Nacional de Becas de China (CSC n° 201608390036), e incluida en el proyecto «Defandom» financiado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, y en el proyecto «ICUDEL» financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad EDU2014-57677-C2-1-R.

Referencias

- Benson, P. (2015). Commenting to learn: Evidence of language and intercultural learning in comments on YouTube videos. *Language Learning and Technology*, 19(3), 88-105. <https://bit.ly/2nfD7uB>
- Berlanga, I., Arjona, J., & Merino, A. (2018). Semiótica digital en la serie de ficción 'El Ministerio del Tiempo'. *Signa*, 27, 233-262. <https://doi.org/10.5944/signa.vol27.2018.18413>
- Caimi, A. (2013). Subtitles and language learning. In Y. Gambier, & L.V. Doorslaer (Eds.), *Handbook of Translation Studies (v. 4)* (pp. 167-173). Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/hts.4.sub2>
- Chen, Y., Cao, S.Q., & Wang, T. (2013). Toushi danmu wangzhan yu danmu zu: Vige qingnian yawenhua de shijiao. *Qingnian tansuo*, 6, 19-24. <https://doi.org/10.13583/j.cnki.issn1004-3780.2013.06.006>
- Chen, Y., Gao, Q., & Rau, P.L.P. (2017). Watching a movie alone yet together: understanding reasons for watching Danmaku videos. *International Journal of Human Computer Interaction*, 33(9), 731-743. <https://doi.org/10.1080/10447318.2017.1282187>
- El País (Ed.) (2017). 'El Ministerio del Tiempo', mejor serie española de la historia según la prensa especializada, 2017-12-05. <https://bit.ly/2Ma6Q62>
- Estables, M.J., & Guerrero-Pico, M.D.M. (2017). Los fans como traductores y distribuidores de contenido en el ecosistema transmedia: Promocionando series de televisión españolas en el extranjero. In S. Torrado- Morales, G. Rodenas-Cantero, & J.G. Ferreras-Rodríguez (Eds.), *Territorios transmedia y narrativas audiovisuales* (pp.59-73). Barcelona: UOC.
- Gee, J. (2005). Semiotic social spaces and affinity space. In D. Barton, & K. Tusting (Eds.), *Beyond communities of practice: Language, power, and social context* (pp. 214-232). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511610554.012>
- Ghia, E. (2012). *Subtitling matters: New perspectives on subtitling and foreign language learning*. Oxford, New York: Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/978-3-0353-0390-2>
- Herring, S.C. (2004). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. In S. A. Barab, R. Kling, & J.H. Gray (Eds.), *Designing for virtual communities in the service of learning* (pp. 338-376). New York: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511805080.016>
- Herring, S.C., & Androutsopoulos, J. (2015). Computer-mediated discourse 2.0. In D. Tannen, H.E. Hamilton & D. Schiffrin (Eds.), *The handbook of discourse analysis* (pp. 127-151). Malden: Wiley Blackwell. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511805080.016>
- Howard, C.D. (2012). *Higher order thinking in collaborative video annotations: Investigating discourse modeling and the staggering of participation (doctoral dissertation)*. ProQuest Dissertations and Theses database. (Accession Order No. 3550821).
- Hsiao, C. (2015). The verbal art of tucao and face-threatening acts in danmu screening. *Chinese Language and Discourse*, 6(2), 109-132. <https://doi.org/10.1075/cld.6.2.01hs>

- Jenkins, H. (2003). *Transmedia storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. <https://bit.ly/22vlyRK>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2010). Afterword. In M. Knobel, & C. Lankshear (Eds.), *DIY media: Creating, sharing and learning with new technologies* (pp. 231-254). New York: Peter Lang.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robinson, A.J., & Weigel, M. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21 century*. Cambridge: The MIT Press.
- Johnson, D. (2013). Polyphonic/pseudo-synchronic: animated writing in the comment feed of nicovideo. *Japanese Studies*, 33(3), 297-313. <https://doi.org/10.1080/10371397.2013.859982>
- Lu, J. (2008). Distancia interlingüística: partida de reflexiones metodológicas del español en el contexto chino. *México y la Cuenca del Pacífico*, 11(32), 45-56. <https://bit.ly/2PnrqP5>
- Ma, Z.H. & Ge, J.P. (2014). Riben donghua de danmu pinglun fenxi: yizhong zhun shehui jiaowang de shijiao. *Guoji xinwen jie*, 36(8), 116-130. <https://doi.org/10.13495/j.cnki.cjic.2014.08.008>
- Nikitina, L. (2017). Language learners' representations of Spanish-speaking countries: How can they inform language pedagogy? *Signos*, 50(93), 50-70. <https://doi.org/10.4067/S0718-09342017000100003>
- Orrego-Carmona, D. (2014). Using non-professional subtitling platforms for translator training. *Rivista Internazionale di Tecnica della Traduzione*, 15, 129-144. <https://bit.ly/2vj55Qi>
- Rey, A. (2015). La puerta de los seriéfilos. In C. Cascajosa (Ed.), *Dentro de 'El Ministerio del Tiempo'* (pp. 3-6). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Rodríguez-Mateos, D., & Hernández-Pérez, T. (2015). Televisión social en series de ficción y nuevos roles del documentalista audiovisual: El caso de 'El Ministerio del Tiempo'. *Index.Comunicación*, 5(3), 95-120. (<https://bit.ly/2Kw3966>).
- Rovira-Collado, J., Llorens-García, R.F., & Fernández-Tarí, S. (2016). Una propuesta transmedia para la educación literaria: el Ministerio del Tiempo. In M.T. Tortosa-Ybáñez, S. Grau-Company, & J.D. Álvarez-Teruel (Eds.), *XIV Jornades de Xarxes d'Investigació en Docència Universitària. Investigació, innovació i ensenyament universitari: enfocaments pluridisciplinaris* (pp. 569-584). Alicante: Universidad de Alicante.
- Rueda-Laffond, J.C., & Coronado-Ruiz, C. (2016). Historical science fiction: From television memory to transmedia memory in 'El Ministerio del Tiempo'. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 17(1), 87-101. <https://doi.org/10.1080/14636204.2015.1135601>
- Ruiz-Bañuls, M., & Gómez-Trigueros, I. M. (2017). Herramientas innovadoras para futuros docentes de enseñanza Secundaria: El Ministerio del Tiempo como herramienta metodológica interdisciplinar. In J.M. Antolí-Martínez, J.E. Blasco-Mira, A. Lledó-Carreres, N. Pellín-Buades, & R. Roig-Vila (Eds.), *Redes colaborativas en torno a la docencia universitaria* (pp. 554-562). Alicante: Universidad de Alicante.
- Scolari, C., & Estables, M. (2017). El Ministerio Transmedia. Expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave*, 20(4), 1008-41. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.7>
- Torrego, A. & Gutiérrez, A. (2016). Ver y tuitear: reacciones de los jóvenes ante la representación mediática de la resistencia. [Watching and tweeting: youngsters' responses to media representations of resistance]. *Comunicar*, 47(XXIV), 9-17. <https://doi.org/10.3916/C47-2016-01>
- Torregrosa-Carmona, J.F., & Rodríguez-Gómez, E. (2017). Comunidades de fans y ficción televisiva. Estudio de caso: El Ministerio del Tiempo (TVE). *El Profesional de la Información*, 26(6), 1139-1148. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.13>
- Tuzel, S., & Hobbs, R. (2017). El uso de las redes sociales y la cultura popular para una mejor comprensión intercultural. [The use of social media and popular culture to advance cross-cultural understanding]. *Comunicar*, 51(XXV), 63-72. <https://doi.org/10.3916/C51-2017-06>
- Ugalde, L., Martínez-de-Morentín, J., & Medrano, C. (2017). Pautas de consumo televisivo en adolescentes de la era digital: un estudio transcultural. [Adolescents' TV viewing patterns in the digital era: A cross-cultural study]. *Comunicar*, 50(XXV), 67-76. <https://doi.org/10.3916/C50-2017-06>
- Vanderplank, R. (2010). Déjà vu? A decade of research on language laboratories, television and video in language learning. *Language Teaching*, 43(1), 1-37. <https://doi.org/10.1017/S0261444809990267>
- Wong, L., Sing-Chai, C. & Poh-Aw, G. (2017). Aprendizaje de idiomas «sin costuras»: Aprendizaje de segundas lenguas y redes sociales. [Seamless language learning: Second language learning with social media]. *Comunicar*, 50(XXV), 9-21. <https://doi.org/10.3916/C50-2017-01>
- Wu, Q., Sang, Y., Zhang, S., & Huang, Y. (2018). Danmaku vs. forum comments: understanding user participation and knowledge sharing in online videos. In A. Forte, M. Prilla, & A. Vivacqua, (Eds.), *Proceedings of the 2018 ACM Conference on Supporting Groupwork* (pp. 209-218). New York: AMC. <https://doi.org/10.1145/3148330.3148344>
- Xie, M., He, J., & Feng, Y.L. (2014). Dazhong chuanbo youxi lilun shijiao xia de danmu shipin yanjiu. *Xinwen jie*, 2, 37-40. <https://doi.org/10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2014.02.009>
- Yang, L.H., & Fleming, M. (2013). How Chinese college students make sense of foreign films and TV series: Implications for the development of intercultural communicative competence in ELT. *Language Learning Journal*, 41(3), 297-310. <https://doi.org/10.1080/09571736.2013.836347>
- Zhang, C., Chang, X., & Chen, Y. (2014). Qianxi danmu dui dazhong chuanbo moshi de gexin yu yingxiang. *Dongnan Chuanbo*, 12, 12-14. <https://doi.org/10.13556/j.cnki.dncb.cn35-1274/j.2014.12.004>
- Zhang, L.T., & Cassany, D. (2016). Fansubbing del español al chino: organización, roles y normas en la escritura colaborativa. *BiD*, 37, 1-12. <https://doi.org/10.1344/BiD2016.37.16>
- Zheng, X. (2016). *Borderless fandom and contemporary popular cultural scene in Chinese cyberspace (doctoral dissertation)*. University of Washington, Seattle. <https://bit.ly/2vENxaQ>