

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previa a la obtención del título de:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**LA PARODIA DE LA POLÍTICA A TRAVÉS DE NARRATIVAS DE LAS SERIES
DE TELEVISIÓN: LOS SIMPSON Y SOUTH PARK.**

AUTORA:

KATHERINE PAMELA SALAZAR GRANIZO

DIRECTORA:

JOHANNA FRANCISCA ESCOBAR TORRES

Quito, enero del 2015

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, enero del 2015

Katherine Pamela Salazar Granizo

C.I 1724559123

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis papás, Hugo y Susy, pues ellos han sido el pilar fundamental para realizarme como profesional, a mis segundos padres Manuel, Beatriz y William porque me apoyaron en los momentos en los que más necesitaba. A mis hermanas María Elisa y Nikole ya que han sido parte importante en mi vida. A mis sobrinos Martín y Felipe, por quienes sigo superándome para darles el mejor ejemplo.

Y finalmente a mi ángel, quien siempre creyó en mí y por quien continúo en esta lucha, a ti abuelita Lourdes, que desde el lugar en donde te encuentres, sigues bendiciéndome.

Pamela Salazar

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer infinitamente al Darwin Reyes, pues ha sido mi mentor durante mi vida universitaria, me ha enseñado a forjarme como profesional y ser humano, gracias por apoyarme e impulsarme a destacar. A mi tutora de tesis, Johanna Escobar, quien me ha brindado una sincera amistad, ha compartido conocimientos y me ha permitido aprender de su profesionalismo y humanidad.

RESUMEN

Este trabajo surge desde un interés por analizar cómo las series animadas tienen un mensaje complejo, siendo un producto cultural, que necesita de interpretación a través de sus elementos narrativos de transgresión de personas y situaciones políticas como lo muestran las series de Los Simpson y South Park. Los dibujos animados mencionados no sólo están destinados a entretener, sino a utilizar una plataforma que maneja un discurso para protestar en contra de los políticos, de los gobiernos y de las decisiones que éstos toman, cuando se mantienen en el poder. Es así que, estas narrativas usan el humor negro y la sátira de situaciones actuales de la sociedad, manifestando la postura política de sus creadores.

A partir de una investigación de campo y netamente cualitativo se pretende interpretar y analizar los elementos narrativos que configuran la parodia política, en series animadas populares, tomando en cuenta las teorías que se desarrollan a partir del lenguaje visual y cómo desde la semiótica nace una caracterización de la vida política.

El humor político se presenta como uno de los testimonios más legítimos de los actores y acontecimientos de la historia. Es una manera diferente de medir las características de los gobiernos de cada época, actuando como instrumento de crítica social que ilustra el clima de un período determinado a partir de la observación de las diversas formas de poder que se establece entre los distintos actores políticos. (Aiello, 2008)

ABSTRACT

This work was born from an interest of analyzing how the animated series have a complex message, as a cultural product, that needs interpretation through its narrative elements of transgression of people and political situations as is shown by the series *The Simpsons* and *South Park*. These animated cartoons are not only meant to entertain, but also are used as a platform that manages a speech of protest against politicians, governments and the decisions they take, when they are in power. Thus, these narratives using the black humor and satire of current situations of society, express the political position of their creators.

From a purely qualitative field research it is attempted to interpret and analyze the narrative elements that shape the political parody in popular animated series, taking into account the theories developed from the visual language and how from semiotics born a characterization of political life.

Political humor is presented as one of the most legitimate testimonies of actors and events in history. It's a different way of measuring the characteristics of the governments of several terms, acting as an instrument of social criticism that illustrates the climate of a certain period from the observation of different forms of power that exists between various political actors. (Aiello, 2008)

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1	2
COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y PARODIA.....	2
1.1 Comunicación.....	2
1.2 Los medios de Comunicación y la Política	6
1.3 Narrativa de la política	11
1.4 El humor.....	13
1.4.1 El humor político y la mirada crítica	13
1.5 Recursos y técnicas del humor.....	15
1.5.1 Ironía.....	15
1.5.2 Parodia.....	16
CAPÍTULO 2	19
2.1 Teoría de la Imagen.....	19
2.1.1 Estructurando el lenguaje visual.....	20
2.1.2 Elementos de la comunicación visual:	21
2.1.3 El signo visual:	21
2.1.4 Iconicidad:	22
2.2 La imagen, códigos y contextos:	28
2.2.1 Clasificación de la imagen (Hill, 2014)	29
2.2.2 Las funciones de la imagen:	30
2.2.3 Funciones pragmáticas de la imagen:	30
2.3 Aspectos denotativos y connotativos de las imágenes	32
2.4 Análisis de imágenes:	33
2.5 La imagen animada	34
2.6 El sonido en la imagen/ Sonorización	35
2.7 El silencio.....	38
2.8 Funciones del sonido	39
CAPÍTULO 3	41
ANÁLISIS DE LAS SERIES	41
3.1. Los Simpson	41

3.1.2 “Misión deducible”/ “The Trouble Trillions”	42
3.2 South Park.....	54
3.2.1 “Villa Margarita”	55
3.3 El amor es ciego	61
3.4 Sigue a ese huevo.....	71
CONCLUSIONES.....	79
RECOMENDACIONES.....	81
Lista de referencias	82

INTRODUCCIÓN

Esta tesis se desarrollará a través de una metodología cualitativa cuya técnica será la de observación y el análisis del discurso en donde se pretende describir los códigos audiovisuales que se despliegan en las historias de capítulos de las series antes mencionadas. A su vez, se realizará una investigación bibliográfica sobre las teorías y consideraciones del lenguaje visual y semiótica.

La parodia utilizada por los creadores de estos dibujos animados, ejemplifica la capacidad que tiene esta herramienta para poder crear otro discurso diferente al establecido, puesto que al ridiculizar una situación o a un personaje, se está construyendo un nuevo mundo de significados, acompañados de símbolos que comparten con la audiencia. Por ejemplo, Matt Groening el creador de Los Simpson identifica al humor como un acto social en donde cuenta la realidad, a través de los personajes que construyó, los mismos que se convirtieron en parte fundamental en la vida de quienes siguen esta serie.

En el caso de Trey Parker y Matt Stone, creadores de South Park, ejemplifican el campo problemático dinámico del humor, que se liga estrechamente con los sujetos, sus acciones y sus valores. En estos dibujos se muestra sin reservas a la sociedad norteamericana, su carencia de valores y su constante crítica a una política que se vuelve menos democrática y más autoritaria.

En este trabajo se entiende a la comunicación como una característica propia de los seres humanos, derivada de la actividad mental, del lenguaje, de la relación que se tiene con los otros y cómo a través de sus sentidos, su realidad social y su cultura interpretan cada mensaje. Esta interacción social permite entender el discurso que se maneja en los medios audiovisuales y de entretenimiento, una narrativa en donde el uso del humor se configura una nueva significación de la realidad.

CAPÍTULO 1

COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y PARODIA.

1.1 Comunicación.

Etimológicamente viene de la palabra latina *Communis*, traducida significa poner en común algo o entablar una comunidad con el otro o los otros. (Española, 2007), se considera como una actividad inseparable de la naturaleza humana, pues involucra la interacción y la puesta en común de mensajes significativos, mediante distintos canales y medios para influir en el modo de actuar del resto y en la organización y desarrollo de los sistemas sociales.

La comunicación atraviesa todo el entramado social, conformado por los valores, el conocimiento, las ideologías, las tradiciones y las identidades, por lo tanto es un hecho más sociocultural que mecánico. Mediante la comunicación se puede intervenir en las dinámicas sociales, de esta manera se la considera como el espacio en donde los sujetos interactúan produciendo sentido y significados. (Hutcheon, 1992)

Es necesario conocer los elementos que llevan a un proceso comunicativo, según (Prieto, 2012) son: códigos, emisor receptor, medios y recursos, mensaje y referente.

Código: debe entendido como reglas y elaboración de signos, según el contexto social es definido como un conjunto de obligaciones, como resultado representan obligaciones compartidas que permiten la comunicación entre grupos que han tenido una previa formación social.

Emisor: el individuo que realiza este papel no solamente escribe o habla sino que su existencia misma es la que ofrece todos los signos que emite a través de su ropa, sus gestos, la forma en la que camina, las cosas que tiene y los espacios que están alrededor de él, de este modo emitir significa brindar constantemente rasgos culturales.

Para Daniel Prieto, el poder en la fase de emisión se ejecuta de cuatro pasos: el primero es donde se determina la manera en que socialmente los personajes, los objetos, las situaciones y las ideologías se interpretarán; seguidamente se controlan los mecanismos de difusión de los mensajes; posteriormente se configura la “uniacentralidad” del signo, es decir todo queda reducido a un solo significado, que le otorga el emisor dominante. Finalmente se ridiculiza, distorsiona, oculta, trivializa, rechaza a los personajes, objetos, situaciones e ideologías que ofrecen una versión alternativa a la versión que entregó el emisor dominante.

Perceptor: para las personas que ejercen este rol, expresa estar en la capacidad de acumular la información necesaria para contestar eficazmente a todo lo que le rodea. La percepción encamina a la conducta propia. Los medios de comunicación para afianzar sus mensajes acuden al chiste, de esta manera la percepción inmediata garantiza que los individuos han recibido el mensaje de la manera que ellos lo configuraron.

Medios y recursos: son las herramientas a través de las cuales el mensaje alcanza al receptor. Para este autor este mecanismo ha hecho que la comunicación quede reducida a los grupos de poder, por el costo que representa adquirir los instrumentos necesarios para producir un medio de comunicación, las cifras que cita son alarmantes, al referirse que el 80% de los medios están concentrados en pocas manos y privadas. Es así, que surge la comunicación alternativa como respuesta a esta monopolización mediática que solamente reafirma el mensaje que desea mantener, esta otra forma de comunicar emite mensajes con una propuesta diferente a la tradicional.

Mensajes: es un conjunto de signos que a partir de códigos conocidos por el emisor y el receptor se realiza el proceso de transmitir determinada información. Al momento de elaborar un mensaje se debe seleccionar el tema y los destinatarios, es aquí en donde se evidencia la intencionalidad del emisor, es el momento cuando se pretende distorsionar algo para conducir y dirigir la conciencia ajena.

Referente: todo mensaje alude a personas, objetos, situaciones, ideas sean estas reales o imaginarias. Este referente puede ser distorsionado, esto significa que el mensaje está destinado a falsear el problema. Cuando el mensaje solamente presenta algunos aspectos de todo el problema, se denomina parcialización referencial. La baja referencialidad es cuando se presenta solo aspectos superficiales del objeto o problema, y finalmente la alta referencialidad, cuando el mensaje intenta ofrecer una versión lo más cercana posible al problema.

La comunicación es un elemento básico generador de la sociabilidad, es a través de ella que el hombre se nutre y preserva su carácter como ser eminente de convivencia, además de promover la solidaridad social y el espíritu cooperativo entre los grupos. (Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid, 2012)

La comunicación a través de sus elementos que posibilitan el proceso comunicativo, es pensada como el motor generador de las dinámicas sociales, por esto en la “La Danza de los Signos” se explica que todos los seres humanos viven en permanente conexión comunicativa, participan de la vida familiar, comunitaria y pública que exigen el uso el lenguaje hablado, pero también del cuerpo, de las vestimentas, de las expresiones no verbales de la cara, las manos y de otros recursos proxémicos (Zecchetto, 2002), es así que las series animadas en la actualidad pueden concebirse como metáforas que se transforman constantemente por la dinámica que existe en el entorno social, sólo que dentro se muestra a la realidad de una forma que sea entendida con facilidad.

Todas las circunstancias y los eventos que implican la interacción comunitaria son una rica fuente de creatividad de nuevas palabras y signos, como consecuencia de los nuevos códigos que se imponen. “Somos seres dialógicos metidos en una corriente comunicativa social, ya que es en la sociedad donde se construye el lenguaje” (Zecchetto, 2002, pág. 32)

Considerando a los autores antes expuestos, se entiende a la comunicación como una característica propia de los seres humanos, derivada de la actividad mental, del lenguaje y de la relación que se tiene con los otros. Esta interacción social permite entender, a la comunicación en los medios audiovisuales, cómo a través del uso del humor se configura una nueva significación de la realidad. Es por esto que es necesario entender a la comunicación desde el enfoque alternativo que propicia la democracia:

La comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios masivos, interpersonales y mixtos- para asegurar además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría (Beltrán, 2005)

Para complementar lo que expone Beltrán, la comunicación alternativa es una respuesta no autoritaria a la voluntad del cambio social, gracias a ella se conocen las voces de los actores sociales: hombres y mujeres que viven, piensan y sienten, y que buscan ser escuchados. (Flores, 2011). Algunas series animadas, representan un tipo de comunicación alternativa porque mediante el uso del humor, el sonido y la imagen hacen una fuerte crítica a la autoridad, al sistema y a la sociedad cuyo modelo dominante ha pretendido callar muchas voces.

Actualmente, debido al creciente desarrollo de las nuevas tecnologías, la sociedad se sumerge en una nueva era de comunicación alternativa, representada en los nuevos medios de la alternancia y la participación como sitios web, blogs, podcast, foros y chats que entre otros, han abierto el abanico de posibilidades que invitan a participar y formar redes sociales, con el objetivo de fortalecer la conciencia social tan urgente para el contexto en el que se vive.

1.2 Los medios de Comunicación y la Política

Comunicación y Política

Si la comunicación se encuentra en el corazón de la política, si con la comunicación se hace política, sin duda el proceso será una polémica, una lucha política para imponer que el desarrollo de las tecnologías de cada país obedezca a un desarrollo ético- social. (Gerstlé, 2005)

Los inicios de la comunicación política se remontan a los orígenes de la vida civilizada, cuando de los líderes locales, dependía la vida social de las comunidades, desde aquel instante era importante el dominio de las técnicas de transmisión del mensaje, la persuasión utilizada era la que distinguía a los individuos que lograban gobernar a la sociedad. La comunicación que establece el ser humano con la colectividad es un acto público y de orden político, tiene el objetivo de establecer relaciones de poder, por esto se entiende que el ser humano es político por naturaleza y que comunicar es un acto de naturaleza política. (Yanes, 2007).

El arma que utiliza la comunicación política, es la persuasión, ésta le permite convencer a la opinión pública sobre una determinada situación, es por esto que política y persuasión forman un dúo inseparable, porque la comunicación política siempre tiene intencionalidad.

(Yanes, 2007). La intencionalidad de la política siempre es convencer sobre algo en especial, la mayoría de los políticos buscan que los individuos de la sociedad crean en su palabra, para esto utilizan un discurso fuerte que apele a sus más íntimos sentimientos, su lenguaje corporal demuestra seguridad y su voz es lo que afianza lo dicho.

El término que adquirió la comunicación política se debe al rápido desarrollo que los medios de comunicación tuvieron durante el siglo XX. Los medios de comunicación han sido acreedores a calificativos como “agentes políticos”, “grupos de interés”, “grupos de presión o miembros de la élite política”. Los medios de comunicación son verdaderos agentes de poder y tienen un rango que se acerca al propio de las instituciones políticas. (Canel, 2006).

Es por esto que los medios de comunicación son considerados como el cuarto poder, después de los oficiales como el ejecutivo, legislativo y judicial. Es tal la influencia que tienen los medios, que se han convertido en verdaderos grupos que determinan el destino político de un país. Por tanto la mayoría de políticos mantienen buenas relaciones con los medios para evitar el desprestigio y la pérdida de simpatía de los votantes.

La comunicación política pretende movilizar a la ciudadanía para ganar las “batallas por la significación” según (Rincón, 2004) sobre lo que es y debería ser lo que llaman como “buen orden”, descansa en una planificada política de la imagen. Se trata de un discurso político y una política comunicativa que mezcla agentes y escenarios clásicos de la representación política con otros agentes, discursos y espacios al margen del juego político, produciéndose así una interfaz entre el tradicional discurso político y los discursos y géneros provenientes del periodismo y el entretenimiento. (Rincón, 2004)

Si bien es cierto que la comunicación política tiene como intención movilizar a la ciudadanía, esto no ha sido aplicado, ya que los medios de comunicación se han apoderado de la política para presentarla a la audiencia desde otra perspectiva, haciéndolos espectadores con una nula capacidad crítica. “Incitar a sus destinatarios a adherir a las opciones políticas que se les proponen a través de discursos, las formas y las estrategias de los partidos, de los actores de la vida política e institucional” (Lamizet, 1997, p. 160)

Para (Rincón, 2004) se debe cuestionar el papel que desempeñan los medios de comunicación en la forma de hacer política, como en las luchas materiales y simbólicas

por el poder de otorgar sentido al orden social. Dice que “Los medios de comunicación son el nuevo lugar de la política y el nuevo escenario de la economía”. Sin embargo, los medios tradicionales de comunicación como la televisión, dejaron de ser el escenario para debatir, convencer y evidenciar las diferencias entre los candidatos, para ser el espacio en donde los políticos hacen visibles sus gustos personales, su vida privada y los problemas que giran en torno a ella, la política ha quedado reducida a un espectáculo de farándula.

La televisión empobrece el debate político en cuanto destrona los llamados líderes intermedios de opinión como autoridades cognitivas para la argumentación social; convierte a la política en el reino de los sondeos de opinión, los referendos, las estadísticas que reflejan las voces débiles y volátiles más no representativas de la sociedad; privilegia las campañas políticas basadas en el ataque, la excentricidad y la agresividad. A esta forma de hacer la política se le denomina videopolítica (Sartori, 1998)

De tal manera la política es un servicio que se promociona por los medios, especialmente la televisión como lo indica Sartori, siendo el candidato el producto a vender, este debe ofrecer beneficios, tener una identidad, una marca y un estilo de vida manifiesto para que los electores puedan formar parte con su voto. Quienes eligen serían los consumidores, así se conformaría la cadena de consumo: producto-imagen-individuo, el candidato ya no consta como persona que lucha por intereses colectivos, sino que ahora el producto en el que se ha convertido debe tener una marca que sea reconocida y sobre todo vendida. La política mediática es una constante lucha por resaltar lo positivo del candidato o producto y minimizar sus fallas, con el objetivo de ganar las elecciones, en el olvido quedó que la política es el arte de servir a los demás, ahora es el arte de vender al candidato.

El fenómeno de la “videopolítica” o “massmediatización de la política” se entiende como el proceso en y por el cual los medios de comunicación, preferentemente los que

emplean tecnología audiovisual e informática imponen de manera creciente su lógica en la construcción de la realidad política, proceso mediante el cual los medios de comunicación y las tecnologías audiovisuales se constituyen en actores, escenarios y dispositivos fundamentales de la producción, circulación y recepción de palabra política, pero no sólo en términos de su “amplificación”, sino como nuevos circuitos de almacenamiento y flujos informativos que intervienen con sus lenguajes y estéticas en la producción de sentido político. (Rincón, 2004).

Es importante reconocer el papel que tiene la comunicación política dentro de la configuración de una sociedad, la formación social determina la manera en la que un país articula sus instancias económicas, políticas e ideológicas en el marco de un específico modo de producción dominante y las relaciones sociales que de él se derivan. La previa formación social es el resultado de convencionalismos que permiten vivir en la forma en la se acostumbra, en donde el poder político de los medios tiene gran peso sobre las demás instancias de la sociedad, a partir de ésta, es que funciona la economía y la religión.

Para este autor los resultados están a la vista, la influencia que tienen los medios de comunicación es evidente, por ejemplo la televisión tiene una fuerte incidencia económica, política e ideológica. Este medio difunde constantemente estereotipos para conservar a la gente dentro de los más bajos niveles de interpretación de la realidad. Las instituciones como la Iglesia, el Estado, entre otras son quienes hacen posible la manera en que se establecen los códigos de relación y la forma en que estos fijan la conducta humana. De hecho, esta es la piedra angular del esquema tradicional de comunicación.

Las personas se convierten en emisores dentro de situaciones, tensiones y relaciones sociales y de poder, brevemente el emisor se encuentra en dichas relaciones sociales de la que es parte vivencial. Es evidente entonces, que uno es emisor, para poder fortalecer la vida cotidiana actual o para tratar de transformarla en lo que tiene de negativo, para Prieto, el emisor toma una posición firme dentro de las relaciones sociales a partir de una previa formación social. Es por esto, que el autor afirma tajantemente que quienes

trabajan en los grandes medios de comunicación o los llamados de difusión son los únicos transformadores o reforzadores de la vida cotidiana.

En tal sentido, un proceso de comunicación no puede ser entendido sin conocer los conceptos de formación social y el marco referencial del cual se desprenden. A la comunicación política se la entiende como el enfrentamiento de mensajes, porque es un espacio en el que se enfrentan ideologías a través de discursos persuasivos. Para (Canel, 2006) existen 6 formas de actuar en la comunicación política:

- a) **Acción teleológica:** se refiere a la acción que ha sido previamente planificada a través de cálculos y estrategias para conseguir llevar a cabo objetivos. Esta acción se ve representada en la intención con la que comunican algo, por ejemplo se comunica para conseguir que los demás acepten una nueva medida económica, etc.
- b) **Acción axiológica:** los protagonistas están guiados por valores, normas y criterios éticos, la comunicación política genera nuevos valores y se la realiza dentro de un marco de valores morales y sociales previamente establecidos y consensuados.
- c) **Acción afectiva:** utiliza recursos de carácter psicológico para transformar las conductas de los receptores, se apelan a las emociones, es por esto que los candidatos o productos, como se lo denominó anteriormente, dejan ver su vida privada al resto para que todos sepan que ellos también son “seres cotidianos”, como resultado la comunicación política modifica comportamientos.
- d) **Acción rutinaria:** no existe una reflexión sobre el sentido y las consecuencias de las conductas de la comunicación política, se basa en la inercia con la que se ejecutan acciones comunicativas.
- e) **Acción dramatúrgica:** lo que se muestra en “escena” es teatro, la política mediatizada saca a relucir las emociones, pensamientos y sentimientos de los

políticos, entonces actores y espectadores forman parte del drama que se ha diseñado. Como toda obra de teatro se debe tener un espacio destinado a llevar a cabo la obra, es así que los despachos, las casas presidenciales, los palacios legislativos y demás edificios gubernamentales son los terrenos dramáticos. Como personajes existen los héroes, los vencedores y los vencidos, los leales, los enemigos, etc.

- f) **Acción comunicativa:** el político busca la manera en que el mensaje que desea transmitir sea aceptado por los ciudadanos, si tiene que informar sobre alguna decisión importante y que ponga en peligro algún aspecto, debe primero informar los motivos que le llevaron a tomar tal medida. De esta manera se llega a un consenso y aceptación de la población.

Las acciones que predominan en la comunicación política son el dramático y el comunicativo, poseen todos los atributos de las acciones: el medio, el fin, el valor, la consecuencia, la autorepresentación y la intercomprensión.

1.3 Narrativa de la política

Todo acto que se realiza en el diario vivir comunica, siempre los seres humanos están enviando señales, entendidas como sentimientos, ideas y emociones. Como se mencionó anteriormente, los políticos son un producto y cuando se refiere a ellos y a su marca se habla del quién y cuándo se habla de la narrativa se habla del qué, es decir del fondo del asunto. La narrativa pone en evidencia a la marca política a través de las palabras emitidas, de los textos escritos, de los slogans, el tono de voz, el vestuario, los gestos y el espacio que ocupa.

“El gran desafío de la narrativa de la marca es presentar de la manera más eficaz, la promesa de la marca. Con argumentos se conquista la mente, con historias se conquista el corazón, los argumentos intervienen sobre la necesidad, las historias sobre el deseo, y el voto”. (Weinsteiner, 2010, pág. 5) Ahora no se denomina al político como un sujeto

con criterio propio, sino como una marca, la misma que debe conseguir el mayor número de simpatizantes que consoliden a este producto, atrás quedaron las palabras, el discurso que hacía que la gente crea y confíe en los políticos, con eso se conquistaba la mente de las personas, en cambio al promocionar a la marca con sus historias personales e íntimas, se conquista los sentimientos, aduciendo a sus sentimientos, anulando su capacidad para criticar.

Para (Weinsteiner, 2010), la narrativa política está en la obligación de mostrar las realidades y los escenarios, debe construir valores y sentidos simbólicos, crea realidad, la define, y la explica. Los componentes de la narrativa política son los siguientes:

- a) **Mensaje:** tiene una fuerte carga emocional, debe llegar a los sentimientos de la gente, debe ser claro y conciso, no debe llegar solamente a un segmento social sino a varios, para buscar posicionamiento en el debate público y una permanencia en la agenda política. La eficacia del mensaje depende de su alineación con la promesa inicial, promover valores, tener palabras potentes y adecuadas, su visualidad debe tener colores homogéneos y que resalten los valores cívicos.
- b) **Conflicto:** es el punto de interés en la narrativa, a través de una dificultad es que se genera ansiedad, tensión e incertidumbre. Como en todo conflicto siempre tienen que existir personajes que lo resuelvan, en este caso el protagonista se enfrenta al antagonista para poder resolver el problema. Todo conflicto tiene la intencionalidad el emisor.
- c) **Personajes:** en la narrativa intervienen una gama de personajes que permiten darle vitalidad al drama político del que se hablaba anteriormente, las características psicológicas de los personajes es que permite el involucramiento emocional.
- d) **Trama:** es la estructura de la narrativa, la sucesión de eventos.

- **Introducción:** en esta parte se dan a conocer los escenarios, personajes, tiempo y ambientes en donde se va a desarrollar la historia.
- **Desarrollo:** aquí es donde se despliega el conflicto, es la parte que más interés genera en este drama de la política.
- **Desenlace:** finalmente se resuelve el conflicto, donde los políticos protagonistas son quienes terminan como héroes salvadores y sus adversarios o antagonistas, pierden.

1.4 El humor

1.4.1 El humor político y la mirada crítica

La palabra humor viene del latín *humor, humoris*, que significa humedad, líquido, propiamente del agua que recubre la tierra. Debido a la etimología de esta palabra, los antiguos griegos afirmaban que el cuerpo humano estaba compuesto por cuatro líquidos, que eran: sangre (aire), bilis amarilla (fuego), bilis negra (tierra) y flema (agua), que estas sustancias estén bien equilibradas representaba un balance en la salud y por lo tanto esa persona estaba de “buen humor”. (Barale, 2007)

Encontrar un significado exacto para la palabra humor, requiere de un consenso general, por decirlo casi imposible debido a que este concepto depende las realidades socio políticas, económicas, culturales, religiosas e ideológicas de cada sociedad. Lo que es certero es que el humor es inherente con el pensamiento humano, como dice (Hernández, 2012, pág. 35), “sin pensamiento no hay humor”.

Los griegos quienes acuñaron este término, lo utilizaban sobre todo en la comedia antigua, en donde sus chistes giraban en torno al sexo y utilizaban un vocabulario totalmente desinhibido, algunos ciudadanos eran ridiculizados hasta el propio Sócrates,

en la comedia *Nubes de Aristófanes*. Ni los dioses se escapaban de la burla, encontraron en la comedia la plataforma perfecta para criticar a la sociedad de aquella época. (Hernández, 2012). Entendiendo esto, el humor no distingue clases sociales, edad, sexo e ideología, es una manera de manifestarse en contra del sistema, algunas series animadas utilizan el humor como un medio para poner en manifiesto su rechazo hacia la sociedad en la que se vive y en contra de quienes la dirigen.

Para (Aiello, 2008) el humor no es un elemento inmutable, sino un campo problemático cambiante, un sistema dinámico relacional que depende de los sujetos, sus esferas de acción y sus valores. Entendiendo al humor como un acto social, un modo de contar la realidad. Es una herramienta que sirve para interpretar y de algún modo incidir en el escenario social, lo que comprende a las prácticas culturales y las actuaciones de poder. En el humor, lo importante es la relación que mantiene el sujeto con su enunciado, ya que esto es lo que permite interpretar el mismo sentido. “El humor surge del pueblo con carácter de crítica, con ansias de reforma y de denuncia de injusticias, es por ello, corrosivo con la sociedad.” (Hernández, 2012, pág. 36)

Reírse de la realidad no significa disminuir su gravedad. Al contrario: son asuntos que el humor exhibe ante la mirada desinteresada de sociedades y dirigentes. El humor hace abrir los ojos y, a menudo, es el recurso más eficaz para que la gente tome conciencia de imperdonables errores producidos por los políticos, líderes mundiales y celebridades. Lamentablemente vivimos en una sociedad en dónde el fútbol y el mundo de la farándula son más importantes que los acontecimientos políticos, que definen el futuro de nuestros países.

Los dibujos animados, son un soporte gráfico, que de forma amena y entretenida llevan a tomar conciencia sobre temas de política nacional y mundial, muchas personas conocen el nombre de sus presidentes y líderes mundiales gracias a que han aparecido en estas series.

El humor político opera de manera directa a través de las caricaturas de los políticos o politizado por medio de las críticas a sus comportamientos. De esta manera, siempre es un canal de ataque contra las autoridades e instituciones ya sea denunciándola, juzgándola o analizándola en su accionar cotidiano. No siempre se expresa de forma cómica para provocar la risa, muchas veces se vale de un lenguaje serio que conduce al lector hacia la reflexión. (Aiello, 2008)

De tal modo que la audiencia capte el mensaje, muchas veces manteniendo el mismo vocabulario empleado por los políticos, con las escenas presentadas en algunas series animadas muchos receptores son conducidos a la reflexión, con el uso del humor el mensaje llega rápidamente, de esta manera se entiende lo acontecido y se genera la crítica de quien mira las series.

1.5 Recursos y técnicas del humor

Entre los recursos que más utiliza el humor están la ironía y la parodia.

1.5.1 Ironía.

Según el Diccionario Manual de la Lengua Española (2007) define a la ironía como el “modo de expresión o figura retórica que consiste en decir lo contrario de lo que se quiere dar a entender, empleando un tono, una gesticulación o unas palabras que insinúan la interpretación que debe hacerse. Tono burlón que se utiliza en este modo de expresión”.

Esta herramienta, enuncia lo que debería ser cuando expresa otra cosa, es decir se produce una contradicción entre lo que se dice y lo que realmente se quiere transmitir. Es importante tomar en cuenta que las personas que intervienen en la ironía deben compartir el mismo mundo de significados, compartir el mismo contexto, para que la finalidad de esta herramienta sea cumplida, caso contrario no se podría entender. La ironía requiere de un trato elegante e ingenioso, si ésta es utilizada de manera cruel o amarga se estaría hablando de sarcasmo.

Los teóricos de la ironía están de acuerdo, en que un texto irónico debe ser leído más allá del texto que ha sido presentado, es así que se puede encontrar cuál es la intención evaluativa del autor. (Hutcheon, Ironía, sátira y parodia. Una aproximación pragmática a la ironía., 1992, p. 175). La autora se refiere que para poder encontrar el intertexto que se produce a través del uso de la parodia, es necesario realizar un proceso cognitivo que permita descifrar la evaluación que se está haciendo sobre el objeto o sujeto, es decir el texto paralelo que se está generando.

La función pragmática de la ironía radica en realizar una evaluación sobre lo que se está diciendo, en este caso siempre será ofensivo; el ironista siempre se presentará con alabanzas, que disfrazan sus intenciones negativas. (Hutcheon, Ironía, sátira y parodia. Una aproximación pragmática a la ironía., 1992, p. 176) La persona que hace uso de la ironía, previamente realiza un análisis de la persona u objeto que será ironizado, posteriormente destacará sus aspectos negativos, que serán transmitidos como elogios, para que el receptor se quede en el limbo de lo verdadero o falso, pues con la ironía no se sabe a ciencia cierta lo que el emisor quiere decir.

1.5.2 Parodia.

Es una interpretación cómica de lo serio, un enfoque nuevo, subversivo y ridiculizador de lo tradicional, lo convencional, lo topicalizado. A la vez, la parodia nace del afán de originalidad del parodista, de su deseo de encontrar su propio camino artístico, conculcando las preceptivas, negando la autoridad avasalladora de sus predecesores, ridiculizando los modelos consagrados (Ivanov, 2006)

La parodia surge como una herramienta transgresora que utiliza el humor para romper con lo establecido, con los modelos que han sido divinizados, idealizados, negando todo tipo de autoridad, rompe límites, esquemas, es creadora de otra visión, de un mundo que sólo es posible con la interpretación cómica de lo formal. Según (Hutcheon, 1992) este dispositivo del humor, tiene su origen etimológico en “odos” que significa canto, su

objetivo es provocar un efecto cómico denigrante, para contradecir esta definición (Alesso, 2000) dice que la parodia desde sus inicios no tiene ninguna relación con lo cómico, se refiere a la nueva crítica que se hace desde el texto de fondo hacia el texto nuevo.

Si bien es cierto que las dos autoras se contradicen, a la vez combinan dos elementos que son clave para el posterior análisis, puesto que la lectura del texto de fondo es lo que se realizará y también se generará uno nuevo, a través del uso de la parodia que ha sido representada con un humor que critica y denigra. (Alesso, 2000) Señala que para identificar si un texto es paródico, existe un acuerdo estratégico en donde interviene en primer lugar la intención del autor y la posterior interpretación del lector, según lo que se ha mencionado sobre la comunicación, en este proceso cognitivo de descifrar, interviene la subjetividad del receptor, sus emociones juegan un papel muy importante y determinarán el resultado final de la interpretación.

Para (Arias, 2009) la parodia es un contra discurso, se asocia generalmente a lo cómico por la ridiculización que se hace del objeto o sujeto parodiado. Cuando se toma un asunto serio o un discurso que sea oficial se lo reescribe en un lenguaje coloquial, tomando elementos que para la audiencia resulten familiares. En el momento en el que se vaya hacer uso de la parodia, se debe buscar un discurso oficial que cause furor en un determinado contexto, para exagerar las acciones de los objetos y sujetos, usando un lenguaje que para la audiencia resulte familiar y así hacer llegar el mensaje, o la intención del parodiador para cumplir con su finalidad, reírse de lo que ha sucedido a través de la crítica humorística.

En conclusión, las series animadas muestran una narrativa que se convierte en una metáfora de la realidad y en la cual, son relevantes varios aspectos del lenguaje visual, pero en particular el contexto y la cultura en el que se desarrollan o incluso en los que son vistos, es así como diría Habermas (1999, p.105-106)

La tradición cultural tiene que poner a disposición de los agentes los conceptos formales de un mundo objetivo, mundo social y mundo subjetivo, tiene que permitir pretensiones de validez diferenciadas (verdad proposicional, rectitud normativa, veracidad subjetiva) e incitar a la correspondiente diferenciación de actitudes básicas (objetivante, de conformidad / no conformidad con las normas, y expresiva). Sólo entonces pueden generarse manifestaciones simbólicas a nivel formal que pueden quedar sistemáticamente conectadas con razones y ser accesibles a un enjuiciamiento objetivo

CAPÍTULO 2

2.1 Teoría de la Imagen

La Teoría de la Imagen, manifiesta que toda imagen es una selección de la realidad. Toda imagen está compuesta por elementos agrupados en estructuras de representación. Estas estructuras de representación están organizadas según un criterio de orden. No somos capaces de pensar en algo que no hayamos visto (Villafañe, 1996, pág. 70)

De este modo la teoría de la imagen permite el estudio de las imitaciones de la realidad a través de estructuras que clasifican el grado de representación; la imagen al ser una imitación del contexto en el que se vive, siempre tendrá una fuerte carga subjetiva, de este modo la interpretación de las imágenes por los seres humanos, no se las realizará del mismo modo. Para entender en qué consiste la Teoría de la Imagen, es necesario conocer cada uno de los elementos estructurales que la conforman:

Signo: Para Peirce, el signo es una expresión de la mente, la cual permite conocer los objetos que existen en la realidad, ya que es algo que está en lugar de otra cosa. El signo al ser una representación y cuya interpretación varía según la subjetividad de las personas, necesita que a través de convenciones sociales se establezca el significado general de la mayoría de los signos, de este modo lo que desea simbolizar debe ser entendido por todos. El autor sostiene que los signos envían a otro signo, es decir se vive en una constante de transición de significados. (Merrell, 1998) El signo consta de tres componentes: objeto, representante e interpretante.

- **Objeto:** Se puede acceder a una parte de la realidad en la que se vive a través del signo, Peirce recalca que para considerar a algo como un signo es importante que represente a una cosa, este algo obtiene el nombre de objeto.
- **Representante:** Consiste en los aspectos que componen al objeto, jamás se conocerá al objeto completamente, cabe recalcar que los seres humanos

conocemos el denominado mundo real a través del complejo sistema simbólico, que se ha desarrollado a través de convenciones sociales.

- **Interpretante:** El signo que ha sido representado reproduce otra representación, es decir que depende de la subjetividad de los seres humanos el interpretar el significado que se le ha otorgado al nuevo elemento. Por ejemplo, cuando se escucha la palabra “manzana” todos los receptores han entendido que se trata de una fruta, más en la interpretación es cuando depende de cada uno, alguna persona se imagina una manzana roja, otra una verde, una más grande, más pequeña; el interpretante realiza este proceso mental porque previamente ha adquirido los conocimientos suficientes dentro del contexto en el que habita.

Son consideradas entidades mentales, el representante y el interpretante, no son objetos que existan en la realidad, no se los puede ver ni tocar, son acciones mentales que realizan los seres humanos a través de una decodificación de signos, con el objetivo de comprender el entorno. (Merrell, 1998)

2.1.1 Estructurando el lenguaje visual

Los seres humanos desde el inicio han utilizado el lenguaje para comunicarse, debe entenderse que el mismo no significa exclusivamente el intercambio de sonidos y palabras sino también lo que se llama lenguaje visual, el mismo que consiste en imágenes. Los antepasados plasmaban la cotidianidad de sus vidas a través de dibujos, en toda clase de soporte como pieles de animales, piedras, cuevas y en un incipiente tipo de papel. La evolución de los hombres y el uso de la tecnología han permitido desarrollar un lenguaje visual más complejo.

Este tipo de lenguaje ha sido representado en diferentes formas como el cómic, la fotografía, el cine, la televisión, los dibujos, las nuevas tecnologías digitales y el diseño. Gracias al uso de la tecnología, los medios de comunicación tradicionales como la radio, el periódico y la televisión se han convertido en uno solo, permitiendo así expandir las

posibilidades infinitas que brinda el mundo del lenguaje visual, no por nada ha perdurado por muchos años, la frase “una imagen vale más que mil palabras”.

El intercambio de mensajes a través de imágenes se lo realiza a través de la comunicación visual, en donde el emisor y el receptor deben conocer los códigos enviados. En este proceso de la comunicación visual, el emisor es quien produce la imagen a través de información gráfica y el espectador es quien recoge lo emitido para posteriormente decodificarla. Ampliar nuestra capacidad de observar, es ampliar también las posibilidades de entender el mensaje visual, pero aún más importante es producirlo. (Caivano, 2005)

2.1.2 Elementos de la comunicación visual:

Son la realidad y la imagen, la primera constituye todo lo que existe en verdad, mientras que el segundo elemento es una forma elaborada a través del uso del lenguaje visual. El emisor para empezar el proceso de la comunicación visual, fabrica una imagen que reemplaza a la realidad, con el objetivo de otorgarle un nuevo significado cargado de percepción personal. El receptor, llamado espectador en este proceso, recibe la imagen construida y asocia con todo lo que él conoce, todo este ciclo es una composición de experiencias colectivas que han sido representadas a través de un soporte físico tecnológico y digital. (Hill, 2014)

2.1.3 El signo visual:

Es aquella abstracción mental de la realidad que ha sido representada a través de varios soportes físicos, por ejemplo el papel, las paredes, las piedras, en digital, entre otros. Peirce divide a los signos visuales en temporales y atemporales, estos a su vez se dividen en colores, texturas y formas, con la única diferencia que los temporales se segmentan también en movimientos. (Caivano, 2005).

Este signo visual posee algunas características, una es la percepción, la misma que permite entender su significado y sobre todo la forma en la que los receptores realizan la posterior interpretación a través de la interacción social dentro del contexto en el que se desarrollan; otra es la polisemia, se estructura a través de un lenguaje complejo y este signo visual puede ser percibido de diferentes maneras: por otro lado también está presente la mutabilidad o llamada a su vez pluralidad, como se puede entender el lenguaje visual está sujeto a la interpretación diversa de sus receptores, debido a la amplias culturas de las que son parte. Al mismo tiempo la ley de claridad, afirma que los receptores tienden a entender el signo visual mientras más regulares, homogéneas, equilibradas y simples sean las formas.

Del mismo modo para construir el signo visual, existe un análisis triple, del que se deriva el análisis sintáctico, en donde se debe examinar las formas, los colores y las relaciones, continuando también el análisis semántico establece la relación con los significados que emana el signo y finalmente el análisis pragmático en donde se reconoce la identificación que hace el receptor y la función que ejecuta el signo visual. (Merrell, 1998)

Pierce divide el signo visual en tres tipos:

- **Índice**, este signo mantiene una cercanía con la realidad a la que va a representar.
- **Ícono**. Su parecido con la realidad es mayor.
- **Símbolo** (legisignos): es una convención social que guarda menor relación con la realidad.

2.1.4 Iconicidad:

Pierce ha denominado al icono como un signo visual, que guarda semejanza con su significante. Según (Fotonostira , 2011) se refiere al grado de mayor similitud entre una imagen y lo que ésta representa. El concepto de iconicidad se refiere a la velocidad y facilidad para identificar algo a través de su representación icónica. Lo contrario de iconicidad es el grado de abstracción: cuanto más abstracto es un signo en relación con

lo que representa, menos icónico es. De esta manera el autor organiza una escala de iconicidad, en la que consta la semejanza, la maqueta, diagrama y carácter.

2.1.4.1 Grados de iconicidad:

- **Abstracto:** se refiere cuando el signo no tiene relación cercana con la realidad.

Figura 1



www.digitalhdphotos.com

- **Esquema arbitrario:** este signo ha sido establecido por las convenciones sociales, guarda una relación parcial con la realidad.

Figura 2



isabell-allegorein.blogspot.com

- **Esquemas motivados:** lo que se ve representado, ha sido modificado para que el receptor entienda de mejor manera.

Figura 3



www.ku30.net

- **Pictogramas:** este signo es abstracto, guarda una estrecha relación con la idea inicial con la que fue diseñado.

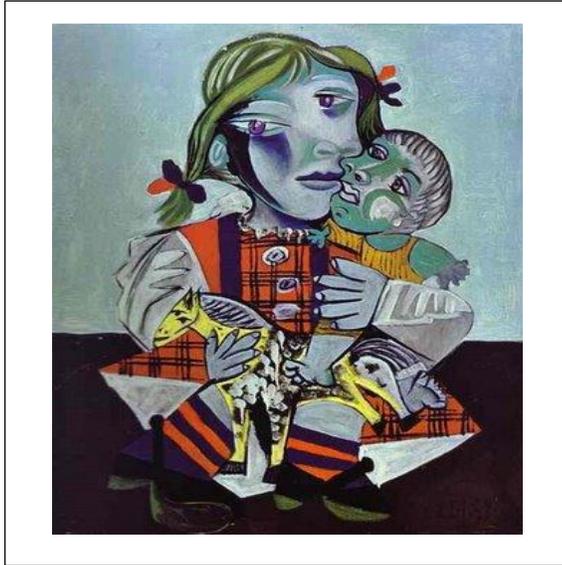
Figura 4



www.behance.net

- **Pintura no realista:** no tiene una semejanza con la realidad, sin embargo se puede reconocer al objeto.

Figura 5



chelouve.wordpress.com

- **Pintura realista:** Como su nombre lo indica, se ha trabajado de manera que la realidad y la pintura no tengan mucha diferencia.

Figura 6



www.justart-e.com

- **Fotografía en blanco y negro:** el sujeto fotografiado ha sido plasmado en una gama de grises.

Figura 7



www.grandes-artistas.com

- **Imagen a color:** la fotografía a color guarda una estrecha relación con el sujeto captado.

Figura 8



huellaspyp.com

- **Hologramas:** estos son los signos que han sido modelados en tercera dimensión, su definición es menor.

Figura 9



www.omotio.com

- **Modelos en tercera escala:** un claro ejemplo de este grado de iconicidad son las estatuas que buscan mostrar la realidad.

Figura 10



www.rutasymapas.com

- **Imagen real:** es el sujeto mismo, no otra representación en cualquier formato o soporte, el nivel de iconicidad es perfecto.

Después de analizar los grados de iconicidad es imperativo conocer los códigos que se producen para realizar el proceso comunicativo, iniciado con la selección de la imagen, dicho transcurso ha sido abstraído previamente por la mente humana, en la que el contexto social tiene gran incidencia.

2.2 La imagen, códigos y contextos:

La imagen es considerada como la figura de una persona o cosa captada por el ojo, un espejo, un aparato, entre otros, ya que gracias a la luz solar a la que es expuesta proyecta la representación asignada. Complementando a esta definición que ubica a la imagen como una representación visual, también se puede decir que esta es una representación mental sobre un objeto o una situación, tal es el caso de la lingüística que ubica la imagen como una sensación o una idea que ha sido generada por una vivencia. Sobre la base del concepto de imagen es necesario conocer su clasificación, desde el material con el que se crea, su disponibilidad, estructura, tiempo, destinatarios y finalidad. (Mitchell, 2009)

El uso de la imagen requiere un sin número de implicaciones, debido a la multiplicidad cultural que existe en el mundo, para que las personas puedan entenderlos es necesario tener un conocimiento común, es decir que compartan el mismo código y el contexto. Cuando se vaya a crear o a transformar una imagen es necesario tomar en cuenta los códigos, puesto que si se presenta una imagen a la audiencia con códigos desconocidos es muy probable que el mensaje no sea recibido y no se logre transmitir lo deseado.

2.2.1 Clasificación de la imagen (Hill, 2014)

Material

1. Soporte:

- modelado (imagen se produce con la misma materia)
- adición (creación de la imagen uniendo una materia con otra)
- registro (modificación sin influencia directa del medio)
- síntesis (imagen que se crea por una síntesis de rayos de luz)

2. Proceso:

- autógrafas (hechas por el autor)
- alógrafas (hechas por una industria, son elaboradas en serie)

3. Disponibilidad:

- Actualizada (se observa en el momento en que se desea)
- Actualizable (para asemejarse a la fotografía pasa por un proceso de actualización)
- Intermedia o progresiva (no se puede crear una imagen completa sin llegar hasta el final)

Estructural:

1. Según el espacio:

- Según la dinámica objetiva de la imagen (fija o móvil)
- Según la representación de la tercera dimensión (plana o estereoscópica)

2. Según el tiempo:

- Aisladas (simultaneidad de todos los elementos)

- Secuencial (estática o dinámica)
- Pragmática (experiencias del sujeto)

3. Según la finalidad:

- Función expresiva
- Funcional (conativa, distinción, persuasión, diversión)

4. Según la apropiabilidad:

- Pública
- Privada

5. Según el destinatario:

- Individuo
- Masa

2.2.2 Las funciones de la imagen:

1. **Simbólica:** son imágenes que parten de un concepto, son representaciones convencionales dentro de un acuerdo social.
2. **Representativa:** Requiere de la abstracción de la mente humana, sustituye a la realidad de manera parcial, el individuo que la abstrae está dentro de un cosmos natural del cual es inmanente.
3. **Convencional:** Los signos son arbitrarios, reemplazan a la realidad sin expresar las características que lo constituyen.

2.2.3 Funciones pragmáticas de la imagen:

1. **Función de descripción:** es la que define, le ayuda a dar sentido y utilidad al signo, cuando este se encuentra dentro de un contexto netamente visual.

La función descriptiva es parte de un minucioso análisis de objetos, signos y colores que conforman el todo de lo que se observa.

- 2. Función artística:** esta función parte de la significación estética que debe tener una imagen al ser presentada a su grupo focal. Para poder cumplir con esta función se debe tomar en cuenta varios criterios, que en su espacio deben compilar las exigencias del producto, para después ser modificada a lo que su contexto requiere.

La imagen permite realizar comparaciones entre diferentes realidades, personajes, situaciones y exhortar aspectos importantes de las mismas. Por la expresividad que representan en los receptores pueden generar emociones negativas o positivas, como por ejemplo alegría, tristeza, rechazo, alivio, consuelo, asco, etc. “La imagen constituye uno de los fenómenos culturales más importantes del entorno humano y cumple diferentes funciones en relación directa con las normas sociales, políticas, culturales o económicas de una sociedad.” (Hill, 2014, pág. 12)

Las funciones que cumple la imagen son de vital importancia para todos aquellos que buscan manipular a la sociedad, el buen uso de la misma permitirá que el mensaje que se desea transmitir sea bien recibido, entendido y afianzado, los políticos son quienes mejor uso hacen, por lo tanto los comunicadores alternativos como los dibujantes de las series animadas, utilizan el soporte visual para contra atacar la invasión social de los políticos y criticarlos añadiendo el humor.

El creador de una imagen representa o interpreta algo que no está presente y que va a transmitir una serie de sensaciones concretas, pero es el espectador quien le atribuye una serie de significados concretos, que pueden o no estar relacionados con la finalidad de su realizador.
(Mitchell, 2009)

Tal es el caso de los creadores de las series animadas, muchas de ellas enfocadas a entretener al público y otras como South Park y Los Simpson, que realizan una parodia

de la política, buscando que la audiencia además de reírse tome una postura crítica frente a las acciones realizadas por los políticos y los líderes mundiales. Sin embargo la audiencia es quien decide qué significado le da a lo que está mirando, no por nada se vierten opiniones negativas en contra de estos dos dibujos, tildándolos de ofensivos, grotescos y muchas veces como inmorales.

2.3 Aspectos denotativos y connotativos de las imágenes

Todas las imágenes tienen dos aspectos de análisis, el denotativo y el connotativo, el primero se basa en la lectura de los aspectos objetivos, de aquellas características que se pueden observar de la imagen, mientras que el segundo permite el análisis subjetivo, que incluye la percepción personal en donde el contexto juega un papel importante. (Mitchell, 2009)

- **Denotativo:** Es el análisis de lo que se puede observar a primera vista, es decir la observación del significante, lo que muestra la imagen, en este aspecto los receptores van a coincidir porque sus ojos les transmiten lo que se está proyectando.
- **Connotativo:** Se hace referencia al significado, es aquí en donde los receptores no van a estar de acuerdo, puesto que el análisis lo realiza cada persona y lo que será interpretado pasa por un filtro emocional, mediado por la realidad en la que habita.

Todas las imágenes permitirán al espectador hacer una conexión con sus propias emociones, con lo que han vivido, para que se pueda pasar del análisis denotativo (significante) al análisis connotativo (significado), es en este aspecto en donde los receptores generan nuevos significados y como afirmaba Peirce, un signo remite a otro, por lo tanto se encuentra en una constante sucesión de significados.

2.4 Análisis de imágenes:

Lectura objetiva:

Para realizar el análisis de la imagen, se la debe diseccionar, abrirla en partes, que permitan fijarse en lo que se muestra y a su vez encontrar aspectos que no están presentes a primera vista, debido a este complejo proceso de interpretación es que se pueda llegar a la cadena interminable de significados. (Hill, 2014)

- **Contemplación:** Una vez observada la imagen, es necesario volver a mirarla, pues como su nombre lo indica es necesario contemplar hasta el más mínimo detalle de lo que ha sido puesto a disposición de los receptores.
- **Identificación:** Después de contemplarla, se debe identificar quién es el autor de la imagen, la trayectoria, el título, las dimensiones y en donde se la localiza.
- **Clasificación de la imagen:** Se refiere a determinar en qué soporte fue elaborada la imagen, entendiéndose si es bidimensional o tridimensional, también clasificar la escala de iconicidad y la función que cumple.
- **Descripción de objetos y personajes:** Precisar los elementos que conforman la imagen, el espacio en donde se ha establecido y las acciones que en ella se realizan.

Análisis subjetivo:

Los receptores son los encargados de decodificar la imagen que se le ha sido proyectada, se debe hacer hincapié en que esta interpretación se ve sesgada por las emociones y las experiencias que ha vivido; se analiza iconográficamente en los siguientes segmentos:

- **Elemento de significación:** Se debe delimitar el elemento más importante que permita encontrar el significado de la imagen.
- **Elementos narrativos:** En este segmento se describen los significados de cada uno de los elementos que conforman la imagen.
- **Herramientas del lenguaje visual:** Se trata de especificar los colores, las formas, texturas y la prosémica de la imagen, en esta parte se definen los planos.

2.5 La imagen animada

La palabra animación proviene del latín “*anima*” que quiere decir alma, entonces la animación consiste en darle alma o a un objeto que no la tiene, (Wells, 2007) tal es el caso de los dibujos animados, en donde seres inertes cobran vida, interpretando un sin número de acciones en diversas situaciones. Es así que la imagen animada se constituye como una sucesión de imágenes estáticas, sin importar el material del cual provengan, sea este la fotografía, la plastilina, los dibujos hechos en cualquier soporte, entre otros. Esta continuación de imágenes se las realiza a través de la posición de los fotogramas que simulan movimiento, son ubicados alrededor de 24 fotogramas por segundo. (Wells, 2007)

Para ilustrar lo enunciado, el inglés Peter Mark Roget, en 1824 descubre “*El principio de la persistencia de visión*”, en donde establece que todo movimiento se podía descomponer en una secuencia de imágenes fijas; es por esto que el cerebro no identifica que las imágenes están por separado debido a la rapidez por la que están siendo transmitidas. Se debe exagerar las leyes de la gravedad para conseguir que un dibujo logre la animación requerida, para esto se ejecutan tres etapas del movimiento: (Hill, 2014)

- **Anticipación:** El espectador conoce previamente que se va a realizar un movimiento, de esta forma se consigue la atención en la acción más importante; en el dibujo se enfatiza los movimientos corporales, especialmente se exhibe la contracción de los músculos, que indican la velocidad con la que se va a ejecutar la acción.
- **Acción:** El objeto o personaje atraviesan un proceso de deformación y estiramiento, van moviéndose juntos en la misma dirección.
- **Reacción:** Los cuerpos que se mueven no se detienen bruscamente, de hecho evitan realizar esas pausas para que no se pierda la secuencia que ha sido dibujada.

2.6 El sonido en la imagen/ Sonorización

El sonido se encuentra presenta en la mayoría de productos visuales, conformando un binomio, en muchos casos inseparable, entre audio e imagen, para poder transmitir el mensaje deseado a los receptores; es por esto que el sonido tiene funciones narrativas que complementan a la imagen. (Chion, 1998)

Sin duda alguna el sonido desempeña un papel predominante en la imagen, pues junto a ella pueden llevar a los espectadores a conectarse con sus emociones y vivencias, logrando que el mensaje llegue con mayor facilidad y se quede grabado en la memoria, como resultado el cerebro recordará a través del sonido una imagen o imágenes en especial. Se clasifica al sonido de la siguiente manera:

- **Materialidad:**

Relación del sonido con el espacio:

- **Sonido visualizado:** se observa el origen
- **Sonido que no se ve:** solamente se escuchan determinados sonidos, la atención se concentra en lo que se ve.
- **Sonido acusmática:** este sonido está fuera del campo visual, es el sonido de fondo, los espectadores no conocen qué es lo que lo produce.
- **Sonido off:** es la voz del narrador, quien en muchos casos puede estar dentro del campo visual.
- **Voz over:** el narrador jamás va a aparecer en la escena, es omnisciente y conduce el relato.

- **Origen del sonido:**

- Ruidos
- Naturales
- Indiciales: muestran acciones.

- **Voz:** permite escuchar los pensamientos de los personajes, se encuentra en su interior.

Música: Diferentes denominaciones

- De archivo / de lata (académica / de librería)
- Especifica (partituras escritas para un film)

Referencia a las imágenes:

- **Empática:** va a la par de lo que se ve.
- **Anempática:** no existe relación con lo que se observa, mantiene un significado

Elementos del sonido:

- **La palabra:** Este elemento es el más utilizado, ya que se trata del diálogo que realizan los personajes, en este caso los de las series animadas. Según (Chion, 1998) en la imagen audiovisual, la palabra tiene un papel privilegiado por su poder significativo, se considera que en el discurso audiovisual bien construido ningún elemento debe primar por encima de otro, sino contribuir mediante su interrelación a la significación.

En otras palabras, el buen uso de estos elementos permitirá que se realice el complejo proceso de decodificación, invitando a los receptores a realizar este análisis, para que posteriormente sean los generadores de nuevos significados.

- **El comentario o voz en off:** Integrado con la imagen, explica lo que no puede entender el receptor, sin el uso del sonido; a la Explica lo que la imagen por sí misma no puede aclarar al espectador; este comentario debe emplear frases cortas y sencillas, no debe alterar la armonía con la imagen, se debe evitar saturar el relato visual, es necesario pausar y usar el silencio para manejar las emociones del espectador.
- **La música:** Genera identidad, en este caso con la serie animada, el receptor se empata con la trama que se va a desarrollar; la música crea ambientes y genera toda clase de sensaciones, sin su buen uso se pierde la fluidez de los hechos.
- **Los efectos sonoros y ambientales:** En las series animadas, la utilización de ruidos ambientales permite crear una sensación de realidad, para (Chion, 1998) los ruidos subrayan la acción y evocan imágenes, generan nuevos significados; para muchos receptores el sonido pasa inadvertido, sin embargo es el subconsciente el que empieza a procesar y ejecutar el análisis connotativo. Por

otro lado existen ruidos que capturan la atención y hacen que el espectador se olvide de los demás.

2.7 El silencio

En muchos casos se lo ha colocado para expresar determinada emoción, al ser un elemento perteneciente a la banda sonora, se lo utiliza como pausa entre el diálogo de los personajes, es por esto que cuando el silencio ingresa bruscamente genera dramatismo e interés a la imagen, en oposición a esto, cuando no se usa silencio, el resultado será un ambiente angustioso y conflictivo.

Para (Kaplún, 1999) el sonido permite que los receptores sientan las emociones que se desea transmitir, es decir que en el cerebro se procese lo recibido para posteriormente codificar las imágenes y continuar con la producción de significados. Un ejemplo de esto es que la mayoría de personas con sólo escuchar la canción correspondiente a un dibujo animado reviven las experiencias pasadas. Complementando esta idea, (Chion, 1998) considera que el sonido es importante al momento de captar un mensaje, considerando que el oído tiene mayor habilidad en el tiempo y la vista en el espacio.

En el mundo del sonido, muchas series animadas han afianzado su identidad, basta con escuchar el sound track inicial de Los Simpson, para identificarlo, es así que se puede afirmar lo antes expuesto por los autores. El sonido tiene un valor expresivo, su uso es de gran importancia porque permite pasar de una escena a otra, que solamente utilizando imágenes hubiera sido difícil de realizar, las funciones que desempeña este elemento son las siguientes: captar la atención y dirigirla, aclara hechos, anticipa al espectador sobre una situación, a través de la voz en off y finalmente permite el ingreso de un narrador.

2.8 Funciones del sonido

El sonido se establece como una herramienta que ayuda a resaltar los valores de una imagen, al igual que el lenguaje desempeñan algunas funciones que permiten acentuar las emociones, en conjunto se denomina imagen auditiva.

- **Factual**

Es aquel sonido que transmite información directamente

- **Ambiental**

Permite al receptor ubicarse en el espacio, por ejemplo en caso de que suene agua corriendo puede deducir que se trata de un río.

- **Interpretativo**

Representa emociones, sentimientos, ideas y sensaciones.

- **Simbólico**

Utilizando los convencionalismos sociales, puede inferir en los estados de ánimos, en los hechos que suceden e indicar lugares.

- **Imitativo**

La emulación del sonido que produce la acción de un sujeto o un objeto.

- **Identificativo**

En el caso de que determinada melodía haya sido creada para el personaje o la serie en especial.

- **Recapitulativo**

Trae al recuerdo los sonidos que ya han sido ejecutados anteriormente.

- **Conectivo**

Permite unir escenas o hechos a través de puentes musicales.

- **De montaje**

Los sonidos se presentan de forma ordenada para que generen en el receptor drama o comedia.

“El sonido es el cincuenta por ciento en una escena de acción en una película.”

George Lucas

El sonido es de suma importancia si se pretende captar la atención de la audiencia, caso contrario se perdería dicha atención y el mensaje que se pretendía transmitir es muy probable que ni siquiera llegue, peor aún afianzarse; es por esto que el buen uso de esta herramienta permite que no sólo la imagen quede grabada en la memoria, sino el mensaje como tal. Como manifiesta George Lucas, el sonido representa la mitad de la acción de una escena, tal es su jerarquía que si no estuviera acompañando a la imagen, no existiría el impacto que tienen muchas series, dibujos y películas.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE LAS SERIES

La parodia existe en todos los géneros, incluyendo la literatura, la música, el cine y la televisión. Un acontecimiento político, social o cultural puede ser asimismo parodiado. La parodia es la recreación de un personaje o un hecho, empleando recursos irónicos para emitir una opinión generalmente transgresora sobre la persona o el acontecimiento parodiado (Hutcheon, 1992)

3.1. Los Simpson

La serie animada fue creada por Matthew Abram Groening en 1989, además la creatividad en los dibujos animados se muestran, a pesar de tener una gráfica bidimensional, prácticamente colores planos y sin profundidad. Lo realmente relevante son los recursos cómicos, que la llevan a ser una de las series con más tiempo dentro de la franja estelar en toda la historia de la televisión. Los Simpson gozan de una enorme popularidad con millones de fans alrededor del mundo. Irónico, cómico, astuto y con un guión muy bien escrito, es un show que divierte de forma inusitada a través de situaciones inverosímiles.

Los Simpson son una familia que viven en la ciudad de Springfield, donde Homero como padre de familia y proveedor trabaja como inspector de seguridad en una planta de energía eléctrica, Marge es su esposa y tiene como papel ser la ama de casa que trata de mantener el orden y la paz dentro del hogar, Bart es el primer hijo inquieto, en ocasiones hasta hiperactivo y despreocupado, teniendo 10 años de edad, su hermana Lisa de 8 años, es una niña estudiosa, inteligente, vegetariana, activista y adora tocar el saxofón y finalmente Maggie, es una bebé que todo el tiempo pasa con su chupón y nunca habla.

3.1.2 “Misión deducible”/ “The Trouble Trillions”

“Misión deducible”

Nombre en inglés :(The Trouble Trillions)

Capítulo: 20

Temporada: 9

Fecha de estreno: 5 de abril de 1998

Serie disponible en: <http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

El humor político se presenta como uno de los testimonios más legítimos de los actores y acontecimientos de la historia. Es una manera diferente de medir las características de los gobiernos de cada época, actuando como instrumento de crítica social que ilustra el clima de un período determinado a partir de la observación de las diversas formas de poder que se establece entre los distintos actores políticos. (Aiello, 2008)

Por ejemplo en Los Simpson y South Park sus personajes siempre toman una postura referente a un acontecimiento político que ha sido desencadenado a partir de una decisión gubernamental. Las imágenes que se encuentran en Los Simpson se ubican en el grado de iconicidad como no realista, debido a que no tienen semejanza con la realidad pero se puede identificar al objeto, los seres humanos no tienen el color amarillo que tienen estos personajes, Groenning al representarlos de esta manera muestra la trasgresión con la que materializa en cada episodio su ideología.

Continuando con el análisis de las imágenes observadas en el episodio, se puede ubicar a las mismas dentro de la clasificación como autógrafas puesto que son hechas por el autor, por su disponibilidad se ubica en actualizada porque se la puede observar en el momento en el que se desee, por el tiempo se establece como aislada por la simultaneidad de los elementos, su finalidad es funcional, pues entretiene, divierte,

crítica, tiene una fuerte carga de connotación y persuasión. Según su apropiabilidad es pública puesto que se transmite por diversos medios de comunicación y finalmente sus destinatarios son las masas, quienes han seguido durante 20 años a esta serie animada.

La función que cumplen las imágenes presentadas en Los Simpson, son la representativa, para poder entender lo que se está observando es necesario realizar una abstracción mental que permita entender lo que ha sido sustituido por la realidad de manera parcial, es importante conocer el contexto dentro del cual ha sido producida la imagen.

Estos dibujos animados, tienen una canción que los identifica con la que siempre inicia el episodio, esta melodía permite asociar la canción con la serie, con esto se está cumpliendo con la función identificativa que menciona (Chion, 1998) pues este es el caso de que determinada melodía haya sido creada para el personaje o la serie en especial.

Posterior a esto se observa la imagen de Bart Simpson (Figura 11), escribiendo en el pizarrón la frase "No debo exigir obediencia", de la cual se desprenden un sin número de interpretaciones, sobre todo porque el capítulo trata sobre la visita de Burns, Homero y Smithers realizan hacia Cuba. Si se toma en cuenta, en Cuba conviven bajo el régimen socialista, en donde la obediencia hacia el mandatario Castro es inevitable y exigida, sin embargo a lo largo de lo que se pudo observar en el capítulo, esta frase también se la ha colocado para ejemplificar la obediencia opresora que exige el gobierno de los Estados Unidos.

Figura 11

“Misión deducible”

Escena: Bart Simpson escribe frase “No debe exigir obediencia”

Capítulo: 20

Temporada: 9

Fecha de estreno: 5 de abril de 1998

Serie disponible en: <http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

La serie inicia con el año nuevo, se nota la euforia y emoción con la que los habitantes de Springfield reciben el año entrante, sin embargo la esfera de luces se daña y se ve interrumpido el conteo final, el jefe Gorgory saca su pistola y empieza a dispararla, es así como Groenning representa la violencia que perpetran los policías, hasta en situaciones más mínimas hacen uso de la fuerza bruta para solucionar las cosas.

Después de esto, inicia el año y Flanders, un ciudadano responsable, recuerda que debe hacer su declaración de impuestos, él es el único en esta ciudad que lo hace, los demás lo dejaron para el final; en el mes de abril la oficina de correos se ve abarrotada por filas enormes de gente que va a pagar sus impuestos. Aparece el periodista de la ciudad, para evidenciar en los medios de comunicación como la gente está siempre mal acostumbrada a dejar todas las cosas hasta el final, de hecho una de las preguntas que hace es ¿Por qué espero hasta la última hora para hacer su declaración?, a su vez el mismo periodista muestra la otra cara de la moneda cuando dice: “Algunos les pagamos a nuestros contadores”, entendiendo esto se ve claramente el facilismo al que está acostumbrada la gente.

Para esto Homero Simpson, observa desde su televisor la noticia, y manifiesta que todos son una “bola de idiotas” asumiendo que él ya había pagado sus impuestos, para esto Lisa le informa que no lo ha hecho y Homero, se ve envuelto en una complicada situación, miente acerca de su información, con el objetivo de pagar menos, en este

aspecto Groennig ha querido evidenciar las malas prácticas a las que están acostumbrados los individuos, siempre evadiendo sus responsabilidades y tratando de justificarlas a través de mentiras.

Homero consigue entregar su declaración falsa de impuestos en la oficina de correos, sin embargo es llamado por agentes del gobierno para que vaya a rendir cuentas por la infracción que ha cometido, al saber que puede ir preso por cinco años, decide aceptar la oferta de estos funcionarios, quienes le pidieron trabajar como espía para el gobierno de Estados Unidos. El creador de esta serie ha querido mostrar con la Figura 12, el trato que reciben los ciudadanos que no pagan al estado los impuestos, se observa claramente que la oficina de impuestos ha sido convertida en un lugar para tomar declaraciones similares a las existentes en las cárceles. Mensaje transmitido, sino cumples con tus obligaciones tributarias, estás en contra del gobierno por lo tanto recibes el trato de un criminal, hace hincapié que esta persecución solo se la hace a los ciudadanos de “carne y hueso” y no a los famosos o a los políticos.

Figura 12

“Misión deducible”

Escena: Homero Simpson escribe bajo la luz de una lámpara

Capítulo: 20

Temporada: 9

Fecha de estreno: 5 de abril de 1998

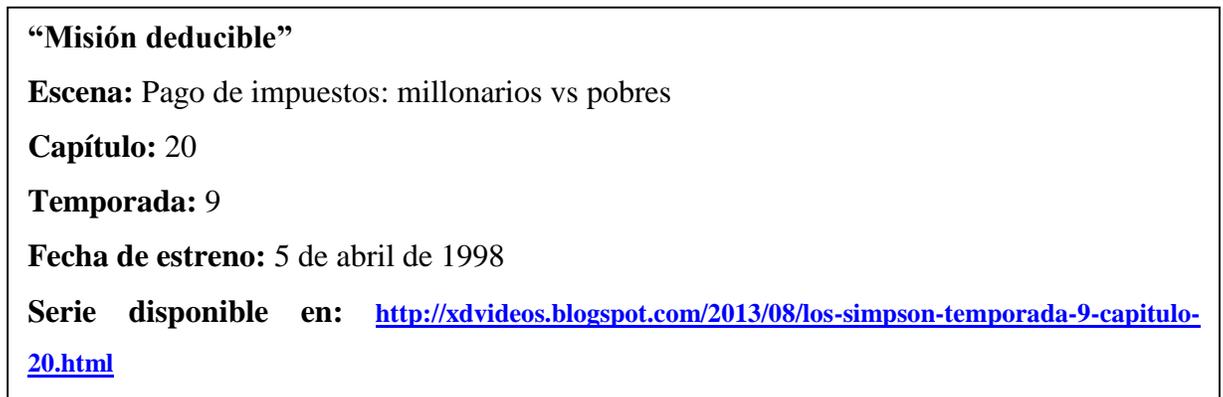
Serie disponible en: <http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Antes de que Homero, entre a la oficina de impuestos, se observa a las personas que están esperando, entre ellas el famoso jefe, este personaje ha sido parodiado puesto que se están exagerando sus comportamientos, en esta ocasión él manifiesta: “Una gran paliza contra el desvalido”, mientras seca su sudor con un billete. Esto quiere decir que

Groening además de parodiar también hace uso de la ironía, pues está diciendo lo contrario de lo que se está diciendo, con respecto a esto, él ha ganado millones de dólares con las peleas y sin embargo se rehúsa a pagar impuestos, lo que expresa Matt es que los ricos y famosos son los primeros en no pagar sus obligaciones y sin embargo no reciben la misma persecución de la que son víctimas los ciudadanos de Estados Unidos.

Figura 13



Nota: Elaborado por Pamela Salazar

En la (figura 13) se observa el contraste entre los que tienen dinero y evaden impuestos y el del común de la gente, personas que por falta de riqueza se ven obligados a recibir todo el peso de la ley. Las expresiones de ambos dicen mucho, mientras el uno se limpia el sudor con un billete, como señal del despilfarro, el otro se muestra aterrado, mientras agarra fuertemente un paquete con las facturas que no pudo declarar.

Una vez que Homero se ha convertido en espía del gobierno, va donde su familia, quienes al enterarse de la noticia manifiestan su total rechazo, sobre todo su hija Lisa quien dice: “El gobierno no tiene derecho a utilizarte así”, él responde: “tú no sabes lo grande que es este gobierno, hasta el presidente está involucrado”. Como puede apreciarse este diálogo muestra la postura del dibujante quien está en contra de lo que hace su gobierno, sobre todo con esta frase dicha por Lisa, “Papá te ves como un instrumento opresor del sistema”, supone entonces un rechazo total hacia la utilización de ciudadanos para servir a los intereses turbios de los mandatarios, los sujetos han sido cosificados como instrumentos de persecución. (Figura 14)

Figura 14

“Misión deducible”

Escena: Homero con instrumento opresor

Capítulo: 20

Temporada: 9

Fecha de estreno: 5 de abril de 1998

Serie disponible en: <http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Le dan la misión de espiar a sus amigos, para sacar información que pueda beneficiar al gobierno, no obstante la única información que recibe corresponde a todas las actividades ilícitas que ha hecho, él mismo, lo más destacable sucede cuando Moe dice que Barney en una ocasión pegó a George Bush, pero Homero dice que ha sido él y que lo volvería hacer. Haciendo referencia a esto, Matt Groening muestra claramente su total repudio hacia el ex mandatario, quien a consideración del dibujante es el peor presidente de todos los tiempos.

A Homero, le otorgan otra misión, la de recuperar un billete de un trillón de dólares (Figura 15), él es llevado a una cabina de fotos en donde le enseñan un video, que explica que después de la segunda guerra mundial, los europeos empezaron a reconstruir sus países, aquí aparece el ex presidente Truman, dando una solución a estos problemas, “Los dólares de los contribuyentes ayudará a los aliados que pelearon tan poco y se rindieron tan fácil”, después de esto, una voz en off, dice: “Para cumplir con ese desatino de ebrio, Truman imprimió el billete de un trillón de dólares”.

Es así que se demuestra, la actitud de indignación de Groening frente a la medida adoptada por el ex presidente, también se ha parodiado lo que ha dicho, puesto que esa frase jamás hubiera salido de Truman, se ejemplifica que en la segunda guerra mundial quien combatió por todos los aliados fue Estados Unidos, los otros países se rindieron con facilidad. Cuando (Hutcheon, 1992) se refería que parodiar significaba primero

realizar una evaluación previa de la persona u objeto y así sacar los elementos negativos para ponerlos en evidencia, por esto es que se dice el desatino de ebrio, Truman era conocido también por su gusto a la bebida (Figura 16).

Figura 15

<p>“Misión deducible”</p> <p>Escena: Billeto de un trillón</p> <p>Capítulo: 20</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 5 de abril de 1998</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Figura 16

<p>“Misión deducible”</p> <p>Escena: Político hablando</p> <p>Capítulo: 20</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 5 de abril de 1998</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

En el video que está viendo Homero, se dice que ese trillón de dólares fue entregado al ciudadano más rico y por lo tanto más confiable, el señor Burns, (Figura 17), el mensaje está claro, si se tiene dinero por lo tanto la gente lo considera mejor persona. El billete del trillón de dólares iba a ser entregado a los países aliados de la segunda guerra mundial, pero nunca llegó dicho monto, se observa en la Figura 18, como está un cartel

que dice bienvenido Estados Unidos acompañado del signo de dólares, y la expresión que tienen los mandatarios de los países aliados al no recibir el dinero prometido, posterior a esto deciden no reclamar sino que pactan odiar a Estados Unidos para siempre. (Figura 19)

Es de esta forma como Matt Groening ilustra un episodio de su historia, critica las medidas adoptadas y hace notorio el odio que los demás países sienten hacia su nación, se ha exagerado las facciones de los personajes parodiados, sobre todo en sus rastros faciales y en la vestimenta.

Figura 17

<p>“Misión deducible”</p> <p>Escena: El confiable señor Burns</p> <p>Capítulo: 20</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 5 de abril de 1998</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html</p>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Figura 18

<p>“Misión deducible”</p> <p>Escena: Wellcome U.S.A.</p> <p>Capítulo: 20</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 5 de abril de 1998</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Figura 19

“Misión deducible”

Escena: Odiar a los Estados Unidos

Capítulo: 20

Temporada: 9

Fecha de estreno: 5 de abril de 1998

Serie disponible en: <http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Una vez que Homero, hace su trabajo de ir a la mansión del Sr. Burns para encontrar el billete de un trillón de dólares, los agentes van a capturarlo, pero escapa y así deciden emprender un viaje fuera del país. En el avión privado de Burns deciden huir y encontrar otro país en donde gastar el dinero, desde el aire miran varias islas, pero una en particular llama su atención, Burns dice en esa isla se huele a libertad y Smithers le que es Cuba, nuevamente se hace uso de la ironía, pues como es de conocimiento general Cuba no es ejemplo de libertad.

Llegando a la Isla, suena una canción caribeña, para identificar el cambio de país, los cubanos han sido representados con su color característico, no son amarillos como los demás personajes de los Simpson, las facciones exageradas, casi similares a las de un primate. Para Groening los cubanos son personas bronceadas y de fisonomía fuerte, pues la funcionaria del aeropuerto tiene hasta un aspecto masculino. (Figura 20).

Figura 20

<p>“Misión deducible”</p> <p>Escena: los cubanos</p> <p>Capítulo: 20</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 5 de abril de 1998</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

En la hoja de ingreso que llena Homero (Figura 21), las opciones que han sido colocadas como motivos de visita son: turismo y descanso, contrabandear habanos y asesinar a Castro, en esta parte se recoge el mundo cognoscitivo que la gente tiene sobre Cuba, la constante paranoia de que los “gringos” quieren asesinar al mandatario. Matt ha recogido en estas dos opciones, la percepción que se tiene sobre la isla, el tráfico de habanos, es un tema conocido por todos, ya que muchos cubanos ganan mucho más vendiendo cigarrillos, comparado a lo que reciben del gobierno.

Figura 21

<p>“Misión deducible”</p> <p>Escena: Turismo, descanso y habanos</p> <p>Capítulo: 20</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 5 de abril de 1998</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Matt Groening, parodia al líder político de Cuba, Fidel Castro, a quien se lo muestra como un hombre ambicioso, despiadado y con muchos deseos de salir de su modelo económico. Con frases como esta: “Camaradas, estamos en banca rota y tenemos que abandonar el comunismo, llamaré a Washington para decirles que han ganado”, los otros políticos le dicen “Pero presidente los gringos quisieron matarlo”, a lo que responde “Sabíamos que esta patraña de comunismo no iba a funcionar”. La postura política del creador se nota claramente, en su oposición al comunismo, resalta ideas claves como que este modelo económico es una patraña y que ha fracasado.

Figura 22

<p>“Misión deducible”</p> <p>Escena: Fidel Castro</p> <p>Capítulo: 20</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 5 de abril de 1998</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html</p>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Llegado el encuentro con el líder cubano, Smithers, Burns y Homero entablan una conversación (Figura 23), en donde le solicitan les vendan la isla, Castro pide que le dejen ver el billete (Figura 24) y después pretende hacer como si no le hubieran entregado nada, tras esto se quedan indignados al saber que fueron robados por Fidel Castro. Se representa al líder cubano, como un hombre deshonesto, que roba a los demás y que no comulga con los principios del comunismo, pues el dinero es su gran aliado.

Después de la estafa de la que fueron víctimas, aparecen en una balsa rota, y con sus trajes destrozados, Homero dice “es increíble que hayan corruptos peores que en los Estados Unidos”, a partir de este momento vuelven a sentir aprecio por Estados Unidos

y Burns manifiesta: “la presión y el hostigamiento son males soportables por vivir en el paraíso de la tierra de la libertad”, en este momento suena una melodía patriótica, pues los personajes están defendiendo a su país, de hecho el capítulo termina con Homero diciendo: “Viva mi país”; los elementos que han sido puestos en esta escena final son determinantes, la balsa representa a todos los cubanos que huyen de la isla, se muestra un escenario desfavorecedor y pobre, correspondiente al fracaso que vive Cuba, y el mar se presenta como el hundimiento al que están sometidos los habitantes de la Isla.

El capítulo “Misión deducible” pone en evidencia lo que sucede en Estados Unidos con respecto a los impuestos, la frase dicha por Burns cuando fue capturado, ejemplifica para qué sirven los aranceles: “Yo no soy un ladrón, el gobierno si lo es, que sangra a la gente con impuestos todos los años, para ayudar a extranjeros ingratos, para hacer proyectiles nucleares ocioso y para comprar pulidor de tumbas de un soldado desconocido”, estas declaraciones ponen en el tapete la indignación de los ciudadanos al saber que sus impuestos están siendo destinados a obras carentes de importancia.

También se pone al descubierto la postura política de Groening pues al catalogar al socialismo como una patraña, se nota claramente su rechazo al modelo y al líder cubano, a pesar de criticar al gobierno norteamericano también reconoce que en su país si se vive en libertad y hace que sus personajes después de ver la realidad que se vive en la Isla, se sientan afortunados del país en el que viven.

Figura 23

<p>“Misión deducible”</p> <p>Escena: Norteamericanos y líder cubano</p> <p>Capítulo: 20</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 5 de abril de 1998</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html</p>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Figura 24

<p>“Misión deducible”</p> <p>Escena: Fidel Castro y dinero</p> <p>Capítulo: 20</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 5 de abril de 1998</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Figura 25

<p>“Misión deducible”</p> <p>Escena: Los conquistadores de Springfield</p> <p>Capítulo: 20</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 5 de abril de 1998</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-9-capitulo-20.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

3.2 South Park

Es una serie de dibujos animados, que combina las figuras bidimensionales con fotomontajes, fue creada en 1997 por Trey Parker y Matt Stone para el canal Comedy Central en Estados Unidos, está dirigida al público adulto y se caracteriza por satirizar con humor negro la sociedad, actualidad y cultura estadounidense a través de las historias y situaciones fuera de lo normal, en donde participan sus protagonistas, cuatro niños (Stan, Kyle, Cartman y Kenny) residentes en un pueblo llamado South Park, ubicado en Colorado.

Los creadores de South Park, asistieron a Columbine, el colegio en donde se produjo un atroz asesino, esta serie pretende ser una manifestación de rechazo hacia lo corrompido que está el sistema pues propicia este tipo de actos.

3.2.1 “Villa Margarita”

“Villa Margarita”

Nombre en inglés (MargaritaVille)

Capítulo: 3

Temporada: 13

Fecha de estreno: 25 De Marzo Del 2009

Serie disponible en: <http://latinsouthpark.blogspot.com/2010/02/villa-margarita.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Las imágenes que se encuentran en South Park se ubican en el grado de iconicidad como no realista, debido a que no su semejanza con la realidad es mínima pero se puede identificar a los personajes, estos dibujos animados son planos y se caracterizan por el montaje de objetos sobre ellos, aquí las personas tienen los colores parecidos a la realidad, las cabezas son de gran tamaño y las voces son infantiles en su mayoría parecen hechas por la misma persona.

El capítulo inicia en el banco con Stan y su padre, quien le está enseñando el valor de ahorrar, sin embargo cuando llega donde el funcionario del banco para depositar los \$100, 00, el dinero desaparece automáticamente y eso lo deja desconcertado, similar situación pasan las demás personas que van a dejar su dinero. La persona del banco asegura que el dinero que la gente deposita está en otros proyectos que beneficiarán a todos, pero la realidad es distinta, la crisis estaba próxima.

En esta ocasión el agente bancario ha sido representado como un señor afeminado que usa traje y corbata, trata despectivamente a las personas, con la frase “y desapareció” hacen referencia a todo el dinero que se esfumó de los depositantes, se debe recordar por la crisis económica que atravesó Estados Unidos en el año 2009. Después de no entender

lo que ha sucedido con el dinero, en los medios de comunicación se hace viral la información y bajo el titular de “Recesión, una nación en peligro” se presenta lo que está sucediendo en South Park, en esta parte se muestra claramente el sensacionalismo que caracteriza a los medios de comunicación; la gente muestra su indignación y al momento de pasar la opinión del economista sobre cómo ve la situación, él responde disparándose.

Figura 26

<p>“Villa Margarita”</p> <p>Escena: el suicida</p> <p>Capítulo: 3</p> <p>Temporada: 13</p> <p>Fecha de estreno: 25 De Marzo Del 2009</p> <p>Serie disponible en: http://latinsouthpark.blogspot.com/2010/02/villa-margarita.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Sin duda alguna, esta escena es fuerte, pero muestra el verdadero sentimiento que tenían los norteamericanos en ese momento, la economía estaba prácticamente perdida, sin salvación, como un enfermo terminal que está desahuciado. Muchas personas en Estados Unidos se quitaron la vida por la crisis económica, casi similar al caso Filanbanco en Ecuador, cuando miles de ecuatorianos perdieron su dinero por el mal manejo de los banqueros.

En la casa de Stan, en la cena deben comer solamente tomates y salchichas; el padre de Stan manifiesta que todo es culpa de la gente que se ha burlado de la economía pensando que pueden comprar cosas con dinero que no tienen, dice que la gente gasta en cosas innecesarias mientras se prepara una margarita en una máquina que compró recientemente, se evidencia claramente la ironía en este mensaje, pues mientras habla sobre lo que no se debió hacer, él está licuando un trago, en una licuadora que fue adquirida sin necesidad. “Paganos materialistas que hicieron estupideces con el dinero”.

A partir de esto, las personas se vuelcan a las calles y aparecen los “Mesías” de estas situaciones, en la plaza pública se paran en un podio para sobresalir de entre la multitud, Cartman también se pone a hablar y dice que la culpa es de los judíos, quienes se han llevado el dinero a una cueva judía. Los creadores de South Park han representado como surgen “los héroes” en estos momentos y se creen los salvadores, también la intolerancia que aún se mantiene con el pueblo judío.

El papá de Stan, se ha vestido de túnica, asemejándose a Jesucristo y dice que la gente tiene la culpa de que la economía esté mal, pues la han ofendido, así están convirtiendo a la economía como una divinidad, a la cual deben respetar, de hecho menciona una oración bíblica, pero usando este término: “La economía es nuestro pastor, nada nos faltará” la gente responde con Amén. De fondo suena una melodía de suspenso, que enfatiza el discurso que está pronunciando.

Figura 27

<p>“Villa Margarita” Escena: Jesucristo Capítulo: 3 Temporada: 13 Fecha de estreno: 25 De Marzo Del 2009 Serie disponible en: www.ulozto.net</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Trey Parker y Matt Stone, creadores de South Park, ejemplifican el amor que la gente siente hacia el dinero, pues se ha convertido en su Dios, la economía tiene leyes y Dios también, dicha comparación muestra que los seres humanos no hemos cumplido ni las leyes divinas ni las leyes de la economía.

Como sucedía en siglos pasados, la gente pensaba que si se irrespetaba a los Dioses, ellos enojados se vengarían y enviarían plagas, en este caso la venganza de la economía fue dejarlos sin la posibilidad de comprar las cosas que tanto les gusta, es obvio que los norteamericanos se vieron sumidos en depresión al no poder adquirir bienes materiales, sobre todo porque se trata de un país que se caracteriza por el consumismo extremo.

La gente de South Park, empezó a vivir sin comprarse nada y con muchas limitaciones, por eso hicieron caso de las instrucciones que dio el papá de Stan, una de ellas fue que en lugar de pagar televisión por cable, vean las estrellas, la respuesta de los niños fue desfavorable, pues Kyle menciona que “todo era mejor cuando nuestros papás nos compraban cosas”, la gente está tan acostumbrada a la felicidad que te brinda comprar algo que cuando se acaba esto, todos se ven hundidos en depresión.

La vestimenta que llevan pretende representar la vida de años pasados, cuando Jesús vivía en Jerusalén, toda la gente lleva túnicas, incluso los niños, no usan vehículo y se transportan en camello. Aseguran que se visten así por culpa de los judíos quienes se robaron el dinero de los depositantes.

Figura 28

<p>“Villa Margarita”</p> <p>Escena: La cena</p> <p>Capítulo: 3</p> <p>Temporada: 13</p> <p>Fecha de estreno: 25 De Marzo Del 2009</p> <p>Serie disponible en: southpark.cc.com</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

El papá de Stan, el señor Marsh, se convierte en presidente de South Park, asemejándose al emperador Romano que ordenó asesinar a Jesucristo, toda esta trama se parece a los últimos días de Jesús, pues los romanos lo consideraban un judío que iba a poner en riesgo sus interés, es así que Kyle se pone a hablar en las plazas diciendo que la economía es una idea hecha por los hombres y que la fe está en las tarjetas de crédito, que se debe volver a confiar, muestra una American Express Platinum ilimitada con la que posteriormente paga todas las deudas de las personas de South Park, este es el sacrificio que hace por todos. (Figura 29)

Figura 29

<p>“Villa Margarita” Escena: El banco Capítulo: 3 Temporada: 13 Fecha de estreno: 25 De Marzo Del 2009 Serie disponible en: southpark.cc.com</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

En este episodio, se quiere simular la vida del Mesías con la vida de Kyle, pues ambos representaban una amenaza, fueron traicionados por sus amigos, en este capítulo Cartman es Judas y vende a su amigo por un juego de video, se representa la última cena (figura 30), en lugar de comer el pan sin fermento, como lo hizo Jesús, ellos comen pizza y beben cerveza, de lado derecho de Kyle está Cartman, como símbolo de amistad, está de este lado, pero esa amistad simulada pues será traicionado.

Figura 30

<p>“Villa Margarita” Escena: La traición en la cena Capítulo: 3 Temporada: 13 Fecha de estreno: 25 De Marzo Del 2009 Serie disponible en: www.fanpop.com</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Figura 31

<p>“Villa Margarita” Escena: Analogía de la cena Capítulo: 3 Temporada: 13 Fecha de estreno: 25 De Marzo Del 2009 Serie disponible en: wikipedia.org</p>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Tras el sacrificio hecho por Kyle, la gente en South Park vuelve a sentirse tranquilos, dejaron de usar ese tipo de vestimenta y se nuevamente fueron a los centros comerciales a seguir comprando, en el noticiero el periodista dice “La gente vuelve a comprar porque ya no tienen deudas, ahora se sienten más seguros de volverse a endeudar”. Al final del capítulo en el noticiero dicen que deben agradecer a alguien que hizo un sacrificio para aliviar la recesión, Kyle sentado desde su sillón cree que se trata de él, pero el periodista dice que es Obama.

En esta parte el presidente no ha sido representado gráficamente sino que se trata de una fotografía de él a color, en este caso se ubica en la escala de iconicidad de la imagen a color, pues su parecido con la realidad es muy similar. Para finalizar Trey Parker y Matt Stone, creadores de South Park, dejan el mensaje que cualquier persona que haga sacrificios para ayudar a los demás se ve opacado por la figura de un político, pues cualquier esfuerzo que haga una persona común, no tendrá ningún valor, todo el crédito se lo lleva el político, en este caso el presidente Obama. (Figura 32)

Figura 32

<p>“Villa Margarita” Escena: Obama Capítulo: 3 Temporada: 13 Fecha de estreno: 25 De Marzo Del 2009 Serie disponible en: http://latinsouthpark.blogspot.com/2010/02/villa-margarita.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

3.3 El amor es ciego

<p>“El amor es ciego” Nombre en inglés: (There´s something about Marying) Capítulo: 10 Temporada: 16 Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005 Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

En el capítulo 10, de la temporada 16, de la serie “Los Simpson” presenta el capítulo denominado: “El amor es ciego” con una problemática que parte de la concepción de lo correcto e incorrecto a partir de lo que cita la biblia, desde la perspectiva de la familia, entendida únicamente, por un hombre, una mujer y los hijos, catalogándola arbitrariamente como lo correcto y aprobado por aquel ser omnipresente que murió por la humanidad en una cruz.

En este capítulo esta familia tan peculiar, sumamente crítica y voraz ante las nuevas posturas y exigencias sociales, le abre la puerta a un tema tan controversial como lo es las relaciones homosexuales y su deseo por reconocer como un derecho y prioridad la aprobación del matrimonio igualitario.

Al inicio del episodio se narra una dramática visita de un experto reportero, que se dedica a mostrar el lado más hermoso y especial de cada ciudad a la que acude. Sin embargo se encuentra con Bart y Milhouse dos niños repletos de bromas crueles, que le hacen pasar la peor tarde de su vida. Esto desemboca en una terrible crítica hacia Springfield que afecta directamente a su turismo.

Figura 33

<p>“El amor es ciego”</p> <p>Escena: reportero del drama</p> <p>Capítulo: 10</p> <p>Temporada: 16</p> <p>Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html</p>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Figura 34

“El amor es ciego”

Escena: reportero del drama

Capítulo: 10

Temporada: 16

Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005

Serie disponible en: <http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Figura 35

“El amor es ciego”

Escena: Lisa y el turismo

Capítulo: 10

Temporada: 16

Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005

Serie disponible en: <http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

A pesar de esta terrible noticia, Lisa la niña brillante, crítica y letrada siempre apegada a la vanguardia y actualidad de la familia Simpson, decide proponer a todo el poblado de Springfield, apostarle a una innovadora manera de hacer turismo. Refiriéndose a la aprobación del matrimonio igualitario. Sin previo análisis, ni una concepción fuerte al respecto del tema del matrimonio entre personas del mismo sexo, deciden aprobarlo para salir de una crisis económica, posiblemente generada por la falta de ingresos y su poca competencia comercial.

Figura 36

“El amor es ciego”

Escena: Lisa y su discurso

Capítulo: 10

Temporada: 16

Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005

Serie disponible en: <http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Ahora bien, además del contexto de necesidad por el que está pasando esta pequeña ciudad, se da la apertura a un debate controversial al reflejarlo con nuestra realidad, que tan alejada esta la idea de popularizar y poner de moda un acuerdo que sin duda, debe ser legal por la carga emocional que este tiene, con el fin de lucrar.

Sin intención alguna de darle cierto protagonismo a voces silenciadas religiosa, política y socialmente por una entorno en su mayoría conservadora que aún no ha decidido dar un salto trascendente hacia las nuevas sensibilidades de la sociedad que parten de los enlaces comunicativos que se crean a través de innovadores significados y significantes, que ahora se presentan desde espacios “para niños y niñas” que busca por todos los modos apoyar a esta creciente comunidad que hoy por hoy está legalizada por los derechos civiles de las personas.

“Legalizaremos el dinero gay” dice el Alcalde Diamante, sin duda es una frase que coyunturalmente se ha esparcido notablemente, en ocasiones dar apertura a exigencias de grupos sociales segregados por no ser “normal” ha sido inicio de un negocio que parte, reposa y se afirma sobre sentimientos y derechos de otros.

Figura 37

<p>“El amor es ciego” Escena: Legalización del dinero gay Capítulo: 10 Temporada: 16 Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005 Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Figura 38

<p>“El amor es ciego” Escena: Legalización del funeral gay Capítulo: 10 Temporada: 16 Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005 Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html</p>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

“Propongo legalizar los funerales gay” dice Nelson, quien desde otra perspectiva a la negativa de otorgarles el derecho del matrimonio a la comunidad LGBTI, refleja una vez más el repudio que tienen ciertos sectores aún con respecto a estos temas.

Dejando de lado el tema económico, este capítulo que como otros no deja de lado la ironía y el sarcasmo para enfrentar problemáticas actuales en el mundo entero. Se puede ver que cuando se trata de orientaciones sexuales no se puede deslindar la burla y el estereotipo agregado que desde algún tiempo atrás en la televisión se ha utilizado de manera burlesca.

Etiquetar a los homosexuales como “mariposas”, a las lesbianas como “machonas” ha logrado que en la colectividad del ser humano se generen bromas y se refuercen los estereotipos tan marcados que daña e incrimina a las personas de algo que desde la visión del otro es natural.

Figura 39



Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Es evidente que siempre que se habla de inclinaciones sexuales, siempre se presente un escenario rosa que posiblemente desde otra perspectiva denote debilidad y sumisión. Además de mostrar arcoíris de varios colores que representan el orgullo de lo que son y lo que quieren mostrar.

Figura 40

<p>“El amor es ciego” Escena: Beso gay Capítulo: 10 Temporada: 16 Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005 Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html</p>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

El extracto de la canción “ser gay es perfecto”, visto desde una perspectiva comercial es la idea que ahora está ahondando en la conciencia social de las personas. Los Simpson, nos muestran como la visión económica puede modificar criterios, hasta el punto de aceptarlos de una manera camuflada y sin respeto. “Springfield un lugar en que todos pueden casarse, hasta los hombre” este se muestra nuevamente como una postura radical de varias ciudades y países que han optado por la aprobación de este tipo de matrimonio.

Figura 41

<p>“El amor es ciego” Escena: Reverendo de Springfield Capítulo: 10 Temporada: 16 Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005 Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html</p>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Es evidente que siempre que existen intereses económicos, tanto la iglesia como otras instancias ya sean religiosas y gubernamentales se vuelven “tolerantes” pero siguen sin

aceptar las posturas del humano, pues no conciben que se pase por encima de las interpretaciones que le dio el hombre a este “libro sagrado”, sin tener presente que entre tantas y tantas interpretaciones ya ha ido perdiendo la validez y credibilidad, que sin dudo no será aceptada jamás, con el fin de que prevalezca intacto el buen nombre de la iglesia y la religión como tal.

Figura 42

“El amor es ciego”

Escena: Matrimonio gay

Capítulo: 10

Temporada: 16

Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005

Serie disponible en: <http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Enfocándonos en esta imagen Homero representa en esta ocasión al fruto de un sistema que funciona a través de cargos que se crean y recrean en favor de las necesidades económicas del sistema. Apoderándose de papeles que sin duda están muy alejados a lo que significan con el único fin de empoderarse de una plaza que dejan vacía otros y con el único fin de no perder el mercado que tanto bien le puede traer a una ciudad o territorio. Sin pensar en sentimientos, ni intereses válidos para la persona únicamente.

Figura 43

<p>“El amor es ciego”</p> <p>Escena: Matrimonio heterosexual</p> <p>Capítulo: 10</p> <p>Temporada: 16</p> <p>Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html</p>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

En esta escena Homero decide casar también a personas heterosexuales, y una vez más de manera irónica empieza a burlarse de ellos revolviendo los papeles y dando a entender al televidente que existe un punto de costumbre en el que se podría llegar a naturalizar una postura o acción siempre y cuando esta sea amparada por los ingresos que esto genere.

Figura 44

<p>“El amor es ciego”</p> <p>Escena: La familia ante ser gay</p> <p>Capítulo: 10</p> <p>Temporada: 16</p> <p>Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005</p> <p>Serie disponible en: http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html</p>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Esta escena del capítulo muestra la otra cara del matrimonio igualitario, pues mientras este trámite legal este reflejado en otras personas está parcialmente bien, hasta que la marea llega a su familia. Esta es de hecho una problemática de hecho mucho más fuerte que pelear en conjunto por los intereses del colectivo.

Es aquí cuando se puede llegar y palpar la lucha de la persona y su entorno más cercano, es aquí evidente que cuando está en juego la estabilidad o lo que se conoce de la familia es cuando más estereotipos y tabús se pueden observar. Sin embargo el desarrollo del capítulo está en el interés de generar conciencia y aceptación hacia el otro considerando siempre ante nada su bienestar espiritual y emocional, dejando de lado el querer satisfacer a los demás por encima de tus requerimientos y sentimientos.

Figura 45

“El amor es ciego”

Escena: Marge de niña con uniforme de hombre

Capítulo: 10

Temporada: 16

Fecha de estreno: 20 de febrero del 2005

Serie disponible en: <http://xdvideos.blogspot.com/2013/08/los-simpson-temporada-16-capitulo-10.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Continuando con este discurso y la propuesta de incluir y respetar a los otros en su diversidad, el capítulo pretende también reconocer a aquella persona que por miedo a una sociedad opresora se siente privada de lo que quiere hacer o de aceptar como se ve por miedo al rechazo y la violencia.

3.4 Sigue a ese huevo

“Sigue ese huevo”

Nombre en inglés: (Follow that egg)

Capítulo: 10

Temporada: 9

Fecha de estreno: 2 de noviembre del 2005

Serie disponible en: <http://latinsouthpark.blogspot.com/2010/12/sigue-ese-huevo.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

El capítulo inicia con el proyecto de la Señora Garrison, quien divide en parejas a sus alumnos para que se hagan cargo de un huevo y lo cuiden. La profesora (figura 46) usa aretes, y vestimenta pegada a su cuerpo, aunque tiene aspecto masculino, asegura que es una mujer pues se ha hecho la operación de cambio de género; mientras mira cómo los niños decoran sus huevos, empieza a sonar una canción, en este caso el sonido cumple la función de ambientar y es identificativo pues se ha hecho especialmente para el personaje, la canción dice “Qué bello y qué frágil es el amor, no sé cómo lo perdí”, saca una fotografía de su ex pareja, este señor usa ropa de motociclista, tiene una barba marcada y sus facciones son muy masculinas. (Figura 47)

Los creadores de South Park, han representado a los gays como la sociedad los mira, en este caso el aspecto del novio de la Señora Garrison es de un sadomasoquista, pues en el imaginario social, la gente considera que los homosexuales son personas promiscuas y desinhibidas.

Figura 46

<p>“Sigue ese huevo”</p> <p>Escena: Garrison con actitudes gay</p> <p>Capítulo: 10</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 2 de noviembre del 2005</p> <p>Serie disponible en: www.eluniversal.com.mx</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Figura 47

<p>“Sigue ese huevo”</p> <p>Escena: Garrison con actitudes gay</p> <p>Capítulo: 10</p> <p>Temporada: 9</p> <p>Fecha de estreno: 2 de noviembre del 2005</p> <p>Serie disponible en: planeta-southpark.blogspot.de</p>
--

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

La maestra decide ir en busca de su ex pareja, para pedirle perdón y arreglar las cosas, pero no contaba con que su ex novio ya tenía otra relación, se trata de un hombre alto, grande, bronceado, luce ropa muy femenina, tiene un pañuelo amarrado a su cuello. Esto causa la furia de la profesora, pues se entera que van a contraer matrimonio, manifiesta que impedirá ese compromiso, pues quiere defender la santidad del matrimonio.

Trey Parker y Matt Stone han representado a los homosexuales con vestimenta exagerada y muy femenina, muchos gays no se visten de ese modo, se ha querido parodiar a la comunidad GLBTI con las características que la gente ha evaluado como negativas y por ende sirven como instrumentos para ser usados en su contra.

La voz del Señor Esclavo es muy femenina, nada coherente con su apariencia física, la voz del novio actual, Ale, también es amanerada y vuelve a ubicar a los gays como maricas, este término usa la señora Garrison para decirles que luchará en contra de su matrimonio. (Figura 48)

Figura 48

“Sigue ese huevo”
Escena: Sadomasoquismo
Capítulo: 10
Temporada: 9
Fecha de estreno: 2 de noviembre del 2005
Serie disponible en: todoseriestok.blogspot.com

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Después de esto, la maestra decide ir a la plaza pública para exigir que no se permita a los homosexuales casarse, utilizando frases como: “estos homosexuales piensan que pueden pisotear nuestras tradiciones, el matrimonio es un sacramentos sagrado para hombres y mujeres”, “estos homosexuales piensan que pueden ensuciar nuestras tradiciones”. Sin duda, estas palabras son comunes cuando se trata sobre este tema, para la sociedad actual aún sigue siendo un tema tabú e impropio, la mayoría de los heterosexuales se sienten ofendidos porque parejas del mismo sexo quieren tener los mismos derechos.

Posterior a esto, la señora Garrison, incita a la violencia y pide a la comunidad que vayan a golpear a los “maricas”, “vamos a coger a tres o cuatro maricas y les vamos a patear el culo”. La violencia siempre será la solución para muchas personas, sobre todo cuando sienten amenazadas sus creencias, aquí han querido ejemplificar cómo opera la homofobia, sin embargo, la respuesta de las personas que están presentes en la plaza es negativa hacia esta propuesta, dicen que ellos no odian a los homosexuales pero tampoco quieren que se casen, esta respuesta a medias también es muy conocida, pues

muchos aseguran no odiar a los gays pero cuando se trata de respetar sus derechos, no están de acuerdo.

Esta paradoja es el diario vivir de muchas personas de la comunidad GLBTI, que escuchan comentarios como ese, resulta irónico decir que se respeta y se tolera, pero al momento de que se ejecuten acciones como el matrimonio entre parejas del mismo sexo, las personas no aplican lo que han dicho anteriormente. Los creadores de South Park, hacen uso de la ironía, cuando la persona que está en contra del matrimonio gay es un transgénero, quien antes de someterse a la operación de cambio de sexo, mantenía una relación homosexual, quizás la señora Garrison, representa a todos aquellos que se oponen al amor gay y están ocultando su homosexualidad latente, un pasado similar o una doble vida.

Volviendo al episodio, las personas se rehúsan a utilizar la violencia física en contra de los gays y solicitan una reunión con el gobernador para pedirle que evite aprobar la ley del matrimonio gay, una vez llegada a la oficina del político, él dice que no tiene argumentos válidos para negarles ese derecho y que si alguno hace un estudio para comprobar que los gays no pueden casarse y así derogar esa ley. La señora Garrison, acepta la propuesta y se compromete a confirmar las suposiciones que dos personas del mismo sexo no se pueden casar y peor aún hacerse cargo de un bebé. De esta forma, modifica el proyecto de la clase y escoge a Stan y a Kyle para que se hagan cargo del huevo, juntos, quería que al final del mes pueda probar que dos personas del mismo sexo son incapaces de cuidar de una vida.

Figura 49

“Sigue ese huevo”

Escena: Sadomasoquismo

Capítulo: 10

Temporada: 9

Fecha de estreno: 2 de noviembre del 2005

Serie disponible en: www.fotolog.com

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Los niños asumen el reto y cuidan juntos el huevo, dicho elemento representa la fragilidad de la vida humana y el cascarón también supone el encierro al cual están atados todos los miembros de la comunidad GLBTI, pues al no exponer su orientación sexual a la sociedad se ven enfrascados en un cascarón frágil y débil.

Los días han transcurrido y los dos niños cuidan sin problema al huevo, esto causa enojo a la señora Garrison, quien en su desesperación por manifestar que los gays no deben casarse, busca la ayuda de un asesino para que destruya el huevo.

Llegado el día en que se iba a aprobar la ley para el matrimonio gay, el gobernador dice que le ha costado mucho llevar a cabo el proyecto, así que para defender los derechos de los heterosexuales, no llamará matrimonio al compromiso de los gays sino que se nombrará como “anoamantes”, esta palabra ofensiva solo ejemplifica la homofobia de muchas personas, pues siguen considerando a los gays como personas promiscuas, a quienes sólo les importa el sexo, este término peyorativo ahonda el malestar de la gente GLBTI. La sociedad ha estancado los derechos de este grupo social, pues los derechos no se deben rogar, se deben aplicar y con los mismos nombres, no se puede decir que existe tolerancia cuando en la práctica las acciones siguen siendo intolerantes e irrespetuosas.

Figura 50

“Sigue ese huevo”

Escena: Designada para caricatura

Capítulo: 10

Temporada: 9

Fecha de estreno: 2 de noviembre del 2005

Serie disponible en: <http://latinsouthpark.blogspot.com/2010/12/sigue-ese-huevo.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

El discurso del gobernador ha finalizado y en la escena aparece una lesbiana (Figura 51) quien pregunta ¿qué sucederá con nosotras las lesbianas? Y el político responde: “¿A quién le importa unas jodidas marimachas?, con esto solo se ve claramente cómo la discriminación hacia la mujer sigue presente, a pesar de que los gays sean discriminados, por su condición de ser hombres, aún mantienen viva la jerarquía sobre la mujer, pues en este capítulo no se ha centrado en el matrimonio de dos mujeres.

La lesbiana que han dibujado, tiene rasgos extremadamente masculinos, hasta su voz es la de hombre, la limitación con la que ha sido representada solo demuestra que los estereotipos están más presentes que nunca, pues también existen lesbianas femeninas. Con ese comentario, las personas presentes, responden con rechazo, pues esas palabras ofensivas son siempre repetitivas, se ha normalizado referirse a una lesbiana como marimacha.

Figura 51

“Sigue ese huevo”

Escena: las lesbianas

Capítulo: 10

Temporada: 9

Fecha de estreno: 2 de noviembre del 2005

Serie disponible en: <http://latinsouthpark.blogspot.com/2010/12/sigue-ese-huevo.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

Después de estas reacciones, llegan Kyle y Stan para decirle a la señora Garrison que sí han podido cuidar al huevo, pero ella hace todo para evitarlo, hasta el asesino que contrató aparece para impedir que hagan público esto, a pesar de todo pronóstico los niños se presentan en el podio donde estaba el gobernador y la maestra. Al gobernador no le queda de otra y da paso al matrimonio homosexual, los GLTBI que estaban presentes, saltan de euforia y se besan.

El capítulo finaliza con el matrimonio del señor Esclavo y Ale, ambos vestidos de novias, Trey Parker y Matt Stone, siguen quebrantando lo “normal” y han puesto en el tapete su visión del casamiento gay, no dibujaron a uno vestido como hombre y al otro con el vestido de novia, más bien representaron estar a favor del matrimonio entre mujeres. A pesar del contenido insultante del episodio, los creadores de esta serie no pretenden tapar el sol con un dedo, pues han puesto expresiones groseras cotidianas que se han naturalizado, ambos están a favor del matrimonio gay pues al terminar el capítulo el padre de Stan felicita a su hijo y a Kyle para decirles que está orgulloso de ellos por haber luchado en favor de los derechos de los homosexuales.

A la sociedad le falta mucho por crecer, mientras muchos medios de comunicación siguen representando a la familia como la unión de hombre y mujer, este medio alternativo presenta la diversidad que ha sido ocultada y deja en claro que los prejuicios

son erróneos y que en la práctica una pareja del mismo sexo puede ser igual o más responsable que una heterosexual.

Figura 52

“Sigue ese huevo”

Escena: boda de lesbianas

Capítulo: 10

Temporada: 9

Fecha de estreno: 2 de noviembre del 2005

Serie disponible en: <http://latinsouthpark.blogspot.com/2010/12/sigue-ese-huevo.html>

Nota: Elaborado por Pamela Salazar

CONCLUSIONES

Esta relación estructural de manifestar un enunciado real y otro cómico ha sido como Matt Groening, Trey Parker y Matt Stone han llevado a la pantalla sus dibujos animados, siempre criticando a la sociedad norteamericana, a sus mandantes, sus celebridades y también a líderes mundiales.

En ambas series, gracias a la globalización, se tiene conocimiento del acontecer mundial y sobre todo de lo que sucede en Estados Unidos, si como receptores no se comparte el mismo contexto global no se entendería la ironía utilizada en cada uno de los capítulos.

Matt Groening, Trey Parker y Matt Stone son excelentes representantes del recurso de la parodia, en cada uno de sus series han transformado a la parodia, para dejar de ser un simple concepto para convertirla en una realidad, teniendo la capacidad de atraer a una audiencia que se ha mantenido varias décadas a la expectativa de quiénes serán los próximos parodiados en sus capítulos.

La parodia que ha sido utilizada por los creadores de estos dibujos animados, ejemplifica la capacidad que tiene esta herramienta para poder crear otro discurso diferente al establecido, puesto que al ridiculizar una situación o a un personaje, se está construyendo un nuevo mundo de significados, acompañados de símbolos que comparten con la audiencia.

En el caso de los Simpson, la serie creada por Matt Groening en 1980, guarda cierto grado de parecido con la realidad. Por ejemplo los seres humanos no tienen ese color amarillo de piel, característico de los personajes de esta serie animada. Los rasgos faciales exagerados, los colores estridentes de la vestimenta, los escenarios en donde se desarrolla esta serie, forman en conjunto los intereses que el autor desea transmitir al público espectador. Con el uso de la tecnología y mejorando las técnicas del dibujo, esta serie animada ha evolucionado.

En South Park, los creadores de esta famosa y controversial serie Trey Parker y Matt Stone, han utilizado no sólo la iconografía de baja representatividad de la realidad como es el dibujo, también han incorporado fotografías de los personajes que son criticados, en su mayoría políticos, ex presidentes y líderes mundiales.

RECOMENDACIONES

En la realización de un análisis de narrativas o discursos en imágenes secuenciales y audiovisuales se debe tomar en cuenta en contexto de la producción y también en contexto social y cultural desde dónde se hace el análisis.

Es importante que quien realiza el análisis, conozca a fondo el idioma y los modismos en los que se ha realizado la serie animada, caso contrario las palabras que han sido utilizadas para parodiar no cumplirán su función.

Los receptores deben pasar del nivel de análisis denotativo para ir al nivel de analizar connotativamente una imagen, pues en este nivel, es donde se descubren las verdaderas intenciones de los emisores, leer entre líneas, es un proceso cognitivo que requiere mucho análisis, pero permite al usuario saber qué es lo que en realidad se está transmitiendo.

Lista de referencias

- Aiello, M. A. (2008). *"El humor gráfico político y sus modos de construcción desde una mirada crítica"*. Buenos Aires.
- Alesso, M. (2000). *"Parodia y texto clásico. Nuevas perspectivas de análisis"*. Recuperado el 20 de octubre de 2014, de Vereda Pro Web 2. 0: www.biblioteca.unlpam.edu.ar
- Arias, A. (6 de julio de 2009). *"Intertextualidad, ironía, parodia y sátira: elementos constitutivos y subversivos en la obra de Nicanor Parra"*. Recuperado el 21 de noviembre de 2014, de www.repositorio.utp.edu
- Barale, J. (24 de 03 de 2007). *cursos para compartir*. Recuperado el 25 de octubre de 2014, de Curso Técnicas de Creación del humor: <http://www.mailxmail.com/>
- Beltrán, L. R. (2005). *La Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo*. Buenos Aires.
- Caivano, J. L. (2005). Semiótica, cognición y comunicación visual: los signos básicos que construyen lo visible. . En J. L. Caivano, *Semiótica, cognición y comunicación visual: los signos básicos que construyen lo visible*. (págs. 120 - 121). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires y CONICET.
- Canel, M. J. (2006). Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica . En M. J. Canel, *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica* (pág. 264). Tecnos.
- Chion, M. (1998). La Audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. En M. Chion, *La Audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido* (pág. 10). España: Editorial Paidós.
- Chion, M. (1998). *La Audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. España: Editorial Paidós.
- Española, D. M. (2007). Diccionario Manual de la Lengua Española. Madrid, España: Larousse Editorial, S.L.
- Flores, F. y. (2011). LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN NUESTROS DÍAS. *Razón y Palabra*, 34.
- Fotonostra . (2011). Diccionario de Fotografía y Diseño. Mexico D.F.
- Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid. (21 de 09 de 2012). *Fuam.es*. Recuperado el 11 de 11 de 2014, de [Fuam.es: http://fuam.es/wp-content/uploads/2012/10/INTRODUCCION.-La-Comunicacion.-Principios-y-procesos.pdf](http://fuam.es/wp-content/uploads/2012/10/INTRODUCCION.-La-Comunicacion.-Principios-y-procesos.pdf)
- Gerstlé, J. (2005). *La Comunicación Política*. LOM Ediciones.

- Hernández, S. (2012). El humor y su concepto. Humor, humorismo y comicidad. *Monográfica, Revista Temática de Diseño*, 35.
- Hill, M. (2014). *McGraw Hill Education*. Recuperado el 28 de noviembre de 2014, de The McGraw-Hill Companies: www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448181883
- Hutcheon, L. (1992). *Ironía, sátira y parodia. Una aproximación pragmática a la ironía*. México.
- Hutcheon, L. (1992). *Ironía, sátira y parodia. Una aproximación pragmática a la ironía*. Mexico.
- Ivanov, P. (2006). PROBLEMAS TEÓRICOS EN TORNO A LA PARODIA. EL "APOGEO" DE LA PARODIA EN LA POESÍA ESPAÑOLA DE LA ÉPOCA BARROCA[1]. *TONOS, Revista electrónica de Estudios Filológicos.*, 30.
- Kaplún, M. (1999). Producción de programas de radio. En M. Kaplún, *Producción de programas de radio* (pág. 163). Quito: Editorial "Quipus".
- Lamizet, B. (1997). Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication. En B. Lamizet, *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*. Ellipses Marketing.
- Merrell, F. (1998). Introducción a la Semiótica de C. S. Peirce. En F. Merrell, *Introducción a la Semiótica de C. S. Peirce* (pág. 27). Maracaibo: Ediciones Astro Data S.A.
- Mitchell, W. (2009). Teoría de la Imagen. Ensayos sobre la representación verbal y visual. En W. Mitchell, *Teoría de la Imagen. Ensayos sobre la representación verbal y visual*. (págs. 43-47). Madrid: Ediciones Akal.
- Prieto, C. D. (2012). *Notas Introductorias al análisis del proceso de Comunicación*. .
- Rincón, O. (2004). *COMUNICACIÓN POLÍTICA EN AMÉRICA LATINA*. Bogotá.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad Teledirigida*. México: Taurus.
- Villafañe, J. y. (1996). Principios de Teoría General de la Imagen. En J. y. VILLAFAÑE, *Principios de Teoría General de la Imagen* (pág. 70). Madrid: Pirámide.
- Weinsteiner, R. (2010). www.weinsteiner.net. Recuperado el 20 de 09 de 2014, de WEINSTEINER CONSULTING: <http://www.weinsteiner.net/>
- Wells, P. (2007). Fundamentos de la animación. En P. Wells, *Fundamentos de la animación* (págs. 4-7). Barcelona: Parragón Ediciones.
- Yanes, R. (2007). La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada. En R. YANES. Ámbitos.
- Zecchetto, V. (2002). *La Danza de los Signos*. Quito: Abya Yala.

