

# EL FENÓMENO «DANMU» Y LA PARTICIPACIÓN MEDIÁTICA: COMPRENSIÓN INTERCULTURAL Y APRENDIZAJE DE LENGUAS A TRAVÉS DE «EL MINISTERIO DEL TIEMPO»

Dra. Leticia-Tian Zhang y Dr. Daniel Cassany. Barcelona (España)

<https://doi.org/10.3916/C58-2019-02>

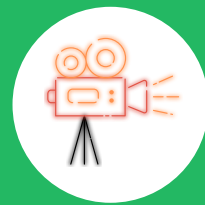
## INTRODUCCIÓN



**Redes sociales y medios audiovisuales** como medio de aprendizaje informal y facilitador de la construcción del conocimiento sobre personas y culturas del mundo.



**Danmaku/danmu**, portal asiático, anónimo y juvenil que permite analizar una serie escribiendo y leyendo de manera dinámica en los mismos fotogramas. Ejemplo de cultura participativa.



**El Ministerio del Tiempo**, serie española subtitulada por «fansubbers» y difundida en una de las plataformas de danmu en China con más audiencia utilizada para aprender español.

## OBJETIVO Y METODOLOGÍA

Investigar "danmu" en la comprensión lingüística y el entendimiento cultural.



Análisis del contenido «codingand counting» y análisis del discurso multimodal. (serie de TV, plataforma asiática y comentarios).



«El Ministerio del Tiempo»  
15 primeros minutos  
550 danmu y 15 temas.  
Inspirado en el trabajo de  
Torrego y Gutiérrez (2016)



- Género cinematográfico
- Personajes
- Trama
- Contenido sociocultural
- Lengua española

Los datos provienen de Bilibili.com (plataforma china)

## RESULTADOS

Los espectadores chinos se interesan por las **diferencias interculturales y sociolingüísticas** entre España y China, cuestiones tabúes en China (sexo...), género cinematográfico (viaje del tiempo).

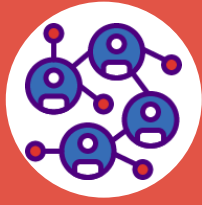


La recepción que hacen los fans chinos de «El Ministerio del Tiempo», en una plataforma de «fandom» con millones de seguidores, bajo la censura oficial para aprender lengua y cultura española.

## CONCLUSIONES



Posibilidades formativas de la tecnología «danmu» (desconocida en Europa), las potencialidades de participación, comunicación y aprendizaje en las redes sociales asiáticas.



Aportación interesante e innovadora al campo de la alfabetización mediática y digital, con sugerencias para fomentar la competencia intercultural con el uso de la cultura popular.



El audiovisual subtulado (series y películas de TV) son ítem cultural y un fenómeno social que favorece el aprendizaje de lenguas extranjeras.

# Comunicar

[www.revistacomunicar.com](http://www.revistacomunicar.com)