

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**TEMA:
ANÁLISIS DE “LA GRAMÁTICA RACIAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL
PAYASO” EN LA COMEDIA NACIONAL “LA PAREJA FELIZ” Y LA
RELACIÓN DEL ESTEREOTIPO MATRIMONIAL QUE PRESENTA ESTE
PROGRAMA.**

**AUTORA:
CLAUDIA GABRIELA NARVÁEZ MONTALVO**

**DIRECTORA:
ALBA CATALINA ÁLVAREZ PALOMEQUE**

Quito, mayo 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, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, mayo del 2015

Claudia Gabriela Narváez Montalvo
1713213229

DEDICATORIA

Esta tesis es dedicada a mi madre, compañera, amiga y maestra de la vida, por su incondicional entrega y paciencia en este proceso. A mi padre, porque sin él este gran logro no se vería realizado. A mi hermano, por la alegría que llena mi espíritu. Finalmente, dedico este trabajo a las personas que me han apoyado en los peores y mejores momentos de mi vida. Muchas Gracias.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la profesora Catalina Álvarez por darme la fortaleza y la confianza de llegar hasta el final. Por ser una persona que transmite grandes valores. Por ser un ejemplo de esfuerzo y dedicación.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 1	3
CULTURA Y DISCURSO TELEVISIVO EN LA COMUNICACIÓN	
1.1 Aproximaciones conceptuales.....	3
1.2 Estudios culturales y televisión.....	6
1.3 La televisión y la industria cultural	10
1.4 Los efectos televisivos	12
1.5 El discurso televisivo	15
1.6 El homo ludens y la espectacularización de la comedia en el discurso televisivo.....	16
1.7 La comunicación no verbal en la televisión.....	24
CAPÍTULO 2	27
ESTEREOTIPO Y CULTURA	
2.1 Oposición binaria, reduccionismo, naturalización y esencialización.....	27
2.2 Estereotipo y representación social.....	29
2.3 La “Gramática de la raza” una construcción ideológica a partir de estereotipos	36
2.4 El matrimonio: la relación marital y la violencia como estereotipo	43
CAPÍTULO 3	49
“LA GRAMÁTICA RACIAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL PAYASO” EN LA COMEDIA NACIONAL “LA PAREJA FELIZ” Y LA RELACIÓN DEL ESTEREOTIPO MATRIMONIAL	
3.1 La pareja feliz.....	48
3.2 Temática del sketch	49
3.3 Guion general de la serie	49
3.4 Personajes Relevantes y sus características	50
3.4.1 Panzón Pata Flaca (personaje principal)	50
3.3.2 Mofle (personaje principal)	52

3.4.3 Rayovac	54
3.4.4 Valentín	54
3.4.5 Penélope	55
3.4.6 Sra. Negrón	56
3.4.7 El sobrino	56
3.4.7 Virginia	57
3.5 El matrimonio: Mofle y Panzón	58
3.5.1 Análisis de los diálogos y lenguaje no verbal de la serie enfocado en el matrimonio de Mofle y Panzón	58
3.5.1.1 Capítulo 1 de la 1era temporada (capítulo donde se evidencia la relación de la pareja)	59
3.5.1.2 Capítulo “O pagas tú o pago yo” de la 5ta temporada (capitulo donde se evidencia las responsabilidades económicas de la pareja)	72
3.5.1.3 Temporada 1 episodio 38 (donde se evidencia la desigualdad de género que existe en la pareja)	76
3.5.2 Símbolos del matrimonio que presenta el programa	83
3.5.3 Construcción de estereotipos en los tres capítulos analizados	85
3.6 “La pareja feliz” suspende su emisión	86
CONCLUSIONES	89
LISTA DE REFERENCIAS	92
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Oposiciones binarias	45
Tabla 2. Roles y estereotipos generales del matrimonio	45
Tabla 3. Características Panzón recién casado	51
Tabla 4. Características Panzón cinco años después	51
Tabla 5. Características Mofle recién casada	52
Tabla 6. Características Mofle cinco años después	53
Tabla 7. Características Rayovac	54
Tabla 8. Características Valentín	54
Tabla 9. Características Penélope	55
Tabla 10. Características Sra. Negrón	56
Tabla 11. Características “El Sobrino”	56
Tabla 12. Características Virginia	57
Tabla 13. Capítulo 1 de la 1era temporada escena 3	59
Tabla 14. Capítulo 1 de la 1era temporada escena 5	64
Tabla 15. Capítulo 1 de la 1era temporada escena 4	68
Tabla 16. Capítulo “O pagas tú o pago yo” de la 5ta temporada escena 1	72
Tabla 17. Temporada 1 episodio 38 escena 1	76
Tabla 18. Temporada 1 episodio 38 escena 1	80
Tabla 19. Matrimonio feliz	84
Tabla 20. Cinco años después	84

RESUMEN

El presente trabajo se fundamenta en el análisis del estudio de “La gramática de la raza” planteado por Stuart Hall, en donde presenta las categorías del “nativo”, el “esclavo” y principalmente el “payaso”. Esta investigación se ve reflejada en la comedia ecuatoriana “La pareja feliz” y se sustenta a partir de la relación que mantiene con el estereotipo matrimonial generado y reforzado por este programa a partir del uso reiterativo del humor.

De este modo, la televisión, como medio de reproducción masivo, interviene de manera relevante para explicar varios aspectos que relacionan a la industria cultural y los efectos que producen las emisiones televisivas en los aspectos culturales y sociales del hombre. Tales efectos permiten incorporar al discurso televisivo y explicar cómo se construye el mecanismo de dichos contenidos

Partiendo de la explicación anterior, es relevante mencionar que la comedia, conjuntamente con la comedia de situación (sitcom), crean una realidad espectacularizada dentro del entorno familiar y matrimonial. Es así que la comunicación verbal y no verbal intervienen como factores importantes dentro del proceso de estereotipación y así mismo, para la reproducción de contenidos tergiversados e implícitos para el televidente.

Considerando estos puntos, se realiza un análisis crítico discursivo en determinados diálogos presentes en varios capítulos del programa humorístico “La pareja feliz”. De este modo, se desarrolla la relación que existen entre los aspectos mencionados y la Gramática de la Raza de Stuart Hall, que a más de ser una categorización respecto a discriminación racial, se fundamenta también en la exclusión de género dentro de las relaciones de pareja. De tal manera, los personajes cómicos que intervienen en este programa legitiman, mediante el humor, varios comportamientos negativos reforzados por este programa.

ABSTRACT

This work is based on the analysis of the study of "The grammar of the race" by Stuart Hall, where presents the categories of "native", "slave" and especially the "clown". This research is reflected in the Ecuadorian comedy "The happy couple" and rests from the relationship that keeps the double stereotype created and reinforced by this program from the repetitive use of humor.

Thus, television, as a means of reproduction, mass, intervenes in a relevant way to explain various aspects relating to the cultural industry and the effects that produce broadcasting in the cultural and social aspects of the man. Such effects can add to the television speech and explain how the mechanism of such content on the basis of the explanation above is built, it is relevant to mention that comedy, in conjunction with the sitcom, create an espectacularizada reality inside the family and matrimonial environment. It is thus that the verbal and nonverbal communication involved as important factors in the process of esterotipación and also for playback of distorted and implicit content for viewers.

Considering these points, we performed an analysis critical discourse in several dialogues present in several chapters of the humorous program "The happy couple". In this way, develops the relationship between these aspects and the grammar of the race of Stuart Hall, to be more than a categorization with respect to racial discrimination, also based on the exclusion of gender within relationships. So, the Comic characters that take part in this program legitimize, through humor, several negative behaviors reinforced by this program.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación mantienen al hombre dependiente e inmerso en todo tipo de información, lo que le permite la construcción de sus propias opiniones y pensamientos. La televisión, dentro de este ámbito, ha generado un cambio potencial dentro de la construcción cultural y social. El contenido que emite es parte de una estrategia generada por la industria cultural, la cual es responsable de los efectos que se han desarrollado en la actualidad.

Los programas cómicos ecuatorianos han plasmado una visible problemática dentro del comportamiento social. Es usual que las comedias televisivas presenten y generen estereotipos negativos que sobresalen y son comunes en los ecuatorianos respecto al ámbito matrimonial y familiar, es por esta razón que las emisiones televisivas son visualizadas como algo normal, lo que confiere a desconfigurar la construcción social y cultural del televidente. Es así que se analiza de forma crítica discursiva al programa humorístico de “la pareja feliz” para demostrar los aspectos peyorativos que generan en la convivencia de pareja.

El primer capítulo abarca la característica fundamental de la televisión y sus efectos, desde un punto de vista peyorativo, para presentar la deformidad de la percepción de la realidad a partir de estereotipos, para reiterar que la televisión es un medio que genera ideas desconfiguradas de la relación social del hombre y su entorno. El resultado es la transformación del homo sapiens a homo videns y posteriormente a un homo ludens estático, que se entretiene y satisface con la producción televisiva.

El segundo capítulo de esta investigación busca plantear al estereotipo como un proceso dentro de la cultura televisiva a partir de la oposición binaria, reduccionismo, naturalización y esencialización. De esta manera se puede explicar la “Gramática de la raza” en donde el “esclavo”, “nativo” y principalmente el “payaso” forman parte del centro de entretenimiento de la programación de la televisión.

En este contexto, los programas televisivos, principalmente las series cómicas o *sitcoms*, se puede percibir que giran en torno a la idea de convivencia familiar, en este caso, el vínculo entre el hombre y la mujer dentro del ámbito conyugal. De este modo, se tomará en cuenta la comedia televisiva “La pareja feliz”.

La metodología, tratada en el tercer capítulo, se realiza mediante un análisis del discurso enfocado en el humor y usos de estereotipos, el cual se da a partir de la relación conyugal que existe dentro de la pareja protagonista de la comedia. Los puntos considerados son varios diálogos relevantes que plantean una generalización del cambio drástico que sufre la pareja dentro de cinco años de matrimonio. De esta manera, se incorporan los diferentes temas tratados para dar la importancia pertinente del campo de la comunicación social gracias al análisis de la “Gramática de la raza” desde la perspectiva humorística. De este modo se puede demostrar los estudios planteados en la escuela de Birmingham bajo los conceptos de Stuart Hall en la importancia de la cultura y lo que implica la relación de una equidad de términos que no solo se enfocan en la raza, como concepto base de la Gramática racial, sino que incluye a la discriminación, ya no solo de cultura, sino de género.

CAPÍTULO 1

CULTURA Y DISCURSO TELEVISIVO EN LA COMUNICACIÓN

El presente capítulo aborda la importancia de los estudios culturales en el medio de comunicación televisivo y cómo, a partir de la industria cultural, se crea una televisión consumista que manipula al televidente, directa o indirectamente, haciendo uso del contexto social e histórico y así deformando la percepción de la realidad. Los efectos que produce la televisión permiten incorporar los estudios del discurso televisivo y explicar cómo se construye el mecanismo de los contenidos que aporta la “caja chica”. El televidente ya no se manifiesta como homo sapiens sino que, frente a un televisor, se transforma en homo videns. Este hombre, que basa su vida en las diversas formas audiovisuales, se sienta frente al televisor para entretenerse, es así que se incorpora el homo ludens.

El contenido televisivo de espectacularización y consumo como las películas, seriales y principalmente las comedias se enfocan en ámbitos familiares que dan lugar a la tergiversación cultural y la creación de nuevos estilos de vida que comparten el cotidiano social.

1.1 Aproximaciones conceptuales

Los medios de comunicación no solo conforman lo que es el medio escrito o radiofónico, sino también audiovisual, con ello se hace referencia a la televisión. La palabra medio proviene del latín medius (que está en el medio) remite por su parte la interrelación a distancia sin mayor posibilidad de interacción entre el receptor y el emisor, es decir, a un tipo de comunicación que se distingue de la comunicación interindividual (intercambio frente a frente) y de la comunicación organizacional en pequeños grupos en donde el receptor tiene una escasa capacidad de respuesta al emisor. (Maigret, 2005, pág. 47)

Raymond Williams (2011) menciona que la televisión y teledifusión se racionaliza en una comunicación de masas. Al referirse a “masas” se apoya en siglo XIX para designar a esta palabra como “populacho” y de ahí junto con la revolución urbana e industrial se respalda el concepto para referirse a una nueva conciencia de clases y las nuevas formaciones sociales como “organización de masas”. Posteriormente frente a

la producción múltiple en el ámbito laboral se menciona como “producción masiva” de ahí se reorganiza para referirse a grandes cantidades dentro del ámbito social. Es así que la radio y la televisión se denomina medios de masa o mass media ya que llegan a todos y cada uno de los hogares.

Después del desarrollo del cine, radio y fotografía aparece una máquina similar a una caja que emite imágenes en movimiento a blanco y negro, que dio un giro rotundo a la comunicación. Después de que los países más desarrollados la obtuvieran, el desarrollo televisivo fue acelerado. Ya no solo se escuchaba, sino que ahora existían imágenes que mostraban a manera de información una supuesta realidad.

Se puede hacer una gran diferencia entre la radio y la televisión. Pasando por una larga trayectoria en la historia de los medios de comunicación masivos desde los periódicos, el telégrafo, el teléfono y la radio (posteriormente la televisión) todos entran a ser elementos portadores de la comunicación lingüística, y hablar de esta es referirse al habla como un símbolo importante. La ruptura de esta conexión entre el hombre y los medios de comunicación se debe a la aparición de la televisión. Con ello, Sartori (1998) superpone que la televisión (ver desde lejos) se enfoca en que ver prevalece sobre el habla lo que hace que el espectador sea un animal vidente alejado de lo que es un animal simbólico.

Como seres racionales y simbólicos la capacidad de ver se fundamenta así como la capacidad de escuchar. Dentro del proceso de desarrollo de los medios comunicacionales el privilegio de ver fue indispensable ya que junto con la creación de la imprenta los medios de comunicación fueron impresos. De esa forma la capacidad de leer era importante para el entendimiento de la realidad y la necesidad de aprendizaje e información. Posteriormente la creación del teléfono y la radio se enfocaron en el desarrollo de escuchar lo que permitió de la misma manera entender la realidad.

Al leer o simplemente escuchar el hombre entiende y al entender razona, esto le da sentido al término homo sapiens. Pero al ver imágenes que se reproducen por sí solas dentro de una caja el hombre pierde el sentido constante de la interacción de ideas, se interrumpe la conexión entre emisor mensaje y receptor para dar lugar a un sentido

estático de la comunicación, que limita a ver y pasa de un homo sapiens a un “homo videns”. Con ello “la televisión, después del cine, ocupa desde los años sesenta la cima de la jerarquía de los medios considerados nefastos, que supuestamente transmiten la violencia social e individual” (Maigret, 2005, pág. 88)

Para Raymond Williams (2011) la transmisión y recepción se desarrolló antes del contenido. Para ello lo importante no era el contexto de la programación, sino la novedad de tener un apartado donde se podían observar acontecimientos y lugares desconocidos en modo monocromático al alcance de su comodidad. Posteriormente la televisión empezó a transmitir imágenes a color y fue ahí cuando la programación empezó a ser “colorida”. Diferenciada del cine por la baja inversión, lo que la televisión empezó a transmitir era lo que ya estaba ocurriendo o había ocurrido.

Como medio de comunicación de masas, la televisión ha adquirido caracteres preocupantes (no solo para los investigadores de la comunicación sino también, y sobre todo, para sociólogos, psicólogos y además interesados en las ciencias sociales), pues ha sido tal su desarrollo y magia que ha cautivado la atención de millones de espectadores, convertidos muchos de ellos en tele-maniacos, por los elementos audiovisuales que le tornan cautivamente. (Villamarín, 1997, pág. 250)

En un inicio, pocas familias tenían el privilegio de tener una sola televisión en un lugar accesible para todos, en general ubicada en un lugar céntrico de la sala de estar. Ahora todas las familias tienen televisión, y las familias más pudientes tienen una televisión por cada miembro que la conforman, en cada habitación, contando con el ejemplar que se encuentra en la cocina para el ama de casa y en el comedor para entretenerse mientras es la hora de comer. De aquí que la necesidad de ver está en un constante aumento. Es por ello que se puede mencionar la frase popular “ver para creer” lo que se enfatiza en que las imágenes son la garantía de la existencia.

Es la televisión la que modifica primero, fundamentalmente la naturaleza de la misma comunicación, pues la traslada del contexto de la palabra (impresa o radiotransmitida) al contexto de la imagen (...).

La imagen se ve y eso es suficiente; y para verla basta con poseer el sentido de la vista, basta con no ser ciegos. La imagen no se ve en chino, árabe o inglés. (Sartori, 1998, pág. 35)

La televisión es un medio de comunicación completo que, a más de tener imágenes en constante movimiento, posee audio y video con una programación abierta las 24 horas del día, lo que sustenta los conceptos de Villamarín (1997) sobre los telemaniacos y los conceptos de Sartori (1998) al decir que el hombre solo busca su satisfacción informativa a través de las imágenes. Muy aparte de ello, cabe recalcar que el consumo televisivo también depende de los medios públicos o privados y la programación diaria que utilizan para mantener el rating a niveles altos.

Por otro lado, es indispensable mencionar lo que hoy en día es la interacción emisor-receptor llamada ahora como “sociedad de la información” por la desmesurada necesidad de satisfacer la circulación constante de grandes cantidades de información. Que así como pequeñas emisiones televisivas en celulares podemos encontrar internet gratuito al alcance de cualquier persona. De hecho, canales televisivos son transmitidos en vivo dentro de los distintos sitios web.

De Homo Sapiens a Homo Videns existe el intermediario comunicacional que es la televisión, y claro está, posteriormente la internet. Pero es indispensable destacar que el hombre es un títere del hombre que está detrás de las producciones visuales teledirigidas. Y este hombre capitalista que juega con el contexto del receptor, es otro ser humano manipulado por ideas que dominan en otros contextos. La producción visual surge de idea tras idea y, tras estas diáfanos ideas, hay una realidad que al plasmarla en una caja cuadrada se distorsiona y muestra al hombre lo que le perturba, inquieta y entretiene.

1.2 Estudios culturales y televisión

La ciudad está en constante movimiento, la gente no para de comunicarse y al comunicarse genera varios cambios sociales. Ahora, gracias a la televisión el ser humano está abierto a recibir o ser un neto receptor de información que se ve obligado a la adaptación y esta adaptación permite la actividad cíclica de los cambios culturales.

En este punto, la introducción de la escuela de Birmingham y los estudios culturales nos dan una idea que pretende incorporar a los medios como parte de un estilo de vida inextricablemente unido a nosotros. Como una forma cultural. Mattelart (1997) se enfoca en lo que alega Frank Raymond Leavis como la base de estas investigaciones partiendo en que el desarrollo del capitalismo industrial y sus expresiones culturales, enfocados en el cine y la reproducción de imágenes (en esa época se trata sobre todo del cine) tienen un efecto pernicioso en las distintas formas de la cultura tradicional en toda la sociedad. Las expresiones culturales del capitalismo pertenecían, en cierto modo, a una sociedad mecanizada por el consumo, el trabajo alienante, los anuncios publicitarios y la reproducción de la comunicación de masas. Leavis se oponía al capitalismo industrial como sistema de desarrollo y el lugar que ocupaban los medios de comunicación como medio de educación.

El capitalismo industrial dio un vuelco profundo a la época, una era de cambios no solo sociales, sino culturales, donde los valores y hábitos se vieron producidos por contextos pasajeros. Los medios de comunicación trabajan y refuerzan estas transformaciones influenciando y manipulando de manera perniciosa en ámbitos de expresiones culturales.

La influencia implica la utilización, por parte del influenciador, de recursos suficientes para imponer su criterio y voluntad propia sobre el destinatario o influenciado. Se trata así de un mecanismo, bien de refuerzo de actitudes, o bien de posibilidad de cambio de actitudes y comportamientos, lo que incluso puede afectar a los valores y creencias colectivas de grupos reducidos o amplios. (Roiz, 2002, pág. 66)

No obstante, la clase obrera o el pueblo se veía susceptible ante varios cambios no solo en el ámbito laboral y las nuevas fases coyunturales que se aproximaban, sino que, ante la influencia de las grandes elites que manejaban la capitalismo económico, social y cultural, se vieron obligados a la adaptación y al convencimiento de la mejoría de los nuevos estilos de vida gracias a la influencia de los medios de comunicación, los mismos que eran, y son instrumentos de masivos de información.

La clase obrera es susceptible a la emisión de los medios de comunicación, los estudios culturales están enfocados a lo que Mattelart (1997) llama la “cultura del pobre”. En estos estudios, el discurso junto con sus elementos de análisis van a intervenir de manera inevitable ya que estos estudios no solo se inclinarán a efectos culturales como prácticas de una sociedad compartida sino que a su vez un análisis profundo desde los significados y significantes hasta los medios de las investigaciones estructuralistas que tiene que ver con los estudios lingüísticos y las influencias la de comunicación verbal y no verbal dentro de lo que es la emisión de mensajes.

Para Mattelart la escuela de Birmingham y sus grandes teóricos Hoggart, Williams, Thompson, Hall y posteriormente Williams plantearon la agravante preocupación de los medios de comunicación dentro de los cambios sociales y la idea de relación entre la cultura y las prácticas sociales. Junto con estudios marxistas donde se relacionan los procesos sociales, del capitalismo y la relación cultural como un marco que no se puede separar del ámbito social.

Como un breve recuento, la idea de cultura se basa en las relaciones y creencias que el mismo hombre reproduce, como una construcción social. Sin embargo Ien Ang¹ analiza al término de cultura en que

No se trata de la “cultura” simplemente como un objeto discreto de investigación en comunicación. Los estudios culturales tratan acerca de proceso social continuo y contradictorio de la producción, de la circulación y del consumo cultural, no acerca de la cultura definida como un conjunto más o menos estático y objetivado de ideas, de creencias y de comportamientos (Ang, 1997, pág. 84)

Partiendo de ello, se habla de una cultura definida como consumista, que construye su historia a partir de las diferentes producciones de contenidos comunicacionales manejados por las industrias elitistas y con beneficios de lucro. Dentro de este campo

¹ Profesora de Estudios Culturales en el Instituto de Cultura y Sociedad en la University of Western Sydney. Cursó estudios de arquitectura, sociología, psicología y comunicación en Ámsterdam, en cuya Universidad se doctoró con la tesis *Desperately Seeking the Audience: How Television Viewership is Known* (1990).

de estudio, el término de cultura cambia al ámbito marxista en donde Hall (2013) se remonta a exponer:

La cultura humana es el resultado y el registro del dominio desarrollado del hombre sobre la naturaleza, de su capacidad de modificar la naturaleza para su uso. Esta es una forma de conocimiento humano, perfeccionado mediante el trabajo social, que constituye la base para todo nuevo estado en la vida histórica y productiva del hombre. No se trata de un “conocimiento” almacenado en abstracto en la cabeza. Está materializado en la producción, encerrado en la organización social, ha avanzado mediante el desarrollo de hábitos tanto prácticos como teóricos y por encima de todos, se ha preservado y transmitido por medio del lenguaje (Hall, 2013, págs. 228-229)

En este sentido la cultura televisiva, partiendo de los términos de la palabra base en sí, se explica a partir de la producción y reproducción de discursos necesarios para el cotidiano social, como la base de un nuevo estilo de vida dominado por la capacidad que tiene el *sujeto empírico* de persuadir. De esa manera, partiendo de las necesidades, la televisión se vuelve una construcción cultural no solo por lo que el hombre recibe, sino por lo que el aparato innovador emite.

Otro punto importante dentro de la construcción de una cultura televisiva es la intención de educar que pretende este medio. Es decir, que desde el nacimiento del infante, los padres introducen en su vida educativa a que el niño este frente a un televisor. Desde casa, para el niño el televisor no es un objeto, sino que se transforma en sujeto educativo, en otros términos el televisor es el maestro provisional que inculca al niño a someterse a una semi-realidad. Con esta idea se refuerza el hecho de que al ser una cultura televisiva pasa a un proceso generacional de padres a hijos en un círculo vicioso continuo.

Simplemente en términos de recursos económicos, técnicos, sociales y culturales los medios de comunicación de masas se llevan una tajada cualitativamente mayor que los canales culturales supervivientes antiguos y más tradicionales. Mucho más importante es el modo en que

la totalidad de la gigantesca y compleja esfera de la información, intercomunicación e intercambio público –la producción y el consumo del “conocimiento social” en las sociedades de este tipo –depende de la mediación de los medios modernos de comunicación. (Hall, 2013, pág. 251)

Hablar de cultura televisiva es remitirse a la construcción del hombre y lo que conlleva la tecnología en su habitualidad. Los medios de comunicación son un arma de doble filo, mantiene al hombre al tanto de las situaciones mundiales, lo que permite que él tenga una opinión y construya sus pensamientos para formarse como ser racional. Pero a su vez la información es mercantilizada y vende al hombre información irrelevante. Como expuso una vez Lasswell la propaganda puede ser un medio eficaz de ataque más impactante que la violencia en sí misma.

Según Stuart Hall los estudios culturales fueron investigaciones que le llevaron a tratar el tema racial como un proceso de cambios y de difusión dentro de los medios de comunicación a esto remite que “Los medios de comunicación no solo son una poderosa fuente de ideas sobre la raza. Son además un lugar en el que estas ideas se plantean, se hacen convincentes, se transforman y se elaboran”. (Hall, 2013, pág. 307)

El televidente asume los enunciados, el mercantilismo televisivo se hace evidente cuando lo real se tergiversa y se vuelve entretenimiento. El hombre empieza a depender de las innovaciones tecnológicas siendo parte de ellas y creando una cultura en donde el espectador no puede vivir sin tener a su alcance un mando que controle una pantalla e indique todo cuanto él quiere ver.

1.3 La televisión y la industria cultural

La televisión ha sido un instrumento de alteración cultural y conductual dentro de la sociedad. Uno de los puntos a abordar es el hecho de que la televisión es un objeto de producción económica y de consumo. Con ello podemos hacer hincapié en los estudios de la Escuela de Frankfurt con respecto a la *industria cultural*

A mediados de los años cuarenta Adorno y Horkheimer crean el concepto de “industria cultural”. Analizan la producción de los bienes

culturales como movimiento global de producción de la cultura como mercancía. Los productos culturales, las películas, los programas radiofónicos, las revistas manifiestan la misma racionalidad técnica, el mismo esquema de organización y planificación por parte del *management* que la fabricación de coches en serie o los proyectos de urbanismo. (Mattelart, 1997, pág. 54)

El crecimiento excesivo del capitalismo en países industrializados vio a los medios de comunicación como una mercancía. Los mismos fundadores de la producción televisiva como tal fijaron la oportunidad de aprovechar al máximo el tiempo de ocio del trabajador. El empleado, ya sea público o privado tiene por derecho ocho horas de trabajo, fuera de él, ocho horas de ocio y al final del día ocho horas de descanso. Después de una jornada dura, el empleado no suele salir a ningún lado, llega a su hogar y prende el medio de comunicación que esté a su alcance, como un medio de entretenimiento para aprovechar su tiempo de ocio. El hombre, mediante el hábito continuo de mirar el mundo televisivo ha hecho parte de su cotidiano vivir necesario para aprovechar el tiempo libre a cada instante como parte intangible de su construcción dentro de las sociedades tecnológicas. “La industria cultural fija de manera ejemplar la quiebra de la cultura, su caída en la mercancía. La transformación del acto cultural en un valor que destruye su capacidad crítica y disuelve en él las huellas de una experiencia auténtica.” (Mattelart, 1997, pág. 54)

En las sociedades contemporáneas, hoy en día, la televisión tiene un alto nivel de mercantilismo cultural, las telenovelas, las series televisivas, las películas e incluso la información propagandística son productos de la industria cultural. Este concepto se mantiene inextricablemente unido con el sistema de manipulación. Las producciones televisivas tienden a crear “arte visual” para vender una idea que sea consumida día a día por el hombre. Si un programa no vende, no es producto consumible y es desechado. La industria cultural es al consumidor como el emisor es al receptor.

De este modo, la industria cultural y el imaginario, resultado de la producción, determinan el consumo masivo y organizado. Para Miguel Roiz (2002) la demanda del consumidor nunca se tomará en cuenta, son los empresarios entendidos en la fabricación de contenidos quienes planifican, crean y manifiestan basándose en la

rentabilidad con la mínima intención de educar y formar social y humanamente al hombre, es por eso que la producción *cultural-industrial* tiene como finalidad eliminar cualquier actividad mental positiva de los receptores. Por añadidura, los productos, creaciones de las grandes industrias expresivas, excluyen ideas nuevas por novedades repetidas ya vistas en otras producciones (historias, argumentos, tramas) que han tenido aceptación para que, analógicamente, evitar cualquier riesgo de pérdida económica. De aquí, a que su aspecto más perverso, se debe a su inevitable capacidad de atracción que intenta y logra seducir al consumidor.

Ninguno de los estudios ya mencionados deja de lado al receptor como un ser que es atacado por el emisor. Con la escuela de Frankfurt se puede constatar la creación de las industrias culturales para persuadir y mirar a los medios de comunicación como un arma estratégica más violenta que las armas de fuego. Y por último los estudios de la escuela de Birmingham y Raymond Williams a constatar una cultura televisiva que se relaciona muy bien con los efectos que se verá a continuación.

1.4 Los efectos televisivos

Con la creación de los medios de comunicación, las teorías que abarcan los distintos significados de comunicar empezaron a relacionarse, ya no solo un hecho de compartir e interactuar mediante el intercambio de ideas, sino analizar desde los diferentes puntos de vista cómo influye la comunicación en el ámbito social, antropológico y cultural.

De esa manera, uno de los medios que dio un giro total a la comunicación fue la aparición de la televisión. Este aparato novedoso, dio un nuevo sentido al mundo de la información, usando al medio como emisor y al hombre, ahora televidente, como receptor. Dentro de este ámbito el hecho tecnológico se relacionó profundamente con la sociedad, dando a entender a la televisión como una invención tecnológica y social.

La televisión ha tenido recurrentes problemas a partir de los efectos que ha remitido al público y para estos efectos es necesario partir de una sola causa, que para Raymond Williams (2011) se presenta como el resultado y posibilidad de la investigación científica y tecnológica, a partir de ello, los efectos se resumen de esta manera:

- El gran poder que tuvo como medio de transmisión de noticias alteró a todos los medios de difusión dejándolos en segundo plano.
- El poder que alcanzó como medio de comunicación social desconfiguró instituciones y formas de relacionarse
- Sus propiedades innatas respecto a imagen-movimiento-sonido deformó la percepción de la realidad y por ende la relación con la sociedad y el mundo.
- Siendo un medio de entretenimiento y noticias redujo algunos procesos centrales de la vida familiar, cultural y social.
- Fue seleccionada como objeto de inversión y desarrollo con el fin de satisfacer necesidades de una sociedad postmodernista como fuente de entretenimiento y principal formadora de opiniones y estilos de conductas. Así mismo como una nueva etapa de economía de consumo doméstico poniéndolo como uno de los artículos principales para el hogar.
- Explotó y reforzó la pasividad e inadecuación cultural y psicológica latente en las personas que la televisión llegó a representar y, de ese modo, sirvió a las necesidades de un nuevo tipo de sociedad ahora compleja. (Williams, 2011, págs. 23-24)

A partir de estas características, lo más importante, y lo que abarca la necesidad de que la televisión sea un instrumento de consumo masivo es el contenido que subyace al televidente a mirar y satisfacer las necesidades de información y entretenimiento que, a partir acontecimientos actuales o históricos, enmarcan a la televisión y su programación en objetos de mercantilismo.

Los efectos que generan los medios de comunicación han sido el punto relevante para demostrar los cambios sociales y culturales que se han dado a partir del consumo mediático. El mensaje como efecto se analizó en varias teorías. La primera dentro de lo que otorga Lasswell y sus dos estudios principales:

Así como explica la aguja hipodérmica de cómo los medios entran en nuestro consiente, el hombre como receptor ya no puede hacer nada una vez que la información llegó a él como una inyección, y mientras más sea la dosis de la inyección o mejor dicho, mientras más repetitiva sea la información o el mensaje generará más efectos.

Y, como segundo estudio a la “*pregunta programa*” ¿Quién dice qué por qué canal a quién y con qué efecto? Que, de una manera más profunda y analítica correspondería a “quién dice qué” como análisis de contenido, “por qué canal” como análisis de los medios de comunicación, “a quién” como análisis de audiencia y “con qué efecto” como análisis de los efectos. (Mattelart, 1997, pág. 30)

En términos generales, la televisión ha sido instalada como un amplio medio de penetración de masas que puede ser usado con todo tipo de intensiones como entretener, informar, persuadir, satisfacer, etc., para difundir a manera más eficaz y simple el mensaje. Para Ángel Benito Jaén (1994) la política ha sometido a la televisión como un medio de persuasión de masas para fines ideológicos dentro de los cuales los distintos grupos de poderes usan este medio, de manera directa o indirecta, para impactar y crear las diversas oposiciones en las vertientes políticas. Sin embargo, no se puede dejar de lado los efectos que se dan a partir de la relación entre televisión – cultura. Los estudios a partir de estos dos términos, se debaten en que si la televisión como poderoso medio audiovisual de la actualidad crea cultura o solo ofrece proposiciones culturales.

“La característica principal de la televisión y sus efectos es considerar a los receptores como sujetos pasivos que se enfrentan a la pantalla como individuos incapaces de aceptar o rechazar.” (Navarro Casillas, 2003, pág. 26). Los acontecimientos que se ven reflejados en la “pantalla chica” se asemejan a situaciones del cotidiano social: la familia, la amistad, el noviazgo, y dentro de ellos los activos problemáticos como la violencia, la infidelidad, el sexismo, etc. Con ello el televidente se ve inmerso a recibir la información tal cual como la aguja hipodérmica y reflejarlo después en su cotidiano vivir.

En cuanto a estos efectos nos enfocamos ahora en lo que es la deformidad de la percepción básica de la realidad. Es decir, a la televisión como un medio generador y constructor de “realidades” a partir del contexto social, político, religioso, cultural y económico de una sociedad como eje de producciones expresivas mercantilistas. Es así que:

Gracias a la constante repetición de algunas tramas, historias populares, retratos de personajes y situaciones que los personajes tienen que afrontar, los media proyectan imágenes determinadas de la sociedad y la realidad. Los espectadores se encuentran en la situación de estar cada vez más dependientes de los media para formarse dichas imágenes, ya que una gran parte de la vida social está más allá de lo que se puede experimentar directamente. (Blumler y Gurevitch, 1982, 263, citado en Wolf, 1994, pág. 114)

Esta alteración se da por un punto fundamental que es el mensaje televisivo y las consecuencias del uso equívoco de los mismos. Este punto toma relación con lo que es el mercantilismo televisivo y el consumo según lo que acepta el público como entretenimiento.

Williams (2011) menciona que la intención de los medios de comunicación, en este caso la televisión, se hizo efecto abriéndose a otras dimensiones en donde quienes ejercían el control comunicacional veían a la sociedad como público, telespectador y mercado es así que, tanto causa y efectos, mantienen un ritmo acelerado de cambios sociales y culturales. Siendo la televisión un mundo dentro de una pequeña pantalla, el televidente se aferra a vivir una verdad que simula realidad. La cotidianidad frente a cámaras que crean producciones cinematográficas, seriales, documentales, realities muestran un tanto por ciento de ficción porque se preparan para mostrar al mundo la realidad que el productor y su ingenio perciben a su manera y así convertir, el contexto que se crea en una pantalla, en una industria que mantiene al hombre en constante consumo.

1.5 El discurso televisivo

Pereira Valarezo (2008) cita a John Thompson (1998) para explicar que la comunicación entre dos o más sujetos se da a partir de la interacción. Este término puede situarse en varias categorías, la primera *interacción cara a cara* que se instaura en la comunicación que ejerce una persona frente a otra en un mismo lugar. En segundo lugar la *interacción mediática* entre una o varias personas frente a un medio que permita una comunicación en vivo, es decir, por medio del teléfono, chat, o celular. Y en tercer lugar la *casi-interacción mediática* que implica al sujeto frente a un medio comunicativo. Es decir la interacción frente al televisor, cine o periódico.

En tanto al punto central que es la televisión la *casi-interacción mediática* actúa de manera pasiva, una acción comunicativa incompleta ya que hay una emisión estática, no existe juego entre emisor-mensaje-receptor. Es decir, el receptor recibe como una *aguja hipodérmica* el mensaje y lo puede o no transmitir de manera consciente o inconsciente mediante la aceptación del discurso comunicativo en diferentes contextos cotidianos.

Pereira Valarezo explica el discurso en lo siguiente:

El discurso en su aceptación sociosemiótica más amplia, implica una producción simbólica y sígnica que se genera, produce, circula y se consume en contextos y tiempos concretos, posibilitada por la interacción e interrelación de los sujetos en sus dinámicas socioculturales, con base en los más variados sistemas semióticos, recursos y procedimientos (Pereira Valarezo, 2008, pág. 111)

Pero para que un discurso emita algo en particular se debe tomar en cuenta a la enunciación, lo que permite la acción de comunicar verbalmente en un mensaje. La enunciación es parte fundamental del discurso, permite dar las herramientas para que se transmita información, en este caso sería la lengua y el locutor o emisor.

Partiendo de esta explicación los elementos que A. Pererira Valarezo (2008) explica partiendo de los estudios de O. Ducrot con respecto a *la teoría polifónica de la enunciación* nos permite revisar más a fondo el enunciado dentro de la televisión. En ello se explican tres categorías importantes. La primera es el *Sujeto Empírico* que, dentro del ámbito televisivo, corresponde al productor, dueño de la idea. El segundo el *locutor*, quien es el responsable de reproducir el enunciado y como tercera categoría el *enunciador* que sería el mensaje que llega al televidente como punto de perspectiva abstracto. Pero cabe incluir como aspecto importante al espacio-tiempo en donde se desenvuelve la enunciación y a quien va dirigido que es el enunciatario, en este caso, el televidente.

1.6 El homo ludens y la espectacularización de la comedia en el discurso televisivo

Partiendo del término Homo ludens, el cual se refiere al hombre que juega activamente como medio de relajamiento dentro del tiempo de ocio, se enfatiza a un homo ludens

estático, que utiliza el tiempo de ocio frente al televisor que presenta movimientos visuales en determinados contextos. Este es el hombre postmoderno dentro de la sociedad de información. De este modo

El discurso del entretenimiento orientado hacia el espectáculo se ha convertido, cada vez más, en una forma sociocomunicativa muy expresiva pero extremadamente formalizada, que excluye por su propia naturaleza al discurso educativo y pedagógico, que ha pasado a ser minoritario. El entretenimiento se manifiesta casi siempre como espectáculo y, por lo tanto, como mecanismo privilegiado de evasión que engloba el discurso típico de cultura para las masas, de tal manera que se legitima socialmente como atracción. (Roiz, 2002, pág. 156)

Como menciona Sartori (1998) es cierto que la televisión entretiene y divierte, el receptor es el homo ludens, el hombre como animal que goza, que se satisface y nunca ha estado tan complacido en toda su historia como cuando prende un televisor o un computador y se acomoda. Este dato concierne a lo que es la televisión como mero espectáculo. Dicho de otra forma, es verdad que la televisión estimula así como lo hizo la radio, pero el efecto que produce la televisión es dinámico y diferente. Hasta el siglo XX la mayoría de la población se encontraba aislada de lo que era despertar con la palabra o con la imagen. Ahora está al alcance de nuestras manos, que con solo un botón estemos enterados de la visión de todo el mundo y dentro de estas facilidades el empobrecimiento de la capacidad de entender.

A lo largo del tiempo, lo que más ha llamado la atención de la gente es la tragedia y dentro de ella todo el ámbito relacionado con la violencia. Partiendo de épocas en donde tanto inocentes como culpables eran sacrificados por delitos justificados o injustificados, pasando por torturas y hasta por la horca o la decapitación, la gente se reunía para presenciar el suceso, una forma de entretenimiento social, ver al hombre sufrir. Más tarde ese sufrimiento se haría comedia y tragedia dentro de las obras de teatro, libros, periódicos, radio, televisión e internet.

Dentro de los medios de comunicación, la espectacularización ha sido parte intangible del entretenimiento del homo videns-ludens. Varios medios han sido partícipes de esta

acción. Partiendo de los periódicos con informaciones explícitas sobre violencia, asesinato, sexualidad en donde la gente consume día a día los anuncios amarillistas para saciar la curiosidad de la cruda realidad, hasta ser plasmada en la televisión con noticieros que ya no solo pretenden mostrar fotografías, sino video reportajes mostrando lo más íntimo de la noticia.

Como introducción a la comedia es importante explicar el término de género y serie. Para A. Pereira Valarezo la palabra se remonta a que

En la concepción aristotélica, los géneros se manifestarían como representaciones del mundo que caben en una multiplicidad de discursos que, inicialmente, estuvieron marcados por la imitación; y de los cuales va a surgir como referente esa famosa triada clásica: épica, lírica, dramática, de tanta influencia en Occidente (Pereira Valarezo, 2008, pág. 115)

Como una parte relevante de explicación A. Pereira Valarezo (2008) cita a G. Orza (2002) para agrupar a los tipos de género:

“Los géneros (o tipos de programa) del *discurso referencial* (noticieros, magazines, debates, etc.);

Los géneros (o tipos de programas) del *discurso ficcional* (series, telenovelas, telecomedias, etc.);

Los géneros (o tipos de programas) del *discurso hibridación* (talk shows, reality shows, etc.)” (Orza, 2002, pág. 120)

Dentro de este aspecto la comedia será mencionada como discurso ficcional, pero hay que situar en el contexto a la palabra “serie”, a lo que R. Williams explica:

El serial es la forma más conocida: una acción dramatizada dividida en episodios. La mayor parte de los precedentes culturales se ajustaba a esa forma. Las series tiene menos antecesores, y estos son principalmente los que aparecieron a fines del siglo XIX y continuaron

durante el siglo XX, en especial en determinadas categorías, relatos de detectives, historias de vaqueros, cuentos para niños. Y en estos casos lo que se mantiene de un episodio a otro no es una acción, sino uno o más personajes. (Williams, 2011, págs. 82-83)

Por otro lado, y siguiendo el hilo característico de lo que presenta la televisión. El programa es otro término clave para este análisis y sobre todo para ubicar la investigación en el contexto. Es así que de manera general a programa conocemos como un conjunto de emisiones consecutivas transmitidas no solo por radio, sino por televisión posicionándolas en los distintos géneros. Podemos decir que programas se puede denominar a todo lo que transmite la televisión, exceptuando a los bloques propagandísticos. Es así que un programa “contiene con frecuencia muchos más que el nombre de los realizadores y de los actores. Su ambición supera las necesidades de una información mínima y usurpa la comprensión del espectador” (Pavis, 1996, pág. 53)

Pereira Valarezo señala que programa es:

Un texto audiovisual que se actualiza en el discurso televisivo, en emisiones delimitadas temporalmente y cuyos contenidos se formalizan y desarrollan en unidades menores o segmentos marcados generalmente por la publicidad; con base en condicionamientos y convencionalizaciones forjadas por las rutinas del comportamiento cotidiano de cada comunidad, por los intereses económicos y del mercado; por las épocas, coyunturas, acontecimientos, públicos, tecnologías, etc. El programa es un texto-discurso (paradigma-sintagma) que, por lo general, se estructura y se resuelve en y por mecanismos isotópicos afiliados a géneros, contenidos y registros. (Pereira Valarezo, 2008, pág. 115)

Para caracterizar a un programa A. Pereira Valarezo (2008) cita a Orza (2002) para referirse a tres temas concretos. El primero se refiere al *tema o contenido del programa*, el cual se refiere al contexto y a la satisfacción de demandas para los momentos de ocio: noticias, deportes, salud, historia, humor, sexo, ficción, familia,

entre otros. Acompañado de ciertas delimitaciones la cobertura ya sea nacional o internacional, el *género*: hombres, mujeres o multigénero; niños, jóvenes, adultos, etc. *La estructura del programa* es otro tema en donde se dividen en externos refiriéndose a la ubicación temporal de transmisión, es decir mañana, tarde o noche, e internos en donde lo narrativo, temporal, espacial y protagonistas se representan en reales o ficticios. Y como tercer tema al *estilo funcional y registro estilístico del programa*. Como estilo funcional se refiere a las actitudes del productor al realizar un determinado programa y el estilo comunicativo al que se remonta. Como ejemplo podemos mencionar a las actitudes de representar que se contextualizan en la interpretación mediante la puesta en escena historias que se desplazan en un espacio-tiempo, en este caso el estilo comunicativo pertenecería al estilo dramático. El registro estilístico se inclina al uso discursivo para el reconocimiento de un programa determinado. Como introducción a la comedia, los registros se centran en el sentido humorístico refiriéndose a “los contenidos que muestran la visión cómica del productor <<en relación a...>>” y el sentido paródico/irónico en donde el contenido <<es una copia de...>> o un punto de vista crítico del productor.

Como primer punto en el análisis de esta investigación, está la comedia televisiva y, para empezar Williams (2011) entabla los comienzos de la comedia a partir del *teatro de variedades* en donde muestra muchas marcas de una cultura conscientemente dividida en estratos sociales. Pero para especificar el tema de la comedia se remonta a:

En los siglos XVIII y XIX, el teatro de variedades creció intensamente, en diversos niveles sociales. Una de las formas características del desarrollo industrial urbano fue el *music-hall*, que, en un ambiente muy específico, ofrecía una mezcla de canto, baile, despliegue físico y nuevos estilos de comedia y especialmente en el *music-hall* emergió una generación de actores de unipersonales cuyo linaje no se ha interrumpido hasta hoy: los actores que hoy conocemos como animadores o comediantes. (Williams, 2011, pág. 88)

La comedia de teatro pasa a la televisión por la acogida que tuvo en los escenarios y los *music-hall*, y recreándose como serie televisiva, y como precursores de este género fueron EEUU e Inglaterra. Una comedia como tal se caracteriza por el tiempo de

duración que es de 30 a 50 minutos. Los escenarios son variados, presentado lugares reales. Tiene varios personajes fijos y en ciertos capítulos la presentación de invitados especiales que, o pueden permanecer en varios capítulos o solo en uno. Cada programa tiene una idea central, no siguen un hilo conductor como en las telenovelas. Presentan situaciones reales o fantasiosas y por ende un presupuesto de producción alto. Ejemplos en este aspecto podemos encontrar a las comedias animadas de “Los Simpson”, “Futurama” o “American Dad”, las tres producciones estadounidenses.

Dentro de este ámbito, la comedia no ha permanecido estática como uno de los géneros de entretenimiento, sino que de esta depara variaciones o evoluciones. Una de las principales adaptaciones de la comedia como tal es la *sitcom* o comedia de situación. Williams (2011) presenta esta idea como una adaptación a de las formas antiguas de hacer comedia a hacia una nueva tecnología y las relaciones de la audiencia que generó la televisión, como en los casos de la evolución de los unipersonales y los *sketches* de variedades a la “comedia de situación”.

La *sitcom* es un género bastante particular y usado por los grandes países de producción televisiva, estamos hablando de EEUU e Inglaterra. Cabe la coincidencia que dentro de estos dos países se desarrollaron dos de los grandes estudios comunicacionales: la escuela de Chicago junto con la teoría funcionalista y los estudios culturales junto con la teoría de la industria cultural.

Este género de comedia se inició con el programa “Yo amo a Lucy” (I love Lucy) emitida en los años 50’s y transmitida por la CBS (Columbia Broadcasting System), un canal de fuertes influencias en Estados Unidos. La serie fue conocida mundialmente por el argumento que presentó. La historia se remonta a la vida cotidiana de un matrimonio compuesto por Ricky Ricardo y Lucy Ricardo. La pareja tiene diferentes orígenes, la esposa es estadounidense y el esposo cubano. Cada episodio habla de las diferencias culturales que existe entre ellos de una manera cómica. Lucy es ambiciosa y sueña con que su esposo, hombre neurótico pero cariñoso, entre al mundo del espectáculo.

La diferencia que tiene con la comedia es el argumento. Mientras la comedia es fantasiosa e incluso puede llegar a ser irreal o ilógica, la *sitcom* se enfoca en la realidad,

en la cotidianidad de la sociedad, como podemos ver en el caso de “Yo amo a Lucy”. A eso se atribuye el nombre de “comedia de situación”. Así también tiene otras características especiales. El tiempo de duración es de 20 minutos, los capítulos son cerrados, es decir, no tienen continuidad. Personajes principales y secundarios fijos con invitados especiales al igual que la comedia clásica. Son grabados en escenarios cerrados con risas enlatadas al momento de presentar el gag o chiste. Y principalmente usan personajes estereotipados.

Para más precisión las características que abarca la sitcom son:

Sistema de producción estandarizado: es decir de corta duración, entre 20 a 22 minutos. Se graba en un estudio con público y discos de risa enlatada. Los escenarios se dividen en sets. Puede llamarse comedia enlatada por esta razón.

Estructura narrativa convencional: tiene un hilo narrativo aristotélico. Presenta una trama principal y dos secundarias. Lo más importante es el *teaser* o prólogo que sirve para captar la atención de la audiencia.

El humor se consigue a través de chistes en el diálogo y los gags visuales sonoros: en la sitcom los diálogos son más importantes ya que consiguen el humor verbal para hacer chiste. Este humor se basa en la sorpresa, el mal entendido verbal, el cambio de roles, el engaño y el enredo.

Temática tradicional basados en estereotipos: tradicionalmente la sitcoms recurrían a situaciones y problemáticas domésticas, es decir, familias y matrimonios. De ahí el inicio de los estereotipos de género. Esto depende del contexto social de cada época. (Bonaut & Grandio, 2009, págs. 35-36)

A partir de estos puntos, la sitcom como parte de la comedia, participa en el reflejo social y contextual. La forma narrativa, la producción repetitiva y el humor no tienen sentido sin la idea de dónde se basa un programa. La estereotipación es el punto clave y en donde el espectador se enfrenta a una realidad alterna. Pero resulta que cuando se está inverso en el mundo televisivo lo irreal se puede hacer verdad. En este caso si la situación se vuelve una espectacularización, el receptor capta la idea como innata convirtiéndola puro entretenimiento y mientras más exagerado sea la actuación, el

diálogo o el guión, más atención otorga el espectador. Con ello cabe recalcar la relación que presentó Lasswell y la aguja hipodérmica tratada anteriormente.

Por último, la dimensión de la creación del humor es clave para entender la nueva comedia televisiva. Aquí, el uso de chistes y repetición de fórmulas verbales y físicas se abandona a la subjetividad incluyendo aspectos como la ironía y el cinismo. El texto tiene importancia pero es subtexto se convierte en elemento clave y con él, la participación del espectador (Savorelli, 2008, citado en Bonaut Iriarte & Ojer Goñi, 2010)

Roiz (2002) enfatiza que la “risa” que maneja los medios del espectáculo tiene indiscutiblemente propiedades terapéuticas ya que ayuda a profundizar la evasión de los problemas personales y sobre todo crea contagio humorístico. Sin embargo puede producir reacciones contradictorias que, así como se falsifica el humor, falsifica la realidad poniendo en evidencia la intención manipuladora y controladora de las instituciones de la comunicación de masas.

Ha habido variaciones de la comedia en diferentes países de Latinoamérica, en donde la toma de los estereotipos más comunes se han visto plasmados. Como el caso de “Casados con hijos”, un remake de la sitcom estadounidense “Married... with children” que Colombia y Argentina reprodujeron. La idea base del programa refleja la negativa vida conyugal después del nacimiento de los hijos. “El espectáculo televisivo de la “realidad”, concebida ésta únicamente como testimonio expresivo de vidas humanas descolocadas (parejas desenamoradas, padres desnaturalizados, hijos que abandonan los hogares, matrimonios en conflicto permanente, etc.) podría ser útil para los públicos” (Roiz, 2002, pág. 180)

La mayoría de sitcoms latinoamericanas son remakes de varias producciones estadounidenses como el ejemplo que vimos anteriormente. En el Ecuador una de las sitcoms más conocidas fue “la niñera” nombre del mismo remake que produjo Estados Unidos en 1993. El programa estaba fuera de contexto, ya que no es muy común la contratación de niñeras a puertas cerradas así como en EEUU, que se presenta comunmente como la nana, quien se encarga de cuidar a los hijos de las familias acaudaladas, principalmente de hombres divorciados y viudos que se hacen cargo de sus hijos.

1.7 La comunicación no verbal en la televisión

La comunicación no es solo el discurso y su conjunta enunciación del habla, sino la participación de la imagen y su contenido no verbal junto con los actos y movimientos. Para ello Gilles Deleuze señala lo siguiente:

Todas las cosas, es decir, todas las imágenes, se confunden con sus acciones y reacciones: es la universal variación. Cada imagen es tan solo un camino por el cual pasan en todos los sentidos las modificaciones que se propagan en la inmensidad del universo. Cada imagen actúa sobre otras y reacciona ante otras, en todas sus caras y por todas sus partes elementales (Deleuze, 1984, pág. 90)

Ahora bien, el concepto de imagen dentro del ámbito televisivo se sustenta en los movimientos y lo que comunican, en este sentido la comunicación no verbal y verbal toman sentido en el acto mismo de enunciar. Todos los elementos de una imagen comunican varias ideas, pero dentro de esa pequeña pantalla, los personajes son los que cuentan la historia. Dentro de la producción televisiva el protagonista suele ser una persona quien dentro de los elementos de la *teoría polifónica de la enunciación* sería el *locutor*. Este sujeto es quien, junto con movimientos faciales, corporales y la herramienta fundamental del habla van a constituir lo que es el mensaje televisivo, un juego entre la unión inextricable del habla y los gestos.

Para Mark Knapp (1995) la fórmula no verbal es susceptible de una gran cantidad de interpretaciones, exactamente igual que la comunicación, en este sentido, no es fácil hacer una separación del comportamiento humano verbal y el comportamiento verbal. El campo de estudio tanto para lo no verbal como lo verbal es extenso. Algunos de los más relevantes investigadores de la comunicación no verbal se niegan a separar los gestos de las palabras, razón por la cual utilizan las expresiones generales de *comunicación o interacción cara a cara*. Otra usual confusión en la definición de comunicación no verbal se centra en que no se sabe con certeza si se habla de la señal producida (no verbal) o del código interno de interpretación de la señal (verbal). En otras palabras, cuando las personas hablan de comportamiento no verbal se refieren a

señales a las que se ha de atribuir significado y no al proceso de atribución de significado.

Por otro lado Flora Davis (1992) expone a la comunicación no verbal como fruto de cinco disciplinas diferentes: la psicología, psiquiatría, antropología, sociología y etnología. La cinesis como uno de los estudios de la antropología toma a la interacción no verbal como un sistema integrado que debe analizarse en conjunto, prestando atención a la relación con los demás. Tras análisis en películas donde exponen el comportamiento no verbal, los antropólogos han descubierto un nivel de comunicación de señales y reacciones tan sutiles y veloces que el mensaje, los cuales pasan casi inadvertidos. Otro punto importante es la perspectiva de los psiquiatras en donde la forma de moverse de cada individuo representa indicaciones sobre su carácter, sus emociones y sus reacciones frente a la gente que le rodea y por último, como otro punto importante es la perspectiva de los sociólogos en la que exponen una especie de regla de comportamiento subliminal a que casi todos nos acoplamos y que conforma nuestro comportamiento en aspectos de mayor y menor importancia.

Tanto las palabras como los gestos, movimientos y aspectos físicos comunican un sinnúmero de mensajes, y no solo eso, sino una ubicación del contexto en donde se desenvuelven. En ciertos aspectos las palabras pueden separarse de los gestos, como vemos el ejemplo de la comunicación de señas las cuales utilizan las personas con discapacidad auditiva. Pero en aspectos televisivos, la palabra no se separa de los gestos, todo lo que presenta la televisión mantiene la relación verbal-no verbal que se puede analizar de manera pragmática y discursiva.

Un claro ejemplo es la propagandística de la bebida internacional Coca-Cola. En cada propaganda la gestualidad de los protagonistas son de felicidad. Personas blancas, afro descendientes, asiáticos, latinos beben un vaso de esta bebida e inmediatamente sienten felicidad, la sonrisa en todo el mundo significa alegría, satisfacción, placer, los representantes de todo el mundo sonríen, un componente del lenguaje no verbal mundial. Ahora el lenguaje verbal se suma al eslogan que presenta al final “destapa la felicidad” junto al locutor que repite esta frase.

Esta interacción de los distintos lenguajes que componen un mundo lleno de discursos junto con sus respectivas interpretaciones y posteriormente sus diversos efectos transmitidos por los medios de comunicación, principalmente por los medios visuales que es la televisión y a su vez las invocaciones tecnológicas conforman una nueva sociedad, la Sociedad de la información, la cual construye una cultura basándose en la necesidad de convertir a estos medios en parte del cotidiano, en parte de la construcción de conocimientos, de costumbres y la formación de nuevas identidades e ideologías.

CAPÍTULO 2

ESTEREOTIPO Y CULTURA

Dentro del tema que compone este capítulo, se busca plantear al estereotipo como una creación dentro de una cultura televisiva a partir de la oposición binaria, reduccionismo, naturalización y esencialización con relación a la ideología para formar las gramáticas raciales en donde el esclavo, nativo y principalmente el payaso forman parte del centro de entretenimiento de la programación de la televisión. A partir de estos estudios se propone una interacción e interpretación de la espectacularización de la comedia en las sociedades de la información y como ellas transmiten el discurso de manera negativa recreándola como burla.

2.1 Oposición binaria, reduccionismo, naturalización y esencialización

Para empezar, se debe dar importancia a la “diferencia” como parte fundamental del significado y el uso del lenguaje y así remitirnos a lo que es oposición binaria. Dentro del contexto lingüístico, Stuart Hall (2013) plantea a la “diferencia” como un enfoque asociado con los estudios de Saussure y el uso del lenguaje como modelo de cómo funciona la cultura. El argumento en el que él se apoya es que *la “diferencia” importa porque es esencial para dar significado; sin ella, el significado no podría existir*. Es así que propone un ejemplo muy claro, el significado de negro no se plantea porque haya alguna esencia de “negritud” sino porque se puede comprobar con su opuesto blanco y las diferencias que los separa. (Hall, 2013, págs. 431-432)

Estas diferencias se caracterizan por los polos opuestos, en otras palabras por *oposiciones binarias*. Si vemos en un programa televisivo a una mujer obesa, asumimos su obesidad como parte del significado de fealdad por la regla general estética de que una mujer es bella porque es delgada. La oposición binaria se encuentra en obeso/delgado o bello/feo. A ellos S. Hall dice lo siguiente:

Las oposiciones binarias son cruciales para toda clasificación porque uno debe establecer una diferencia clara entre las cosas para clasificarlas (...). Naturalmente, uno puede clasificar la comida en

“verduras” y “frutas”; o en aquello que se come como “entradas y lo que se come como “postres”, o lo que se sirve en la cena y lo que se come en las fiestas sagradas o en la mesa de comunión. Aquí, una vez más, la “diferencia” es fundamental para el significado cultural. (Hall, 2013, pág. 433)

Dentro de la construcción cultural televisiva lo que uno observa se procesa mentalmente, se clasifica y se asume las características que permitirán implícitamente emparejar con los discursos a la oposición binaria para crear sentimientos o efectos negativos. Estas prácticas resumidas en efectos televisivos muchas veces son mal tergiversadas. Las clasificaciones son equivocadas y ubican a los actos a hechos reales dentro de las fronteras culturales. Un claro ejemplo se encuentra en la *sitcom* “Casado con hijos”. Una pareja de casados tienen una pésima relación marital, el esposo tiene un desinterés hacia su familia, la esposa es una compradora impulsiva y frustrada sexual, la hija es el ejemplo de la adolescente tonta que busca ser bella y popular y el hijo que es un inadaptado social que pretende ser el centro de atención de las chicas. Dentro de estas características la relación familiar se trastorna intolerable. El programa muestra la pesada carga familiar que lleva el hombre cuando conforma una familia. El programa se emitió en EEUU y en varios países de América latina, con ello, a partir de una comedia se puede clasificar al matrimonio como un hecho malogrado ya que muchos se identificarían o asumirían que el matrimonio es o será así y que con el pasar del tiempo se verá como algo normal, innato y parte de la vida conyugal.

En este punto, la naturalización, reduccionismo y esencialización se explican de manera clara y concisa. Dentro de un análisis amplio de un programa televisivo, las características que contiene son variadas, tanto positivas como negativas. Parte de la esencialización es la toma de características fijas de los diferentes grupos sociales. En este sentido el reduccionismo clasifica a las características negativas partiendo de los actos que se presentan. Enfocándonos en el mismo ejemplo televisivo, las características reduccionistas se inclinan en Violencia intrafamiliar, contenido sexual implícito, egoísmo, deshonestidad, machismo, entre otros. Convertidas en naturalización que infiere hacer que dichas cualidades o características se conviertan en algo inmune al cambio y a la transformación. Hall (2011) plantea lo que “la “naturalización” es una estrategia de representaciones diseñada para fijar la

“diferencia” y así asegurarla para siempre. A partir de esta explicación presenta un ejemplo con respecto a los estudios culturales y la raza afro descendiente en donde expone que para los negros el “primitivismo”, como selección de los blancos y parte de la representación cultural, y la negritud, como representación de naturaleza, eran reducidos a una esencia. La pereza, fidelidad sencilla, “patanería”, embustes, puerilidad eran parte de la raza como especie. En resumen, los componentes diferenciales crean el concepto de estereotipar, lo cual quiere decir: reducir a unos pocos rasgos esenciales y fijos en la naturaleza.

Para concluir este punto José E. Juncosa² en relación a los estudios de estereotipación y cultura sintetiza lo siguiente:

La estereotipación apela a mecanismos como la esencialización, que atribuye características fijas a los grupos subalternos; pero también al reduccionismo y la naturalización que seleccionan tan solo ciertas cualidades resaltando aquellas que poseen una connotación negativa en el imaginario dominante. Al mismo tiempo, dichas cualidades serán innatas a esos grupos, surgidas del orden natural de las cosas e inmunes a todo intento de transformación y cambio. El mecanismo de oposición binaria contrasta pares como cultura-instinto, intelecto-sentimiento, naturaleza-cultura, pureza-contaminación, etc., con el fin de marcar una diferencia absoluta entre ambos extremos y jerarquizar el primero de los pares respecto al otro. (Juncosa, 2012, págs. 147-148)

2.2 Estereotipo y representación social

La palabra estereotipo proviene del griego *stereos* que significa sólido, y *typos* que representa a impresión, lo que quiere decir que se apoya bajo los términos de “impresión sólida”. Pero no fue hasta 1922 que el periodista estadounidense Walter Lippman usó este término para asociarlo con las ciencias sociales respecto a representación y cultura.

² Argentino – español, antropólogo, director de la Carrera de Antropología Aplicada en la Universidad Politécnica Salesiana.

Ya sea tomándolo en un sentido peyorativo o neutro, las ciencias sociales hacen del estereotipo un concepto bien definido que permite analizar la relación del individuo con el otro y consigo mismo, o las relaciones entre los grupos y sus miembros individuales. Han aparecido otros usos científicos, en particular las ciencias del lenguaje, que ven en el estereotipo una representación simplificada asociada a una palabra. En el uso corriente, sin embargo, el término estereotipo continúa generalmente designando una imagen colectiva cristalizada, considerada desde un ángulo peyorativo: el viejo judío avaro, la niña pura e inocente, el científico distraído. (Amossy & Herschberg Pierrot, 2001, pág. 34)

Es así que partiendo de estas representaciones significativas, el estereotipo toma sentido al ser un término que se asocia a la repetición de actos, pensamientos, discursos, enunciaciones inclinándose a nociones negativas. Es por eso que se lo denomina como un término peyorativo como se explicó anteriormente. “el viejo judío avaro” no sería un estereotipo si no estaría fijado en su historia. Otro punto importante es que un judío no podría denominarse judío avaro, ya que el estereotipo fue fijado por grupos dominantes contrarios. La diferencia en término de oposición binaria junto con la naturalización, esencialización, reduccionismo, toman sentido en este ejemplo. El estereotipo es naturalizar las representaciones diferenciales que construyen los distintos grupos sociales a partir de contextos históricos para ser inmutable en el transcurso del tiempo. Es por eso que un judío, ya sea generoso, la sociedad lo distinguirá como “judío avaro”.

Stuart Hall (2011) expone tres rasgos importantes en el proceso de estereotipación. El primer punto es que *la estereotipación reduce, esencializa, naturaliza y fija diferencia*, ya explicado anteriormente. El segundo, *la estereotipación despliega una estrategia de “hendimiento” que divide lo normal y lo aceptable de lo anormal y de lo inaceptable* fijando límites y excluyendo lo que no pertenece, con ello crea una unión de lo normal en una “comunidad imaginada”. El tercer rasgo es que *la estereotipación tiende a ocurrir donde existen grandes desigualdades de poder*. Este poder es dirigido hacia los grupos subordinados y se lo transmite como ideas construidas a partir de una cultura equivocada hacia grupos que son perceptivos a recibir todo tipo de cambio.

Amossy & Herschberg Pierrot mencionan que desde el punto de vista positivo, el estereotipo, como fuente de errores y de prejuicios tiende a ser constructivo. Los psicólogos sociales reconocen el carácter indispensable como cohesionador social y elemento constructivo en la relación del hombre consigo mismo y con los demás. El estereotipo cumple funciones importantes en la vida social muy relacionadas con la diferencia, que al presentarse como un instrumento de categorización permite al hombre distinguirse de los demás lo que le permite situarse y definirse, de esta manera intervienen necesariamente en la construcción de la identidad social. Según los psicólogos sociales la identidad de un individuo se define tanto en sentido de individualidad como sentido de pertenencia grupal.

El estereotipo es una construcción que delimita a un determinado grupo para diferenciar a otros según lo que es normal de lo que no lo es. Se basa en la toma de prejuicios justificados o injustificados para denominar y generalizar a las personas en su contexto. De esta manera se evidencian las acciones negativas a las que son dirigidos. Al ser un acto de reduccionismo, la estereotipación es un proceso sencillo para el entendimiento del hombre. Se crean estereotipos mediante convencionalismos, tanto por quien crea la idea como eje de formación y por quien recibe y reproduce como parte de un círculo vicioso, por ende es repetitivo. El ejemplo de que las “rubias son tontas” es un acto de reproducción. Los distintos programas extranjeros emiten películas, series, sitcoms, en donde la rubia representa a una persona ignorante que solo busca popularidad y belleza, es vaga y poco interesada por los estudios. Estas distintas emisiones han llegado ser reproducidas en cadenas televisivas latinoamericanas y por ende los latinos toman ese estereotipo y lo reproducen en su país como un acto enunciación en cadena.

Hay que tomar en cuenta que su formación entra el tema del fetichismo y el cliché. El término fetichismo se lo conoce a manera general como la representación de un objeto que permite la satisfacción de alguien. O la admiración de una persona a modo exagerado, por eso se lo asemeja con la palabra idolatría. Pero dentro de los términos de representación social y estereotipo, el fetichismo se vuelve una delegación de la persona como objeto para determinar sus características negativas, siendo varias de ellas un tabú social, y así verse inmerso en la práctica de las representaciones. El

fetichismo se ve muy a menudo en los estereotipos sexistas de género y belleza en donde el objeto representación sexual es por la prominencia de los glúteos o los senos. S. Hall denomina que el fetichismo involucra la sustitución de un “objeto” por una fuerza prohibida, poderosa y peligros (Hall, 2013, pág. 450) El estereotipo de jefe es también fetichista porque tiene un apego a la secretaria sexy como objeto de satisfacción fantasiosa y sexual.

Mientras el estereotipo es generalizador y se refiere a grupos sociales, el chicle, referente a algo, es una acción individual característica de una palabra, acto, gusto que se repite constantemente y en exceso lo que le permite dejar de ser novedosa e incluso reconocible, en muchos casos, como es generalmente en el uso de frases que se encuentran a la moda, pueden cambiar con el pasar del tiempo. En una película romántica es un cliché que la protagonista se enamora perdidamente del personaje masculino para terminar en un final feliz. La frase “que foca” designada para expresar vergüenza.

Muchos relacionan al cliché con el estereotipo, a esto Amossy y Herschberg Pierrot (2001) describen que el estereotipo es en suma un esquematizador y categorizador que esta cristalizado y es rígido y muchas veces erroneo. Sin embargo, se asemeja al cliché por su trivialidad, su repetitividad y su acto reduccionista. Su uso vulgar coexiste por su falta de originalidad para planterar en toda su profundidad las mediaciones comunicacionales.

Es necesaria la presencia del cliché en el estereotipo. Si una emisión televisiva emite un programa en donde las “rubias tontas” repiten consecutivamente la frase “o sea...” antes de responder una pregunta dentro del dialogo establecido, las personas que miran y que a su vez toman el estereotipo de rubia como sinónimo de belleza, repetirán la frase y se volverá con más seguridad un cliché y el estereotipo se solidará con más precisión. Ahora lo que diferenciará al estereotipo es que esta frase no será solo repetida por mujeres rubias, sino todo tipo de mujer y en su mayoría, en un target juvenil.

Para Amossy Herschberg Pierrot (2001) otro punto importante es que, contemporáneamente, el estereotipo se suele inclinar en construcciones imaginarias

cuya adecuación social es dudosa, si no inexistente, se ven asistidos por los medios de comunicación, la prensa y la literatura. Usualmente los televidentes se forman y toman la idea del contexto social a través de la televisión y la publicidad. Sobre todo, jóvenes y niños se van forjando a través de las series animadas, sitcoms, películas etc., para tomar conocimiento de algunas realidades.

Pero Stuart Hall (2013) refuerza que el estereotipo tanto si se refiere como imaginación y fantasía, también se percibe como real. Y lo que se reproduce de manera visual por medio de las representaciones es solo la mitad de esta explicación. La otra mitad, como significado más profundo reside en “lo que no se dice, pero está siendo fantaseado, lo que se infiere pero no se puede mostrar”.

El impacto televisivo se ve reflejando en las emisiones que transmiten al público los nuevos estereotipos que se van formando. La base de la idea de estereotipo se centra en contextos sociales presentes en los diferentes países. Los noticieros amarillistas que emiten la información sobre machismo, violencia, sexismo, farándula no solo de un país en concreto sino de todo el mundo. Así mismo películas donde la mayoría de protagonistas son el estereotipo perfecto de belleza. Las telenovelas en donde se vivencia una balanza de pobreza y riqueza inclinada a que la mujer pobre y hermosa se casa con el apuesto y joven millonario. O los seriales en donde la relación familiar y marital se ve sometida a cambios drásticos machistas y violentos por los años de matrimonio o los hijos que tienen y la pésima relación entre ellos.

Para Quin y McMahon (1997) los estereotipos son frecuentemente usados por los medios de comunicación. Estos medios de comunicación deben tener en cuenta los gustos, intereses y valores comunes del televidente. De este modo, el uso de imágenes que pretenden utilizar, a partir de estereotipos, deben ser fácilmente reconocidas por el público para que de ese modo puedan tener los máximos beneficios de rating por una producción de bajo presupuesto. Los personajes, parte de los estereotipos, no son insípidos ni insuficientes, sino que suponen un alto juicio de valor sobre el grupo al que representan.

Ahumada Barajas (2005) menciona que la televisión contribuye a crear en los televidentes conceptos que a través de tipificaciones, muestran una visión del mundo

social y su eficacia se debe a que en su mayoría construyen los significados a través de los códigos culturales de significación. Representan las relaciones sociales, aunque son presentados de manera tergiversada ya que tipifican a los sujetos y su pertenencia mediante el punto de vista que los grupos dominantes han superpuesto mediante los estereotipos.

El trabajo del estereotipo en los grupos sociales parte de la representación social. La palabra representación, a manera general, significa una imagen o idea de la realidad, o un concepto que puede sustituir a otro para darle sentido. Para S. Hall (2013) la representación es la producción del sentido a través del lenguaje. En la representación usamos signos a fin de lograr la comunicación entre nosotros y los demás. De este modo, el lenguaje puede usar los signos para simbolizar cosas, personas y acciones en la realidad. Pero también puede referenciar cosas imaginarias, fantasías o ideas. Una parte esencial del proceso para dar sentido el cual es intercambiado entre los miembros de una cultura implicando signos, lenguaje e imágenes.

Respecto a las nociones de la representación social Amossy y Herschberg Pierrot citan que:

La noción de representación social más que sobre la de estereotipo, se produce un desplazamiento de otra naturaleza. Al igual que el estereotipo, la representación social vincula la visión de un objeto con la pertenencia sociocultural del sujeto. Refleja un “saber del sentido común” entendido como conocimiento “espontáneo”, “ingenuo”, o como pensamiento natural por oposición del pensamiento científico. Este conocimiento, provenientes de saberes heredados de la tradición, de la educación y de la comunicación social modela no solo el conocimiento que el individuo tiene del mundo, sino también de las interacciones sociales. (Moscovici en Jodelet, 1988, citado en Amossy & Herschberg Pierrot, 2001)

Con esto, se sabe ahora que la representación social se encuentra en cada uno de nosotros. Nosotros conforme nuestros saberes y experiencias le damos sentido a la acción e identificamos de manera general una representación social. En este acto tanto

el entendimiento, el lenguaje y la imagen toman sentido. Ahora los medios de comunicación son los que suelen generar, a más de estereotipos, representaciones sociales y en donde se manifiesta según el sentido que cada uno de lo que se ve, se entiende, y se siente. Para ejemplificar, en una conversación se toca el tema sobre un programa televisivo, el sujeto A detalla el contenido y habla positivamente de él, sobre lo que le gustó y por qué le gustó y el sujeto B opina sobre el mismo programa y lo desagradable que le parece y por qué el contenido no cumplió con sus expectativas. De esta manera las ideas que se han establecido tanto si son positivas o negativas son las representaciones sociales que cada uno ha asimilado a su manera.

Los intercambios comunicativos son establecidos entre individuos de un mismo grupo social o individuos de grupos sociales diferentes. Los intercambios participan no solamente en la transmisión del mensaje, sino también regulan las relaciones entre los individuos. Cuando existe un debate sobre un tema relevante, los sujetos intentan persuadir o discutir sobre su punto de vista y en el cual puede existir acuerdo o desacuerdo. Es así que los individuos se apropian de los contenidos simbólicos del objeto. Estos contenidos son las representaciones sociales. (Valencia Abundiz, 2007, pág. 55)

Sin embargo, hay que plantear la diferencia del estereotipo con las representaciones sociales. Un estereotipo peyorativamente se remonta a los prejuicios direccionados solamente a algo en concreto, caracteriza negativamente tomando en cuenta ciertos aspectos generalizadores de un grupo que diferenciará de otro. Anteriormente ya se habló de varios aspectos del estereotipo. Pero las representaciones sociales no solo presentan una idea en concreto, sino varias ideas. Mientras el estereotipo es reconocido por todos y aceptado por todos, en este contexto, es objetivo, las representaciones sociales son individuales y cada quien reconoce a su manera los puntos de vista sobre algo o alguien que en suma, será un grupo que piense de manera relacionada, es decir, que en su forma es subjetivo.

Pero no se puede descartar al estereotipo y las representaciones sociales como dos términos diferentes y opuestos. Ambos participan en un juego de reconocimiento social. Dentro del contexto televisivo, mientras los programas reproducen estereotipos el televidente es quien los asimila, los reconoce pero los puede aceptar de diferentes

maneras, debatirlos a manera negativa o positiva según los efectos que pueden producir en él y en los demás, crear ese “universo de opiniones” que servirán para darle sentido a la “sociedad de la información”.

Ahora, partiendo de este punto es importante reconocer la relación que las representaciones sociales dentro de la ideología y la televisión como medio de comunicación. No una ideología que se infunde a manera política. Sino una que se construye a partir de los elementos ya hablados de estereotipos, cultura y sus relaciones. A partir de la propia práctica se obtiene una especie de sentido, se hace una relación entre la cultura y la práctica en sí, utilizando ideas para producir cierta coherencia imaginativa. A esto S. Hall llama la *propia ideología*. (Hall, 2013, pág. 232)

2.3 La “Gramática de la raza” una construcción ideológica a partir de estereotipos

La ideología en sentido general, “se refiere a las diversas ideas, creencias, valores e intereses de los diferentes grupos sociales independientemente de la falsedad o veracidad de las que se compone” (López Avedaño, 1994, pág. 66). Este término es referencial para las nociones políticas que se han impartido durante la historia del mundo social.

Para S. Hall (2013) el término *ideología* se refiere a imágenes, conceptos y premisas para proporcionar el marco mediante el cual se representa, interpreta, entiende y se le da sentido a algunos de los aspectos de la existencia social. Es aquí donde se resaltan tres puntos importantes sobre la *ideología*. El primero es que el término no se forma a partir de conceptos aislados sino en la articulación de diferentes elementos en conjunto o cadena. Es así que la ideología inclinada a visiones políticas tiene varios puntos de vista tanto por la ideología liberal como por la ideología socialista. El mismo concepto adopta varias formas según su discurso ideológico. Segundo, las afirmaciones son hechas por individuos, pero la ideología no son producto de la conciencia individual, es un hecho colectivo, es por ello que producen diferentes formas de conciencia social. Los procesos ideológicos funcionan de manera inconsciente. Los estereotipos naturalizados como los chicos son rudos y por ende juegan rudo y las niñas son delicadas y por ende son dulces, son construcciones históricas y culturales sobre la masculinidad y la feminidad, los conceptos ideológicos presuponen que estas son

afirmaciones de como son y deben ser las cosas. En tercer lugar, las ideologías “trabajan” construyendo para los sujetos, tanto individuales como colectivos, posiciones de identificación y conocimiento que les permiten apropiarse de las verdades ideológicas como si fueran los propios autores, esto se da gracias a los discursos en donde nos identificamos y reflejamos, lugar en el que cobran sentido las afirmaciones que hacemos.

Para López Avedaño (1994) los estereotipos se fijan dentro de la ideología partiendo de los prejuicios falsos y verdaderos que posee, recordando que los estereotipos pueden establecer características particulares exagerando y fijando la negatividad de los miembros de determinados grupos sociales en su contexto. En este sentido, la ideología permite ir mas afondo al análisis de estereotipos fijándose principalmente en los que emiten enunciados falsos. A más de eso, permite el análisis de la dinámica de las sociedades y el estudio cultural dentro de los procesos comunicacionales y cómo influyen.

Sobre la influencia de los medios de comunicación e ideología L. Althusser (1974) habla de los medios de comunicación como uno de los *Aparatos Ideológicos del Estado (AIE)*. Estos AIE se refieren a las instituciones sociales que se manifiestan como realidades que educan y adiestran por medio del *micropoder*³. Los AEI que nombra Althusser son: familiar, jurídico, político, sindical, cultural y de información, siendo este último uno de los más importantes como el más impactante y moldeador ideológico de los receptores que influyen y manejar indirectamente a los AEI ya mencionados.

La visión de Hall (2013) sobre ideología se inclina a términos raciales, los cuales de manera analítica no solo pueden ser fijados para describir al racismo contra el afro descendiente, sino también a discriminaciones y denigraciones sociales de gente de distintas razas, creencias e instituciones. La ideología es manejada por los aparatos ideológicos del estado. De este modo, es plasmada de manera exagerada y transformada por los medios de comunicación (AEI), principalmente por la televisión, para formar estereotipos y así alimentar a la industria cultural.

³ Término que usa Foucault en su libro *Vigilar y Castigar* como la explicación de las pequeñas instituciones las cuales son regidas por diferentes jerarquizaciones.

Hall (2013) analiza una diferenciación de la ideología dentro de la televisión. Habla sobre racismo palpable y racismo inferencial. A racismo se refiere a una mera forma ideológica. Explicado lo anterior, podremos acuñar a estos términos como formas generalizadoras respecto a denigración y discriminación con respecto a las emisiones televisivas. Por racismo *palpable* se refiere a la forma abierta y directa en el que se transmite un argumento racista. Existen varios ejemplos en este punto, entrevistas en noticias donde un exponente manifiesta sus puntos de vista acerca de algún problema específico. Temas sobre homosexualidad, xenofobia, aborto. Hoy en día la emisión referente al racismo *palpable* no es tan recurrente en algunos países por las distintas sanciones gracias a los derechos humanos. El *inferencial* se refiere a representaciones aparentemente naturalizadas de eventos, reales o ficticios, transmitidos de forma inconsciente. Muchos de los programas que se emiten hoy en día son parte de este racismo inferencial. En Ecuador, la mayoría de las sitcoms como “Vivos”, “Mi recinto”, “La pareja feliz” tienen fuerte contenido discriminatorio referente a las distintas culturas. El indígena, el afro ecuatoriano, el montubio. Y denigratorio, a la ama de casa, la secretaria, los conyugues, los empleados laborales, etc. Naturalizando la burla y fomentando el irrespeto de la mujer y del hombre en puntos racistas, machistas y feministas exagerados.

En este punto y a partir de los análisis de racismo *inferencial*. Se genera la *Gramática de la raza* o *Gramática racial*. Estos términos se refieren a una forma ideológica de representación racial por parte de los medios de comunicación direccionados a la televisión. La palabra gramática surge como una norma intangible, así como lo es en la escritura, dentro de la transmisión de los discursos televisivos, no cambian y siempre están presentes. Con respecto a la cuestión racial, se expone a la transmisión de los medios de como infunden una ideología racista hacia el público, tal acto no cambia con el tiempo, ya que así, como construcción de estereotipos se han naturalizado. De esa manera, relacionándolo con la discriminación y la denigración, la televisión y los *sujetos empíricos* que están tras las producciones, usan estas naturalizaciones, no solo apoyándose, sino generando estereotipos. Este acto no lo hacen con tal de incorporar inconscientemente rechazo hacia los miembros de los cuales se basan para la producción de programas, sino para integrarse en la industria cultural como una forma de entretenimiento consumista.

Hall hace alusión a tres conceptos relevantes de esta *gramática*. El primer concepto es la *Figura del esclavo* que explica “en cierto modo, son las manifestaciones que caracterizan al esclavo, peón, criado y devoto a “su” amo. Se definen en películas y programas referentes a la esclavitud que lo han caracterizado como desagradable.” (Hall, 2013, pág. 308) En los 90’s Brasil produjo una de sus novelas más controversiales. “Xica da Silva”. La temática se apoyó en la esclavitud ambientada en el siglo XVIII, no solamente poseía un contenido racial, sino sexual y violento. La relación es simple, no solamente destacaba el maltrato al esclavo, sino que, la protagonista “Xica da Silva “era la connotación femenina de afro descendiente que representaba astucia, engaño y promiscuidad, es decir que representaba a un estereotipo. Una mujer que a más de representar a la raza afro descendiente, representaba la “esclava” sexual.

Hall se remite a decir:

La “esclava” sexual sigue viva y coleando, ardiendo en alguna exótica escena televisiva o en las ediciones de bolsillo, aunque ahora es el centro de una especial admiración cubierta con un traje de lentejuelas y apoyada por un coro de blancos.” (Hall, 2013, págs. 309-310)

Ahora, podemos relacionar este término con algún personaje en partículas. En Ecuador la sitcom “La pareja feliz”, cuya temática principal es la vida conyugal desvalorizada por el tiempo, presenta, como uno de los personajes secundarios, a una empleada doméstica, proveniente de un pueblo muy apartado de la ciudad (el campo). Es de una familia de escasos recursos económicos, sin costumbres. Una mujer analfabeta e ingenua, muy atractiva. Llega a la ciudad en busca de trabajo, lo consigue como asistente doméstica en casa de una pareja en conflictos. Su empleadora le trata en forma despectiva. Su actitud es la representación del “esclavo”, sumisa y fiel a “su” amo.

El segundo concepto se refiere a *La figura del nativo* en donde:

El lado bueno se demuestra en nobleza primitiva y simple dignidad, y el lado malo se evidencia en barbarie y salvajismo. Los caníbales, indígenas puede salir de la oscuridad en cualquier momento para atacar

a la bella heroína, secuestrar a los niños. El campamento que es amenazado por los antropófagos para comerse al explorador y a su esposa. El nativo como el “antagónico” de la cultura.” (Hall, 2013, págs. 308-309)

En 1980 se produjo la película *exploitation*⁴ italiana “Holocausto caníbal” filmada en la selva amazónica. La trama se establece a partir del viaje de cuatro jóvenes hacia la selva para realizar un documental. Tras adentrarse en la amazonia se encuentran con los indígenas Yacumo. Los extranjeros queman la aldea, violan a una nativa, matan a sus animales y tras estos actos son asesinados por los mismos indígenas. Los personajes que logran recuperar el documental tras la muerte de estos jóvenes, deciden transmitir la parte en donde está filmado el salvajismo de los nativos y omitir las crueldades que los extranjeros hacen. El filme se centra en el *nativo* que ataca violentamente a los viajeros extranjeros tras ellos haber actuado de una manera incorrecta frente a lo que representa su cultura. Es una producción controversial con escenas sexuales, violentas y gore. Fue prohibida en algunos países europeos. La transmisión marcó un estereotipo sobre la concepción de los indígenas amazónicos, siendo una influencia para denigrar a los mismos como salvajes e incivilizados. El blanco es mostrado como la víctima, el indígena como el asesino.

El tercer concepto se fundamenta en el “payaso”. Este término va más allá del significado común de la palabra. Con esto, el autor se refiere a una forma muy crítica con respecto a la comedia

“La figura del “payaso” o comediante: aquella captura el humor “nato”, así como la gracia física del comediante con licencia, que presenta un espectáculo para los otros. Nunca es muy claro si nos estamos riendo con su figura o de ella: admirados por la gracia física y rítmica, la manifiesta expresividad y emotividad del “comediante”, o despistados por la estupidez del “payaso”.” (Hall, 2013, pág. 309)

Las comedias adoptan estereotipos para su mayor accesibilidad hacia el público, ya que son fáciles de entender y de interpretar. De este modo, muchos países, que producen las mismas, toman acciones, comportamientos, apariencias físicas, temas

⁴ Cine de explotación enfocados en temas lascivos, violentos y moralmente inaceptables

controversiales como la violencia, el sexismo, la sexualidad, el morbo, el machismo, el feminismo, etc. Para exagerarlo y convertirlo en comedia, o en seriales de acción o romance.

Lo realmente significativo es la dirección de la atención del espectador hacia ciertas cuestiones seleccionadas –por un lado el “sexo” y la “violencia”, por el otro, la “manipulación política” y la “degradación cultural”-, que son de una índole tan general que debería resultar evidente que no pueden ser aplicadas especialmente por un medio aislado, sino que, en la medida en que la televisión se nutre de tales cuestiones, tienen que analizarse dentro de todo un proceso social y cultural. Un sector del estudio de los efectos de la televisión debe, pues, entenderse como una ideología: una manera de interpretar el cambio general a través de una causa desplazada y abstracta.” (Williams, 2011, pág. 153).

En Ecuador, los distintos programas de entretenimiento como “Vivos”, el machismo, feminismo y la mala convivencia matrimonial exagerada de “La pareja feliz, el imaginario erróneo del montubio en “Mi recinto” y la burla del indígena en “Rosita, la taxista” son sitcoms que denigran de forma implícita al ecuatoriano y a su cultura. El negro, el montubio y el indígena son despreciados de una forma equívoca en la “comedia”, influenciada por el racismo occidental reflejándose en el mestizaje latino. Es aquí donde el comediante ya no es el actor que usualmente realiza las acciones de manera transparente e inocente, sino el payaso que toma realidades raciales, denigratorias y discriminadoras. Se apoya en estereotipos para generar otros y hacer una espectacularización del contexto social. El televidente inconscientemente ríe, asocia la “realidad televisiva”, que de una u otra forma exagera los actos, con la realidad social y admite que lo que se transmite es vivencial. Acopla los actos violentos y sexista, y palabras que se emiten como insultos para reproducirlos en su vida cotidiana.

Para Hall S. Los medios de comunicación de masas, en este caso, la televisión, son responsables de:

a) Suministrar la base a partir de la cual los grupos y clases construyen una “imagen” de las vidas, significados, prácticas y valores de otros grupos y clases; b) suministrar las imágenes, representaciones e ideas, alrededor de las que la totalidad social, compuesta de todas estas piezas separadas y fragmentadas, pueden ser captada coherentemente como tal “totalidad” (Hall, 2013, pág. 251)

Parte de los efectos de estos programas enfocados en estereotipos es el desconocimiento de la realidad. Se ha escuchado reiteradamente que “lo que no sale en la televisión, no existe”, partiendo de este hecho, como efecto principal de la transmisión es que se puede crear una vida televisiva. Gracias a la existencia de estos programas cómicos la televisión se convierte en telebasura. En Ecuador, los reiterados programas que se inclinan en estereotipos de género y de raza, pretenden acumular audiencias sin tomar en cuenta la tergiversación que realizan en el hecho de tomar actos culturales para hacer comedia mediante la burla. Las personas que miran televisión asumirán que los indígenas son ingenuos y deshaciados. Los negros son vulgares y asociados con el miedo. La mujer es un objeto sexual y el hombre es sinónimo de poder.

Es la distorsión producida por este mosaico audiovisual llamado televisión que ha redefinido el criterio de existencia. Ahora para saber lo que existe hay que encender la televisión, aunque, cuando se conoce el fenómeno por dentro, se analiza con cautela este suceso del espejo cóncavo y convexo que, como en el callejón del Gato de Valle-Inclán, nos deforma hasta el punto de engordar a los delgados y adelgazar a los gordos. (Catela, 2005, pág. 37)

Como se dijo antes, el matrimonio como eje familiar y el centro de donde surgen varias sitcoms, se deforma en el acto cómico, los conyugues se ven alterados tanto física como psicológicamente después de haber transcurrido varios años de vida matrimonial o tras haber tenido hijos. Los estereotipos de hombre y de mujer se unen dentro del contexto conyugal, y surge una pelea de género, para saber quién es él o la que domina. En este contexto televisivo se ve a la violencia como un acto de burla y a los insultos como referencias cómicas. De este modo el televidente asumirá que la convivencia de pareja es así.

2.4 El matrimonio: la relación marital y la violencia como estereotipo

La pareja es el centro de una relación compartida, tanto el hombre como la mujer son partícipes del inicio familiar. A partir del matrimonio, la pareja empieza una nueva vida, la convivencia, la comunicación, respeto, comprensión y amor se ven enlazados con los problemas, las diferencias, las discusiones, los desacuerdos. La vida familiar respecto al matrimonio, no es perfecta. Siempre ha sido considerada desde el contexto o la época en que se ha desarrollado.

Para Salazar Rodriguez (2001) el matrimonio es un campo de investigación muy importante ya que se considera como un fenómeno primordial de la creación de nexos que dan lugar al sentido de la vida, la construcción de identidades sociales y personales y la configuración del comportamiento y modos de vida. A su vez es una práctica que se reproduce y transforma, que experimenta reacomodos simbólicos y prácticos de carácter individual y colectivo.

Cohen Imach (2013) abarca que desde el contexto familiar, el matrimonio y la familia han sido temas del estudio sociológico, antropológico, histórico y psicológico y cada uno de ellos son partícipes de estudios y enfoques teóricos propios. Desde la perspectiva sociológica el matrimonio es una institución por la cual el ser humano socializa, transmite valores, pautas culturales e ideas sociales por ello es considerado como un aparato ideosocializador cuyos partícipes adultos asumen responsabilidades compartidas. Desde un enfoque antropológico se considera un sistema de relaciones interpersonales en el que influyen factores económicos, religiosos, culturales y geográficos en el cual se regula la vida tanto de los hombres como de las mujeres en formas de comportamiento cultural. Desde la concepción histórica se relaciona con la unidad o agrupamiento social en el que el sujeto enfrenta una serie de tareas del desarrollo, va sufriendo transformaciones conforme el contexto en el que se encuentre, de esta manera se construye distintas formas familiares respecto a los cambios sociales, económicos, políticos y culturales. Desde la psicología, la familia y el matrimonio se construyen a través de organizaciones nodulares en la configuración psicológica del sujeto ya que atraviesa por un proceso en donde el ser biológico pasa a ser humano, de naturaleza a cultura.

Salazar Rodriguez (2001) explica que los enfoques principales para dar lugar a la reproducción del modelo de matrimonio en los medios comunicacionales se inclina a

estudios sociológicos y antropológicos. Estas investigaciones superponen que el matrimonio trata de rastrear las nuevas tendencias de organización de la intimidad, la vida conyugal y la familia a partir de planteamientos microsociales analizan las interacciones de los conyugues referente a redes de parentesco, relaciones de género, distribución del poder, toma de decisiones, elección de pareja, comunicación, resolución de conflictos, roles conyugales, etc. pero se dan estudios más afondo cuando se analizan los cambios que se han dado a partir de la construcción de estereotipos de género.

Los estudios sociológicos posibilitan ver a partir del transcurso de la historia los diferentes grupos familiares y permiten de ese modo entrever el origen de las desigualdades entre hombres y mujeres en la estructura familiar del mundo occidental viendo así al matrimonio como una cuestión de género. La concepción social del sujeto surge a partir de su nacimiento, un proceso en donde intervienen varios factores y escenarios como la familia, el grupo cultural de pertenencia y el marco social en su conjunto. Los comportamientos sociales como jugar, compartir, reaccionar se van interiorizando en los vínculos con los demás. El individuo crece en un mundo marcado por los roles sociales y están determinados fundamentalmente por la condición sexual entre hombres y mujeres, ya que las distintas culturas incorporan estilos de comportamiento que se reparan distintivos y propios de las sujetos en mención. (Cohen Imach, 2013)

Los roles de género, identificados de esta manera se generan a través de estereotipos. El hombre es situado en la sociedad como un ser dominante, su estructura varonil de fuerza que le impide sentir dolor, tristeza y debilidad es considerado como símbolo de poder. Por otro lado, la mujer por su delicadeza y estética sutil es considerada como débil, la dominada, quien demuestra tristeza dolor. Tanto el hombre como la mujer son participes de la oposición binaria para crear estereotipos. La sociedad ha construido representaciones sociales respecto a ideologías de género basados en arquetipos de feminidad y masculinidad. La fuerza genera agresividad y el hombre se ha estereotipado de esa manera y así ha sugerido la reproducción de su comportamiento violento y la mujer sumisa y delicada como ser dominado y manejado por esa fuerza como dependencia de seguridad.

El cuadro que se indica a continuación muestra las oposiciones binarias a partir del pensamiento dicotómico para explicar la visión general del matrimonio y los estereotipos que se generan a través de ellos

Tabla 1.

Oposiciones binarias

Hombre	Mujer
<ul style="list-style-type: none"> - pensamiento - fuerza - racional - producción - dominante - seguridad - activo 	<ul style="list-style-type: none"> - sentimiento - debilidad - emotiva - reproducción - dominada - inseguridad - pasiva

Nota:Elaborado por Claudia Narváez

En este contexto, se crean estereotipos partiendo de hechos históricos en donde la mujer era dominada en todo sentido. El contexto social ha ido cambiando. La mujer es capaz de ser el soporte familiar o compartir las responsabilidades equitativamente. Estudia, y trabaja al igual que el hombre y asume responsabilidades que antes solo los varones podían tener. No se está exceptuando que existen varias representaciones sociales acerca del matrimonio, donde siguen las ideas y opiniones que representa al hombre como jefe dominante.

Tabla 2.

Roles y estereotipos: concepciones generales del matrimonio

Hombre – jefe familiar	Mujer- empleada de la familia
<ul style="list-style-type: none"> - soporte económico - abstente de responsabilidades paternas - toma las decisiones - capacidad de actuar plena - iniciativa del acto sexual 	<ul style="list-style-type: none"> - ama de casa - responsable de la crianza de los hijos - se somete a las decisiones - capacidad de actuar limitada

- varonil por infidelidad	- objeto sexual - denigrada por infidelidad
---------------------------	--

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

Los estereotipos que se han mantenido como indicador de la vida conyugal siguen a pocas parejas hoy en día. La concepción y visión se mantienen pero la configuración ha tenido que darse obligadamente por los cambios sociales, culturales y económicos mundiales. Como cambios culturales y sociales la mujer no es objeto, es sujeto relevante dentro del ámbito de reproducción económica, cumplen los mismos roles que los hombres pero no están libres de mantener las responsabilidades hogareñas y familiares. El único aspecto que ha cambiado plenamente es este. Tienen jornadas de trabajo doble, tanto en su lugar laboral como en los quehaceres de la casa.

Las malas relaciones se dan por la negación que tiene el hombre al aceptar que los aspectos maritales han cambiado. La mujer ya no es quien se somete, ahora toma decisiones y pretende ser participe en las responsabilidades del hogar, compartir los roles con el cónyuge y llevar una vida equitativa donde no sea desplazada, maltratada y dominada.

Sin embargo, el estereotipo de la mala relación marital se ve enfocada en hechos de violencia. Antes por hombres y ahora por ambos sexos. La mujer era golpeada, denigrada y utilizada, ahora ambos géneros pueden ponderarse de estos hechos. La violencia es una de las características principales de la transformada relación marital y con el tiempo se ha naturalizado, y esta naturalización es partícipe de los estereotipos.

Por su parte, existen mitos o estereotipos que legitiman la violencia y conforman el imaginario social que soporta o naturaliza la violencia contra la mujer. Estas creencias persisten tal como señala Velázquez (2004), a través del tiempo y se producen por consenso social, perpetuando su eficacia simbólica, que opera como verdad misma, en tanto conforma una ideología que, encarnada en el sujeto, se transforma en una determinada manera de sentir, de pensar y de actuar. (Cohen Imach, 2013)

Con ello cabe recalcar que no todas las relaciones maritales son así. Los cambios conforme a los derechos humanos han transformado las distintas formas de percibir el mundo marital, pero no están libres de las reproducciones de varios casos que se dan en los medios de comunicación, quienes son los que reproducen el contexto,

tergiversan y hacen reales la exageración de los hechos, lo que permite que las nuevas generaciones asuman que las relaciones de pareja que perduran con o sin el contrato matrimonial son así. La televisión pretende deformar los cambios que se han dado tomando estereotipos ya antes planteados y que se están configurando, para crear nuevos y reforzarlos. Porque, si bien sabemos, la espectacularización y la violencia, frente a actos sociales actuales, son hechos bien acogidos por el televidente, le mantienen entretenido. Estas ideas venden y el espectador se deja convencer. Es por eso que el matrimonio y las malas relaciones en pareja han pasado por el proceso de reduccionismo, esencialización y naturalización para estereotiparse.

Desde la sociología, muchos autores asumen que la violencia conyugal y las malas relaciones de pareja son un reflejo de la violencia social, puesto que la familia reproduce los sistemas de exclusión vigentes en las sociedades donde se asume que lo débil y lo vulnerable debe ser controlado y dominado. Con ello se entiende que los niveles más altos de violencia conyugal y familiar dentro de las malas relaciones y resolución de conflictos se ven en sociedades con elevados niveles de maltrato en las esferas institucionales, por ello se percibe el incremento de violencia doméstica como eje principal de la mala convivencia, además se sostiene que un factor común a este comportamiento conyugal es la incorporación de modelos que sostienen a la violencia como resolución de conflictos. (Cohen Imach, 2013)

La sociedad se encuentra en una época de cambios donde no se puede naturalizar los comportamientos de épocas anteriores respecto al ámbito matrimonial. Ahora hay una igualdad de género tanto hombres como mujeres trabajan, son soportes del hogar, etc. La televisión y los medios respecto a sitcoms que toman contextos problemáticos familiares y, como efecto inintencionado, tratan de regresar al hombre machista y la mujer dominada, pero esta mujer intenta revelarse como imagen del mundo postmoderno. En este hecho se dan varios cambios, el hombre es un holgazán cansado de la vida conyugal, y la mujer es una ama de casa perezosa que solo piensa en vanidad y comodidad. Se ve una lucha de género cuando los dos se enfrentan porque el hombre desea que la mujer sea una mujer abnegada a los quehaceres domésticos y a la atención y a los cuidados que él merece, pero la mujer no lo es, pretende una igualdad equivocada, busca ser consentida, alagada y mantenida sin siquiera entrar al mundo laboral para contribuir con el hogar. Este es el caso del programa “La pareja feliz”.

CAPÍTULO 3

“LA GRAMÁTICA RACIAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL PAYASO” EN LA COMEDIA NACIONAL “LA PAREJA FELIZ” Y LA RELACIÓN DEL ESTEREOTIPO MATRIMONIAL

El presente capítulo busca explicar cómo, a partir de un recorrido breve sobre “La pareja feliz”, su temática y sus personajes, la gramática racial enfocada en el payaso y planteada por Stuart Hall se hace evidente con el uso concurrenciado de la comedia como medio de burla. Así mismo, como indirectamente se crea un estereotipo del matrimonio direccionado a los 5 años después.

3.1 La pareja feliz

“La pareja feliz” es un programa televisivo que, en sus comienzos, empezó como sketch en Ecuavisa⁵ en el año 2001. “Vivos” es el programa en donde, junto con distintas parodias, nace la pareja feliz en una asociación de producción por Jorge Toledo⁶, David Reinoso y Flor María Palomeque.

Las características generales a estas producciones aluden a que “su principal fortaleza es la habilidad que tiene para captar los principales rasgos de los parodiados, aparte que la parodia y la imitación siempre serán un atractivo fuerte. En concreto, se trata de un producto masivo fácil de entender y que no es exigente.” (El Comercio, 2014)

“Vivos” deja de transmitirse en Ecuavisa y se empieza a emitir en Teleamazonas⁷. Tras la gran acogida que tuvo “La Pareja Feliz”, como uno de los sketches más esperados, se presenta como comedia, subcategorizada en sitcom, y lanza su primera temporada el 28 de julio del 2009 llegando hasta la quinta temporada interrumpida a mitad de su producción por las reiteradas denuncias principalmente por la discriminación de género.

⁵ Empresa televisiva ecuatoriano transmitida desde el 1 de mayo de 1967 como precursora periodística del país. El primer canal en el que se transmitió fue el 2. Tres años después se transmitiría en Quito por el canal 8 y posteriormente en todo el territorio nacional.

⁶ sus inicios en la televisión fueron de libretista. Posteriormente como director y productor de varias producciones ecuatorianas en los canales más importantes del país. Hoy es parte del grupo GamaTV.

⁷ Empresa televisiva fundada el 22 de febrero de 1974 que se caracterizó por ser el primer canal en emitir imágenes a color. Se transmite en el canal 4.

3.2 Temática del sketch

En la formación del sketch se producen dos ideas principales que caracterizaran la temática de la serie. La primera idea se enfoca en la vida de una pareja muy feliz, una mujer inocente con apariencia atractiva y su esposo, un hombre abnegado y dedicado completamente al amor de su mujer. Es la representación de una pareja recién casada que expresa la naturalidad de un matrimonio común. Se presenta el clímax en donde la esposa sufre por alguna injusticia de sus amistades, su esposo la consuela y culminan implícitamente en insinuaciones de una relación sexual.

La segunda idea surge 5 años después. La esposa, que ahora se denomina Mofle, se presenta como una mujer con rasgos físicos, vestimenta y maquillaje exagerado, ahora ya no es atractiva, sino gorda y realizando la misma escena de años atrás pero con un comportamiento burlesco. El esposo, ahora denominado "Panzón", ha cambiado al igual que su mujer, es gordo y ha perdido interés en su aspecto estético. Él se dirige a ella con indirectas por su deterioro físico, ella espera que él tenga la misma reacción que cuando eran recién casados pero existe rechazo. La esposa sufre por alguna injusticia pero esta vez el esposo le trata de forma despectiva. Ella insinúa una relación sexual, se burla de su virilidad, él huye y ella intenta atraparlo.

3.3 Guión general de la serie

La mayoría de capítulos son cerrados, salvo la primera temporada que estaba producida como tipo novela. La parte irrefutable del inicio de cada capítulo es el hook o enganche, como una introducción de lo que va a tratar el programa. Se cierra y empieza el tema musical y la presentación de los personajes.

La mayor parte de los capítulos comienza con la jornada del día. La primera escena suele ser cuando Mofle y Panzón se despiertan. En otros capítulos se inicia con la intervención de la empleada doméstica en la cocina hablando con el vecino. La mayoría de capítulos inician en el comedor, Mofle se alimenta de una gran cantidad de comida en el desayuno, la empleada sirve la comida mientras se presenta la idea del capítulo, hay variedad de diálogos a manera de insultos entre esta pareja. Panzón desayuna pronto y sale al trabajo.

Las escenas juegan en dos lugares: el departamento de Mofle y Panzón, y el trabajo de Panzón. Cuando Panzón sale del hogar, rápidamente llegan las amigas de Mofle que

varían en cada temporada. Mofle recurre a contar sus problemas a sus amigas, en el transcurso de la conversación existen disputas e insultos. Entre las tres tratan de humillarse lo cual no conlleva a ninguna solución. En cada temporada hay una mediadora que ayuda a Mofle a resolver el problema.

Mientras tanto en el trabajo de Panzón, él conversa a sus amigos el problema que tiene en la casa, los cuales son alcahuetas de la situación. En el trabajo solo ocurren quejas por sobreexplotación y coqueteos mal intencionados con la secretaria atractiva. La secretaria y el jefe implícitamente tienen una relación sexual que la ocultan reiteradamente.

El clímax de la historia sucumbe cuando Panzón descubre que Mofle empeoró el problema por sus necesidades y caprichos. Se enfrentan y discuten, Panzón se enfurece, mientras que Mofle, con el sentimiento de culpabilidad, trata de que Panzón deje de estar enojado. El problema se soluciona por la intervención de la mediadora.

El final es a partir de la solución, discuten, se insultan por lo que pasó en el día y termina con las insinuaciones sexuales de Mofle hacia Panzón las cuales no se concluyen por la inapetencia sexual de él hacia ella.

3.4 Personajes Relevantes y sus características

La pareja feliz tiene una particularidad importante respecto a los personajes. Cada uno utiliza nombres según características o asociaciones predominantes y enfatizando la ironía.

Dentro del marco en donde se enfocan los personajes (Mofle y Panzón) principales hay un cambio rotundo en lo que es la vida de recién casados y los 5 años después

3.4.1 Panzón Pata Flaca (personaje principal)

Nombre: El nombre de este personaje no se hace evidente cuando la pareja de enamorados está recién casados. Panzón Pata Flaca se alude al hecho de los 5 años después. El personaje ha engordado solamente su abdomen, manteniendo la delgadez de sus extremidades.

Tabla 3.

Características Panzón recién casado

Características físicas	Características de la personalidad	Características de la personalidad como esposo
<ul style="list-style-type: none"> - delgado - afeitado - cabello negro - limpio - joven - bien vestido - apariencia impecable - atractivo - varía la vestimenta 	<ul style="list-style-type: none"> - gentil - feliz - agradable - responsable - de buen trato - sensible - pacífico - prudente 	<ul style="list-style-type: none"> - amoroso - respetuoso - atento - dulce - apasionado - abnegado - considerado - fiel - protector

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

Tabla 4.

Características Panzón Cinco años después

Características físicas Panzón 2	Características de la personalidad	Características de la personalidad como esposo
<ul style="list-style-type: none"> - gordo - desaliñado - despeinado - cabello negro - misma vestimenta - fruncido - dentadura descuidada 	<ul style="list-style-type: none"> - amargado - atrevido - burlón - cascarrabias - mal genio - imprudente - holgazán - insensible - maleducado 	<ul style="list-style-type: none"> - desamorado - irrespetuoso - desatento - frío - grosero - violento - desconsiderado - cruel

- desaseado	- infeliz - machista	- intolerante - descuidado - mórbido
-------------	-------------------------	--

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

3.3.2 Mofle (personaje principal)

Nombre: en el contexto de la vida de recién casada, este personaje tampoco tiene nombre. El nombre lo adopta 5 años después. Mofle es un tubo que utilizan los autos colocado en la parte trasera para expulsar los gases que se producen por la combustión del motor. El motivo por el cual la llaman así es porque reiteradas veces expulsa flatulencias frente a las amistades.

Tablar 5.

Características Mofle recién casada

Características físicas Mofle 1	Características de la personalidad	Características de la personalidad como esposa
<ul style="list-style-type: none"> - delgada - atractiva - bien vestida - joven - dentadura cuidada - limpia - peinada - Cabello negro - Maquillaje sencillo - Uso de vestidos cortos de un solo 	<ul style="list-style-type: none"> - Introvertida - Sencilla - respetuosa - agradable - amable - angelical - cuidadosa - sensible - pacífica - feliz 	<ul style="list-style-type: none"> - amorosa - apasionada - atenta - comprensiva - obediente - fiel

<ul style="list-style-type: none"> color ceñidos al cuerpo - Forma de cejas perfectas 	<ul style="list-style-type: none"> - de buen trato 	
---	---	--

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

Tabla 6.

Características Mofle cinco años después

Características físicas Mofle 2	Características de la personalidad	Características de la personalidad como esposa
<ul style="list-style-type: none"> - gorda - maquillaje exagerado - cejas imperfectas y descuidadas - - cabello negro - usa rulos grandes alrededor de la cabeza - dentadura incompleta - vestidos cortos de colores vivos y ceñido al cuerpo - medias y zapatillas 	<ul style="list-style-type: none"> - ambiciosa - holgazana - beligerante - extrovertida - burlona - imprudente - entrometida - chismosa - histérica - segura - superficial - coqueta - despilfarradora - cómoda - glotona 	<ul style="list-style-type: none"> - amorosa - sensible - apasionada - grosera - problemática - burlona - obsesiva - celosa

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

3.4.3 Rayovac

Nombre: Rayovac era una marca de baterías para el funcionamiento de objetos que necesitan energía sin necesidad de tener conexión eléctrica. Los padres de este

personaje pusieron el nombre a la niña porque ellos querían que sea “pilas”, es decir una niña vivaz e inteligente.

Tabla 7.

Características Rayovac

Características físicas	Características de la personalidad
<ul style="list-style-type: none"> - delgada - joven - atractiva - maquillaje sencillo - Vestido corto de uniforme de empleada doméstica ceñido al cuerpo mostrando parte de los senos y las piernas - Usa peluca como parte del papel que interpreta 	<ul style="list-style-type: none"> - Ingenua - Obediente - Dependiente - Hacendosa - Bondadosa - Sumisa - Conversadora

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

3.4.4 Valentín

Nombre: el contexto del nombre se genera en dos aspectos. El primero sugiere de que es una ironía de su hombría, es decir que Valentín equivaldría a valiente. Otro aspecto es la consideración de que es un hombre amanerado, y su nombre se percibe como una semejanza al amor, romanticismo y delicadeza como un imaginario a la homosexualidad

Tabla 8

Características Valentín

Características físicas	Características de la personalidad
<ul style="list-style-type: none"> - Afro descendiente 	<ul style="list-style-type: none"> - amanerado

<ul style="list-style-type: none"> - joven - cabello largo y liso - delgado - bien arreglado - usa pantalón y camisa ceñidos al cuerpo - buen estado físico 	<ul style="list-style-type: none"> - vanidoso - sensible - acomplejado
---	---

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

3.4.5 Penélope

Nombre: el verdadero nombre de este personaje es Patricia Cruceta, pero tras viajar a España por un corto tiempo, regresa al país y adopta el nombre de Penélope, por alusión a la actriz Penélope Cruz y también por la adopción de la cultura española como signo de pérdida de identidad.

Tabla 9

Características Penélope

Características físicas	Características de la personalidad
<ul style="list-style-type: none"> - delgada - alta - ojos claros - cabello recogido - usa una mantilla en el cabello - su vestimenta consta de trajes típicos españoles de diferentes colores - maquillaje sencillo 	<ul style="list-style-type: none"> - amigable - sociable - preocupada - pretenciosa - apasionada - chismosa - superficial

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

3.4.6 Sra. Negrón

Nombre: tras haberse casado con Tilín Tilín Negrón (personaje secundario afro descendiente de la serie), adopta el apellido de él denominándose Sra. Negrón. Negrón

hace alusión a la raza de su esposo. Posteriormente se divorcia de él por infidelidad de parte de ella pero sigue adoptando el mismo nombre.

Tabla 10

Características Sra. Negrón

Características físicas	Características de la personalidad
<ul style="list-style-type: none"> - delgada pequeña - piel trigueña - cabello recogido - usa maquillaje sencillo - usa vestidos plisados largos 	<ul style="list-style-type: none"> - amigable - sociable - pretenciosa - chismosa - envidiosa - superficial

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

3.4.7 El sobrino

Nombre: este personaje no tiene un nombre propio, “El Sobrino” es denominado así porque anteriormente, en el sketch de la serie, era el sobrino del jefe y dueño de la compañía donde Panzón trabajaba. Ahora él es el jefe de la nueva compañía y sigue adoptando el mismo sobrenombre.

Tabla 11

Características “El Sobrino”

Características físicas	Características de la personalidad
<ul style="list-style-type: none"> - alto - fornido - cabello corto y bien peinado - utiliza traje formal 	<ul style="list-style-type: none"> - serio - audaz - estricto - superficial - autoritario

	- machista
--	------------

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

3.4.7 Virginia

Nombre: el nombre Virginia es una ironía y exageración a la palabra virginidad, su nombre es una contrariedad, ya que ella es sumamente coqueta y provocadora. A más de ello tiene un romance con el jefe “El Sobrino”. En varios capítulos implícitamente se insinúa que van a tener una relación sexual.

Tabla 12

Características Virginia

Características físicas	Características de la personalidad
<ul style="list-style-type: none"> - delgada - atractiva - rubia (usa peluca) - muy maquillada - usa faldas cortas ceñidas al cuerpo - usa blusas escotadas mostrando parte de sus senos - usa tacones altos - degusta una paleta de dulce 	<ul style="list-style-type: none"> - superficial - poco inteligente - coqueta - provocativa - ingenua - feliz

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

3.5 El matrimonio: Mofle y Panzón

La comedia abarca la vida marital de una pareja: Mofle y Panzón Pata Flaca. En un comienzo la pareja es joven, atractiva y sobre todo respetuosa. Él por su parte es sutil y cariñoso, y ella es delicada e inocente. Cinco años después el matrimonio cambia completamente. Ella se vuelve irrisible y extravagante. Su comportamiento se vuelve tosco hacia su esposo e incluso hacia sus amistades. Es liante. Él, al igual que ella,

cambia su aspecto físico y su comportamiento. Es desinteresado por su aspecto, machista e irreverente hacia su esposa y amistades.

Mofle pasa en casa, no tiene trabajo, duerme y come todo el día y tampoco cumple los roles de ama de casa, es sumamente perezosa y trata mal a todos. En un inicio no tiene empleada, pero posteriormente contratan a una chica Rayovac la cual hace todos los quehaceres del hogar soportando malos tratos.

Sus amigas la visitan todo el tiempo para entablar el cotilleo, existe una gran falta de respeto, competencia y constantes humillaciones, comparaciones con la vida conyugal, no existe amistad verdadera y solo se reúnen para dar paso a chismes y chistes mal intencionados.

Panzón trabaja en una empresa, es el soporte económico del matrimonio. No cumple a cabalidad sus roles de empleado, es perezoso, vago, desanimado y muy mal humorado. Pasa la mayor parte del tiempo entre el trabajo y en un pequeño bar junto con sus amistades masculinas.

La serie muestra el cambio drástico que cumple el matrimonio al darse un determinado tiempo de casados. Como recién casados, son personas que mantienen un comportamiento adecuado frente a la convivencia. Al pasar el tiempo se vuelven seres irracionales que han perdido el afecto, respeto y amor. Las características que se entablan en la relación de esta pareja reconocen varios aspectos que generarán símbolos matrimoniales, y que a su vez, darán paso a la construcción de estereotipos que crean humor a partir del uso constante de diálogos de doble sentido, expresividad corporal y gestual violenta y exagerada enfocados al ámbito sexista por parte de ambos géneros.

3.5.1 Análisis de los diálogos y lenguaje no verbal de la serie enfocado en el matrimonio de Mofle y Panzón

3.5.1.1 Capítulo 1 de la 1era temporada (capitulo donde se evidencia la relación de la pareja)

Tabla 13

Capítulo 1 de la 1era temporada Escena 3⁸

Escena	Personajes	Diálogos	Lenguaje no verbal
Escena 3 Mofle y Panzón llegan a la oficina del abogado para firmar los papeles del divorcio.	Panzón y Mofle	¿Dónde tengo que firmar?	Expresan apuro y exigencia, movilidad de los ojos y las manos
	Abogado	Me gustaría que esto fuese así de rápido pero debemos dejar cosas en claro	Movilidad de manos en expresión de paciencia
	Mofle	Lo único que yo estoy clara señor juez, es que yo quiero ser libre como el viento y peligrosa como el mar	Exigente, mueve ojos y cejas hacia arriba y regresa la mirada en expresividad de enojo a Panzón
	Panzón	Peligrosa ya eres, sobre todo cuando come fanesca. No hay quién la aguante, es explosiva así, peor que la guerra del Cenepa. ¡puaggggg!	Mueve los brazos y las manos, frunce los ojos en sentido de asco. Posteriormente extrae y contrae los brazos dando forma a una explosión
	Mofle	No me hagas hablar, no me hagas hablar, que si yo soy explosiva tu estas pasmado porque hace rato que tu cohete dejo de ser cohete y fue fosforito y eso por no decirle diablillo ya no enciende señor juez	Golpea suavemente el hombro de Panzón y empieza a reír en son de burla. Mueve constantemente las manos en forma de negación

⁸ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=RBaZkWkI3Ok>

	Panzón	_____	Mueve el brazo izquierdo de adentro hacia afuera, contrae los labios y cierra los ojos. Existe una amenaza de golpe
	Mofle	¡No me hagas así que ya te he dicho que esa movida me cabrea!	Su mirada se torna triste pero a su vez expresa enojo y ruego, frunce el ceño. utiliza el dedo índice como modo de advertencia para que no le agrede
	Panzón	¡Cállate pues!	Mientras grita, Relaja los brazos

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

La pareja se encuentra en la oficina del abogado. La temporalidad se sitúa en la actualidad. El matrimonio se encuentra tramitando su divorcio. La relación que mantiene se acentúa en una situación agravante. Ninguno de los dos se tolera.

La edad de Mofle oscila entre los treinta a treinta y cinco años. Su estatus social se inclina a medio. El papel que desempeña es el de esposa, no se hace referencia a si es ama de casa o cumple con el trabajo laboral. El bagaje de conocimientos es bajo, una persona con falta de lógica a la hora de entablar una conversación. No manifiesta haber tenido preparación académica. Se visualiza a la vestimenta compuesta por un vestido floreado amarillo, verde, plomo y negro a manera de mosaico, cabello recogido y tres rulos alrededor de su cabeza. Rostro maquillado en donde priorizan los labios pintados de rojo y un pequeño bigote en sus extremos.

Por otro lado Panzón oscila entre los treinta a treinta y cinco años. Su estatus social se inclina al medio. El papel que desempeña es de esposo. No se hace referencia a si es empleado o desempleado. El bagaje de conocimientos es medio, parece haber cursado algún estudio académico. Su aspecto se compone por una camisa sin corbata color plomo, se encuentra despeinado, y sin haberse afeitado.

El oficinista tiene alrededor de 40 años de edad. Su estatus social es alto. El papel que desempeña es de abogado. Ha tenido estudios académicos ya que en la pared de la oficina se encuentran enmarcados los títulos de estudio a lo que confiere que el bagaje de conocimientos es alto. La estética que lleva se representa por el uso de un terno color negro, camisa rosada y una corbata roja. Tiene un bigote bien definido y estilizado.

La relación que mantiene la pareja se referencia a un matrimonio inestable. Mantienen un gran distanciamiento respecto a ámbito sentimental. Ambos intentan tener un poder equitativo dentro del matrimonio respecto al comportamiento negativo, los dos se faltan al respeto y buscan tener los mismos derechos, algo que les confiere disputas y desacuerdos por la obtención del poder. El abogado por su parte, representa poder sobre ellos, ya que la pareja necesita la ayuda de él para poder obtener el divorcio. El ámbito sociocultural influye en este hecho ya que el abogado está dentro de un estatus alto tanto en el referente económico como el intelectual mientras la pareja se mantiene a las órdenes que dicte el abogado.

Lo que se intenta dentro de estos diálogos es la obtención del divorcio, que se efectúe lo más pronto posible. Lo que realmente se obtiene es la disputa entre la pareja marital, los conflictos que llegan a tener cuando se mantienen juntos. En esta escena no se logra el divorcio ya que el abogado interfiere para que el proceso se manifieste lento.

La referencia de este diálogo es la personificación vivencial del divorcio, si se observara a la pareja sin saber en realidad que la idea de la serie es el contexto de los cinco años después, se haría relación a que el matrimonio tiene diez o quince años por la estética que mantiene los personajes. Lo que conlleva a decir que la vida que han mantenido no ha sido favorable respecto a su físico y su psique, exagerando los rasgos que, un matrimonio dentro del contexto real, ha tenido.

El tema del divorcio es muy acentuado ahora en la sociedad. Hoy en día se ha naturalizado este aspecto. Los índices de divorcios son altos y varios son los factores que involucran la toma de esta decisión. Tanto Mofle como Panzón se ven en este aspecto por ver cumplir su divorcio, los factores que les han impulsado a inclinarse por esta decisión se ve reflejada en la sociedad machista y feminista presentes en la actualidad, tanto él como ella coinciden al decir “¿*dónde tengo que firmar?*” lo que manifiesta frustración.

Se presenta una metáfora “libre como el viento, peligrosa como el mar” como el inicio del dialogo cómico. Mofle reitera las ansias de verse separada de su esposo y dar a conocer que puede ser independiente. Las gestualidades que le acompañan al diálogo son de seguridad, no baja la mirada y reiteradamente mueve los ojos, cejas y labios. Dentro del ámbito social, muchas de las mujeres se manifiestan sumisas y abnegadas. La intencionalidad de esta frase quiere demostrar seguridad y poder de decisión frente a estas situaciones. Sin embargo esta intención se ve opacada por el comentario de su esposo hacia la frase dicha.

Panzón reitera y le da un nuevo sentido a las metáforas “peligrosa ya eres” encierra varios sentidos. Si se analiza solamente esta palabra se hace referencia a que es una mujer violenta y poco razonable, un motivo más por el que él ha tomado también al divorcio. Pero el sentido se tergiversa para dar paso al humor enmarcando que el peligro que genera es a partir de los gases que expulsa después de comer algún alimento. El hecho de esta comparación se encasilla a que ella es una mujer de complexión obesa y él utiliza de mofa el estereotipo de “gorda”. En términos comunes, el personaje masculino conyugal usa la crítica negativa para desvalorizar a la esposa y hacerle quedar en vergüenza frente a personas desvinculadas de la relación. En este caso, la frase que responde Panzón es dirigida a la esposa pero contada al abogado, para destacar su machismo y causar burla. Es donde se enmarca una diferencia, puesto que el abogado omite el comentario del cónyuge hacia su esposa como indicador de respeto y por ende la diferencia de una persona socioculturalmente educada hacia una persona que no lo es, lo que permite evidenciar la enmarcación que se le quiere dar a las características que se enfocan en Panzón.

Mofle responde en forma de defensa a las ofensas del esposo. “¡No me hagas hablar, no me hagas hablar!” es una frase que se entiende como una petición, pero dentro del contexto y las gestualidades en donde están inmersos los personajes se transforma en amenaza. Es un indicador de seguridad femenina, algo que caracteriza al personaje. Siendo así que, fuera del contexto cómico, la esposa, víctima de las ofensas del esposo, hubiese tomado una actitud de vergüenza y baja autoestima. Esta frase se complementa con “que si yo soy explosiva tu estas pasmado porque hace rato que tu cohete dejo de ser cohete y fue fosforito y eso por no decirle diablillo ya no enciende señor juez”. Es una insinuación de impotencia sexual implícita. Se observa la asociación de palabras tales como “cohete”, “fosforito” y “diablillo” respecto al órgano sexual masculino lo

que puede interpretarse como un acto de señalar el posicionamiento sexual que se enfrenta la pareja. La idea se retoma a partir de los problemas más reiterativos de la vida conyugal, así como la pérdida del interés sexual, lo que puede llegar a ser, a manera cómica, un identificativo de algunas personas que visualizan la serie. Además de ello, se expresan actitudes negativas hacia el sexo opuesto con la utilización de un lenguaje culturalmente común para ser dirigido a todo tipo de target televisivo. El uso de hipérbolos en este caso se manifiesta para dar una propiedad negativa a la relación matrimonial principalmente respecto al ámbito sexual.

De esta manera, la relación entre Mofle y Panzón presenta una relación de desapego como generalizador del matrimonio 5 años después. De esta manera:

Este tipo de pareja está estimada por la existencia real o simbólica en la que se desata un sentimiento de intimidad percibido como peligroso; así todo lo que les une como pareja les produce la confusión en cuanto a su pérdida de identidad como la unificación de la pareja así, cuando un miembro de la pareja reclama su necesidad de afecto, el otro miembro responde con la necesidad de distanciamiento, de estar solo y viceversa, siendo únicamente los celos inconscientes la única emoción en el establecimiento de la interacción. (Millán & Salvador, 2002, pág. 267)

Uno de los puntos importante a abordar es la violencia en el matrimonio. Después de que Mofle se burla del órgano sexual de su esposo, él reacciona de manera violenta con ademanes o gestos de golpe, el cual no se cumple. Lo que esta tras esto es la idea que se toma y se generaliza de la vida conyugal. Es el reflejo de la violencia de género que se ve plasmado en el contexto en el que vive Ecuador.

El 60,6% de las mujeres en Ecuador ha vivido algún tipo de violencia. La violencia contra la mujer no tiene mayores diferencias entre zonas urbanas y rurales: en la zona urbana el porcentaje es de 61,4% y en la rural 58,7%, según la Primera Encuesta de Violencia de Género realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (INEC, 2015)

El acto que realiza Panzón, es sin duda, el estereotipo de machismo en el matrimonio. Se despoja de su rol de “hombre que protege” a “hombre que agrede”. Este acto no solo se presenta en este diálogo y en este capítulo, sino varias veces en un solo episodio

y en varios de ellos. Lo que permite, desde un punto cognitivo, la creación de un modelo de representación que dará como resultado la reproducción de los actos violentos, no solo físicos, sino verbales.

Ante esta acción, Mofle responde con amenazas “No me hagas así que ya te he dicho que esa movida me cabrea” mediante el uso reiterativo del lenguaje coloquial de la región de la costa ecuatoriana. “Movida” significa acción, situación, hecho. “Cabrea” corrobora a enojo. En un sentido más claro la frase correspondería a ser “no me hagas así, que ya te he dicho que ese acto me enoja”. Lo que denota esta situación es el papel que toma la mujer como un ser falto de educación y valores. Mientras el uso constante de estas palabras provoca humor, implícitamente manifiesta humillación, tanto por los actos del esposo hacia ella como por las respuestas que ella da. Se entiende una gran diferencia, el esposo no utiliza esos términos, tampoco el abogado. Dos personajes masculinos frente a un personaje femenino, lo que corrobora un grado alto de machismo. Otro punto importante, es la exageración de la corporeidad que se le da a la mujer, un aspecto fuera de la estética común que representa a la ama de casa. El hombre ha engordado pero no hay una exageración tan expresiva como el de la mujer. Lo que manifiesta otro rasgo más del matrimonio que, en este caso, la más afectada tanto física como psicológicamente es la mujer.

Tabla 14

Capítulo 1 de la 1era temporada escena 5⁹

Escena	Personajes	Diálogos	Lenguaje no verbal
Escena 5 Mofle recuerda su pasado con Panzón, cuando fueron recién casados.	Panzón	Hogar, hogar, dulce hogar	Tiene entre sus brazos a su esposa. Ambos giran en su mismo eje. Expresan emoción y felicidad
	Mofle	Al fin solos. Ay amor	Sonríe, se sientan en la cama y ella cola sus brazos alrededor del cuello de su esposo
	Panzón	Nuestro primer día de casados. ¡Esposa!	Mantienen contacto visual

⁹ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=RBaZkWkI3Ok>

	Mofle	¡Esposo!	Mantienen contacto visual y sonrían
	Panzón	Se escucha raro	Mantiene la sonrisa
	Mofle	Sí, pero que lindo, amor. ¿Sabes?	Mantiene la sonrisa
	Panzón	¿Qué mi amor?	Existe contacto corporal, sus manos se encuentran entrelazadas
	Mofle	Estoy un poco nerviosa	Mira el rostro de su esposo y le sonrío
	Panzón	Y yo, un poco tieso	Manifiesta una sonrisa picaresca
	Mofle	¿Cómo?	Deja de sonreír y toma una gesto de sorpresa
	Panzón	Digo, por lo es estas encima mío, amor. Me lastima tu huesito	Aparta sutilmente a su esposa de entre sus piernas y se toca la pierna derecha entendiendo que el peso de ella le ha causado dolor. Se sienta cómodamente
	Mofle	Ah ya, perdón. Amor, me encanta la casa	Se acomoda en la cama y mantiene contacto visual con su esposo
	Panzón	La compre para ti amada mía	Suspira
	Mofle	Ay amor... y esta cama amor, ¿la compraste solo para mí o... para los dos?	Coge un pétalo de rosa que se encuentra en la cama y empieza a jugar entre sus manos con el objeto
	Panzón	Bueno, aun no le pertenece a nadie, pero podríamos estrenarla	Suspira, y se acerca al rostro de su esposa
	Mofle	Ay amor... qué pícaro que eres	Se mantienen suspirando, se acercan y se besan

			apasionadamente, se recuestan en la cama
--	--	--	--

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

La pareja se encuentra en la habitación de la casa, pese a que las paredes de la habitación son verdes, se exalta el color blanco de los cubrecamas y sobre ellos hay pétalos de rosa que forman un corazón. La temporalidad se sitúa 5 años antes, cuando el matrimonio inició su vida conyugal. La pareja presenta una relación estable.

En esta escena y diálogo no se presentan los nombres de los protagonistas ya que mantiene una estética atractiva que no permite llamar a la mujer “Mofle” y al hombre “Panzón”. Este, como primer punto, permite establecer la importancia del discurso televisivo que este programa da al matrimonio tanto antes como después, pero reiterando una situación negativa mediante el contraste de las características de los personajes. La edad de ella oscila entre los veinte y cinco años. Mantiene un estatus social medio. Desempeña el papel de esposa ingenua y amorosa, de igual manera no se hace referencia a si es ama de casa o cumple con el desempeño laboral remunerado. No se denota un bagaje de conocimientos alto o bajo, pero si un lenguaje normativamente aceptable, lo que manifiesta educación. Su vestimenta consta de un vestido blanco muy elegante junto con un velo de novia, lo que significa que horas contrajo matrimonio. Cabello muy bien peinado, maquillaje sencillo y su forma de hablar es sutil, no pondera la voz, se manifiesta un tono agudo que expresa introversión.

El hombre presenta alrededor de veinte y cinco años de edad. Su estatus social se inclina a medio. El papel que desempeña es de esposo amoroso. Se insinúa que tiene un trabajo o se encuentra económicamente estable ya que se reitera en el diálogo que él compró la casa al decir “La compre para ti amada mía”. El personaje manifiesta un bagaje de conocimientos altos que aparentemente le ha dado el acceso a trabajar en una compañía que le brinda grandes beneficios remunerados lo que le ha permitido comprar una casa a una edad joven. Es estéticamente atractivo, y usa un traje que aparentemente es caro, un frac de matrimonio.

Tomando referencia a los hechos reales, un gran número de matrimonios planeados se dan para alcanzar la estabilidad tanto del hombre como el de la mujer y de ese modo se puedan cumplir los roles del hogar.

El matrimonio es, sobre todo, una estrategia de vida en tanto que constituye una condición que ofrece una gran cantidad de satisfactores a necesidades humanas: amor, sexo, compañía, prestigio, estabilidad, seguridad, protección, soporte afectivo, subsistencia material y doméstica, hijos, sentido de la vida, entre otras. (Rodríguez Salazar, 2001, págs. 122-123)

Esta escena demuestra un matrimonio positivo, existe respeto, cariño y preocupación, esto se interpreta por el lenguaje verbal y no verbal que la pareja expresa en sentido de afectividad. Se repite reiteradamente la palabra “amor” como sustantivo calificativo de ambas partes. Existen caricias y por los las constantes sonrisas y suspiros manifiestan felicidad. Así mismo, se presenta el inicio de la vida conyugal, como el primer día de casados, lo que incorpora la parte sexual, la primera relación sexual de la pareja. Eso se expone en la frase “estoy un poco nerviosa” por parte de la mujer, esto denota que es la primera vez que va a mantener una relación sexual. Se toma importancia como el modelo perfecto del matrimonio respecto al ámbito femenino, la mujer ha llegado virgen al matrimonio, es por eso que se le asocia con ingenuidad. Se desplaza a la mujer que ha tenido una vida sexual a priori y se enfatiza como eje de la mujer perfecta para el matrimonio a una mujer sin experiencia sexual.

El humor comienza con la respuesta que él asigna al comentario dicho por ella. “Y yo, un poco tieso”. Desde un punto de vista objetivo, la frase se interpreta como que él y todo su cuerpo se encuentra en tensión, que no se puede mover. El sentido se tergiversa por el contexto, son recién casados, llegan al hogar, están en la habitación sobre la cama y demuestran su cariño. Implícitamente se entiende que su órgano sexual esta erecto, es el punto subjetivo del doble sentido en donde se asocian palabras relacionadas con el ámbito sexual. En este caso la palabra “tieso”. Se complementa con un efecto de sonido parecido a un golpe de tambor dando a entender que es un chiste subjetivo. Lo que denota que la intención de la serie como comedia respecto al doble sentido es directa y explícita. La confirmación de este sentido se da en base a la pregunta que presenta ella: “¿Cómo?”, y el cambio de gesto que toma, de feliz y emocionada a fruncir el ceño y tomar una actitud de sorpresa. El enfoque que se da respecto a esto es que, en diálogos en donde entablan una discusión o conversación tanto el como ella, se enfocan en el ámbito sexual denotando la importancia que se le da al sexo como soporte de la vida conyugal más relevante que la estabilidad

económica. Siguiendo la continuidad del diálogo, el esposo corrige la mala interpretación tanto de la esposa, como personaje de la serie, y al televidente, como sujeto receptor. “Digo, por lo que estas encima mío, amor. Me lastima tu huesito” toma sentido con la quinésica que realiza. Al señalar su pierna manifiesta que le duele y que por esa razón se encontraba tieso.

Otro punto importante es la demostración del modelo de representación que se le da a una pareja joven recién casada. Se crea el estereotipo del “matrimonio feliz y perfecto” dejando de lado el sentido peyorativo. Pero se crea un imaginario que, junto con la diferencia entre los 5 años antes y los 5 años después, dan soporte al desequilibrio exagerado de la vida conyugal. En un inicio la pareja es extremadamente dependiente el uno por el otro. Tiempo después tienen un cambio drástico respecto a su comportamiento conyugal y a su estado físico. Se comparan ambos contextos y se genera una oposición binaria matrimonio-perfecto/matrimonio-defectuoso.

Tabla 15

Capítulo 1 de la 1era temporada escena 4¹⁰

Escena	Personajes	Diálogo	Lenguaje no verbal
Escena 4 Llega la terapeuta asignada para reconciliar el matrimonio de la pareja.	Terapeuta	Mejor pasemos al siguiente ejercicio. Haber, recordemos el pasado	Mira a la pareja. Su expresión es serena.
	Mofle	No no no, no me toques ese tema porque empiezas a remover cosas que yo ya he olvidado, cuando yo tontamente era una chica ilusa, era así, me parecía a tú. Era media anoréxica, así como tu tas	Cierra los ojos, mueve las manos en el aire y luego se toca la cabeza y la cara. Parece que va a llorar. Luego mira a la terapeuta y señala con la mano al cuerpo de ella
	Panzón	Oye, ¿qué anoréxica? Mira eso, eso es un ejemplo de mujer. Mira esas piernas que	Mira a la terapeuta de manera lasciva, le señala las piernas, las

¹⁰ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=RBaZkWkI3Ok>

		tiene, que se la ven de aquí, se la ven que son suavécitas. No como tú que tienes piel de pescado. Mira esa cadera, mira esos pechos Mira esa cara que tiene. Haber, dese la vueltita, dese la vueltita	caderas y hace la forma redondeada de los senos con las manos.
--	--	---	--

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

La pareja se encuentra en la sala de estar, en la temporalidad de los cinco años después. El hogar se manifiesta muy ordenado y elegante, en un estilo contemporáneo. Los acompaña la terapeuta encargada de resolver los conflictos maritales de Mofle y Panzón.

La terapeuta, simula tener veinte y cinco años de edad. Es delegada y atractiva. Su vestimenta consta de chaqueta y falda corta color negro acompañado de una blusa roja ceñido al cuerpo junto con zapatos de tacón alto. Usa joyas acorde al color de su ropa. Es muy bien peinada y maquillada. Se expone parte de muslos y senos. Su lenguaje es fluido claro y bien pronunciado. Una voz aguda y delicada. Demuestra un alto grado de bagaje de conocimientos.

El sentido del diálogo tiene varios puntos. El primero es el repudio que siente de su pasado. Al decir “ilusa” rechaza el estado sumiso de la mujer, cuando ella era muy abnegada a su marido, una esposa obediente e ingenua. De esta manera prioriza a la mujer rebelde y liberada, pero tergiversando el significado claro que corresponde a un estado feminista de la igualdad, donde la mujer ha roto sus ataduras para con el hombre e impuesto sus derechos equitativos. No se enuncian aspectos positivos para la mujer como ser independiente, sino que, a partir de la exageración del lenguaje, gestos, estética y educación, coloca a la mujer en un plano denigrante. En donde se pone en duda si ser felizmente casada se incorpora a ser esbelta, sumisa, educada y abnegada o es tener mal comportamiento, ser fea y subversiva.

Aparentemente no repudia el cambio drástico que ha tenido 5 años después de casada. Presupone haber asumido una alta autoestima como escudo para cubrir la envidia que tiene hacia la atractiva terapeuta. La palabra que usa Mofle para demostrar su ira es “anoréxica” que es la interpretación de la palabra “flaca”. Es decir, asocia a delgada y atractiva con anoréxica para no opacar su estado físico el cual es todo lo contrario.

Social y culturalmente, existe un rechazo de ambas características por parte de las personas que son delgadas o gordas. Algunas de las personas de contextura delgada desplazan a las personas de tendencias obesas porque no quieren ser así. Varias de las personas con sobrepeso impugnan a las delgadas por celos o envidia, por el deseo que mantienen por verse así.

Uno de los casos más frecuentes de obesidad en adultos es a causa de trastornos afectivos como “reacción a acontecimientos estresantes que acostumbran a tener repercusiones emocionales y que pueden desencadenar una obesidad reactiva” (Monterrubio, 2001 citado en Doménech Llaveria, 2005, pag. 315). Este hecho responde a la actitud que Mofle mantiene, y da una explicación lógica al cambio físico que ha surtido efectos, no solo en ella sino en Panzón. Como respuesta a su infelicidad y a los cambios del comportamiento de la pareja se entiende que por depresión han alcanzado el sobrepeso y la explicación a su actitud es la baja autoestima que tiene como pareja. Ambos se enfrentan insatisfechos de la vida conyugal que han alcanzado, lo que explica la idea que se incorpora en los aspectos reales de la sociedad, esto sustenta al enunciado que ella proclama: “No no, no me toques ese tema porque empiezas a remover cosas que yo ya he olvidado”.

Respecto a los aspectos cognoscitivos, el telespectador mantiene la idea de que el matrimonio cambia al ser humano de manera negativa y, tal como presenta la serie de los 5 años después, se apoya al estereotipo del matrimonio defectuoso, sin tomar en cuenta los motivos que pueden acarrear una vida conyugal insatisfecha, ya que el programa no presenta el proceso que les ha llevado a la exagerada transformación y la solución que se puede dar cuando empiezan los problemas maritales. En otras palabras, no es una comedia constructiva que puede guiar al cambio y a la reincorporación del matrimonio como parte del proceso de la vida del ser humano, sino que se convierte en un programa destructivo de la relación de pareja.

Otro punto a abordar es la caracterización que se le da al hombre casado como imagen de morbosidad respecto al ámbito sexual, el mismo que incentiva al televidente a reproducir las mismas actitudes como algo normal, e impulsando al hombre a mantenerse machista. Esta actitud reconstruye y refuerza la cultura popular del

ecuatoriano. Checa Montufar¹¹ (2003) sostiene “que la cultura popular no es estática, sino que está en constante cambio dentro de las relaciones y prácticas sociales respecto al consumo masivo de los medios de comunicación” En este aspecto, la comedia de “La pareja feliz” es uno de los programas de televisión responsables de la reproducción y la representación espectacularizada de los actos cotidianos del sujeto, y la forma en que sexualizan el humor para divertir al televidente.

También es importante hablar sobre el tema de la importancia del atractivo sexual femenino como un modulador de cambio de respuesta. Panzón niega con una pregunta la afirmación de su esposa: ¿qué anoréxica? Tanto el tono de voz como el gesto que utiliza representan malestar porque la pregunta está dirigida hacia ella, que no cumple con los roles estéticos de una mujer bella, pero el momento en que empieza a mirar a la terapeuta su tonalidad y gestualidad cambian radicalmente. Empieza a caracterizar implícitamente lo más sobresaliente según la vestimenta de ella: rostro, piernas, caderas y pechos.

El atractivo físico puede ejercer influencia en el hecho de ser visto o no; puede tener su importancia en hacer de alguien una persona persuasiva o capaz de manipular a los demás; a menudo es un factor importante en la selección de compañeros de salidas y de matrimonio (...) puede ser un factor importante que contribuya a determinar como los demás juzgan nuestra personalidad, sexualidad, popularidad, éxito, y en ocasiones hasta felicidad (Knapp, La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno, 1982, pág. 173)

Al decir “Mira eso, eso es un ejemplo de mujer” estereotipa al sexo femenino de manera excluyente, rechaza a la mujer gorda, su esposa, y presta interés en la mujer delgada atractiva reforzando el otro estereotipo como es el de la mujer como objeto sexual. Se reitera la importancia que tiene el aspecto físico dentro del matrimonio como factor de felicidad e infelicidad o fidelidad e infidelidad. No se puede generalizar las relaciones matrimoniales tomando como modelo de representación a Mofle y Panzón. Cabe reiterar que, según estudios sobre el comportamiento no verbal, “se ha

¹¹ Fernando Checa Montúfar realizó estudios de periodismo en la universidad Central del Ecuador, Obtuvo el título de Magister en estudios latinoamericanos con mención en Estudios de la cultura en la Universidad Simón Bolívar Sede Ecuador y Doctorado en literatura latinoamericana en la Universidad de Michigan, Ann Arbor, Estados Unidos. Ha sido profesor de periodismo en varias universidades del país y editor de la revista Chasqui.

considerado que las parejas no atractivas han formado matrimonios más felices que las parejas atractivas” (Knapp, La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno, 1982, págs. 149-150)

3.5.1.2 Capítulo “O pagas tú o pago yo” de la 5ta temporada (capitulo donde se evidencia las responsabilidades económicas de la pareja)

Tabla 16

Capítulo “O pagas tú o pago yo” de la 5ta temporada escena 1¹²

Escena	Personajes	Diálogos	Lenguaje no verbal
Escena 1 Se encuentran en la sala discutiendo. Mofle ha gastado todo el dinero que le dio Panzón para pagar las deudas del hogar en comida.	Panzón	¿Qué hiciste con la plata que te di para que pagues los predios?	Ojos muy abiertos, expresión de enojo
	Rayovac	Se la comió toda pues, los martes de pizza, los miércoles eran de llapingachos, los jueves hicimos un recorrido por todos los chifas del norte	Enumera con los dedos de la mano.
	Panzón	¿Cómo que...?	Se mantiene enojado, sacude la mano junto con la carta. Grita
	Mofle	Pero fueron solamente dos o tres veces	Expresa preocupación y temor. Frunce los ojos, se esconde
	Panzón	¿Cómo que dos o tres veces? Esas dos o tres veces fueron dos o tres años de deuda, como voy a pagar si no tengo plata	Mueve los brazos en son de reclamo y empieza a hablar gritando.

¹² Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=GOKAu_eRgk

		¡qué irresponsable que eres!, ¿te das cuenta?	Se mantiene molesto
	Mofle	Ay Panzón, no seas exagerado. Tu eres Master en finanzas, tienes todo este cerebro, así de inteligencia, algo se te va a ocurrir para sacarnos de esto al paso pues	Se acerca a Panzón y le toca la cabeza, le despeina y luego le da las espaldas.
	Panzón	Está bien, no importa si perdemos el apartamento. Como máster en finanzas ya se lo que voy a hacer. estamos hablando de finanzas, estas son parte de nuestras finanzas, la tarjeta mira, la otra	Se acerca a un aparador y saca unas tijeras Aprieta los dientes, corta las tarjetas de crédito
	Mofle	Panzón, mejor mátame, ahógame, cómprame una caja	Se mantiene llorando y gritando

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

La pareja se encuentra en un departamento, se han desplazado de la casa que se presenta en los primeros capítulos. El departamento es colorido utilizando tonalidades de verde y naranja. La temporalidad se sitúa 5 años después de haberse casado.

Como se evidencia, la pareja presenta un modelo de matrimonio convencional desligado a la forma en que hoy en día se establecen los pactos conyugales. Pacheco Zerga (2015) explica que se ha considerado a la mujer como elemento fundamental para la vida familiar, con un papel relevante en la educación de los hijos y la atención del hogar, mientras que al varón se le asignó la responsabilidad del soporte económico del mismo con el fin de sostener a la familia.

De esta manera no rompe con los estereotipos del matrimonio, al contrario, como la toma de esta representación, se refuerzan y se crean nuevos especialmente en los roles que desempeña la mujer.

Mientras el esposo mantiene una vida laboral activa, la mujer se asocia con ser responsable de las actividades domésticas pero desligadas de ella, pues mantiene una vida sedentaria. Ser ama de casa es también trabajo, el mismo que se diferencia por no ser remunerado. La protagonista no cumple ninguno de estos hechos, lo que crea el estereotipo de “ama de casa desocupada” y a la mujer como cónyuge, irresponsable y despreocupada. Estos aspectos forman un modelo de representación errado acerca de la división sexual del trabajo, puesto que hoy en día la mujer también puede cumplir con las responsabilidades económicas y compartir el derecho de cumplir con los gastos referentes a las necesidades del hogar ya sea por superación o por obligación frente a los cambios socioeconómicos mundiales.

Cuando se entera de que Mofle no ha pagado los predios del hogar, molesto formula la pregunta ¿Qué hiciste con la plata que te di para que pagues los predios? Se establece un sentido de culpabilidad hacia la mujer ya que no dice ¿qué pasó con el dinero? Sino que instintivamente determina que ella utilizó el dinero para otros fines. Lo que reitera que ya ha cometido ese error varias veces. A partir de esta simple pregunta, se analiza la perspectiva que tiene el hombre hacia la mujer partiendo del ámbito económico. Él, como soporte del hogar, se mantiene pendiente de los gastos, de esta manera, como Mofle es desempleada ha puesto la responsabilidad de que ella se dirija a pagar la deuda. Indirectamente se asocia a la mujer como: ineficiente, descuidada, irresponsable y sobre todo despilfarradora. Otro punto relevante es la importancia del dinero como marcador de poder. La responsabilidad del hombre como soporte económico normaliza a la mujer como ser dependiente. Mientras el hombre lleve el sustento al hogar tiene más derechos a asumir el poder del mismo.

Rayovac, empleada doméstica de la pareja, entra en la conversación y reitera la suposición del esposo, constatando que se ha gastado el dinero en comida: pizza, llapingachos, comida china. Lo que consolida el estereotipo de gorda, donde la mujer no ha puesto interés en utilizar el dinero en vanidades, sino en comida. Posteriormente, se vuelve a resaltar otro estereotipo que es el de “hombre conyuge responsable”, donde se muestra el sentido de preocupación del hombre al decir “fueron dos o tres años de deuda, como voy a pagar si no tengo plata que irresponsable que eres, ¿te das cuenta?”. A su vez se suma el hecho de que son una pareja que no maneja adecuadamente los gastos del hogar. Viven cómodamente y se enfoca reiteradas veces el consumo de alimentos como gasto fundamental, dejando de lado deudas relevantes para mantener

la vivienda. Él como, símbolo de poder por el hecho de llevar una vida laboral activa y ser el apoyo económico, reitera la irresponsabilidad de ella. Lo que generaliza a asumir que la mujer casada desempleada es irresponsable. Se enfoca la despreocupación y el desinterés que tiene ella, al usar el dinero en otros aspectos sin saber el estado económico en el que se encuentra. Con ello, Se recalca una pareja sin comunicación. Se podría asumir que ella gastó el dinero pensando que el esposo podría reponer nuevamente el gasto, pero sin el adecuado diálogo en pareja, esta información no se supo. Frente a estos hechos, la mujer se denota inferior al hombre.

A estos actos se suma a la mujer como irresponsable de sus actos. No asume la culpabilidad y relega la responsabilidad a su esposo. “algo se te va a ocurrir para sacarnos de esto al paso pues”. La tonalidad al decir este enunciado es tranquila, lo que manifiesta la despreocupación que siente al saber que puede perder el hogar por la falta cometida, sin intenciones de ayudar al esposo con los gastos y utiliza como escudo el hecho de que él es una persona profesionalmente preparada mientras ella no puede hacer nada porque es ama de casa. Se le da otra característica a la mujer como el estereotipo de holgazana.

La toma de decisiones en el matrimonio de Panzón y Mofle se ve plasmada por el conyugue, que la manifiesta que los gastos innecesarios van a parar, corta las tarjetas de crédito. Este hecho se manifiesta como cliché cuando se sabe que la mujer está consumiendo excesivamente las tarjetas de crédito, es un acto reiterativo del esposo hacia la esposa como castigo por la abusividad de este mecanismo de consumo. Y, para reforzar esta situación, la mujer responde con actitudes y palabras que manifiestan su dependencia hacia el dinero. “Panzón, mejor mátame, ahógame, cómprame una caja”. Lo que estimula el hecho de que la tarjeta de crédito es, para las mujeres la representación de comodidad económica.

Se generaliza al matrimonio como una convivencia inequitativa. Donde se enfatiza a la mujer como dependiente del hombre respecto al ámbito económico, con ello se refuerza el estereotipo de “mujer despilfarradora”. No cumple ningún rol del hogar, es una persona desempleada y despreocupada, con ello se crea dos estereotipos respecto a sus funciones como casada. El primero, “la mujer casada como ama de casa”, y dentro de este hecho a “la ama de casa holgazana”, en donde se reitera a la mujer culpable de la mala relación marital. Al hombre se prioriza como soporte del hogar.

En lo que respecta a la sitcom de “la pareja feliz” se puede decir que los aspectos que caracterizan el humor “las regularidades provienen de la feminidad fuera de la norma de la protagonista” (Tous, 2010, pág. 178), es decir, en tanto las causas y efectos trascendentales en la convivencia del matrimonio, en este caso, no sabe manejar adecuadamente los gastos del hogar, lo que enfatiza en ser derrochadora. Es así que se reitera el uso del estereotipo de despilfarradora y el diálogo que emplea para demostrar cuanto le afecta el no tener a su disposición las tarjetas de crédito. La mofa se enfoca una vez más a las acciones femeninas tomándola como un modelo de burla en base a sus defectos.

3.5.1.3 Temporada 1 episodio 38 (donde se evidencia la desigualdad de género que existe en la pareja)

Tabla 17

Temporada 1 episodio 38 escena 1¹³

Escena 1	Personajes	Diálogos	Lenguaje no verbal
Es de noche, Mofle y Panzón están acomodados en la habitación viendo televisión	Mofle	Mi amorcito, vamos a ver la novela un ratito	Están acostados en la cama frente a un televisor. Se refiere a él de manera sutil y cariñosa. Quita el control remoto de las manos de Panzón
	Panzón	¿qué te pasa?, vamos a ver Deporte Total	Se siente molesto, le grita y retira de sus manos el control remoto de una manera violenta
	Mofle	Mi amorcito, eso es aburrido. ¿Que es lo que estamos viendo? 22 estúpidos corriendo tras de una pelota, y un man de negro que te	Se siente irritada, sube la tonalidad de la voz, mueve las manos de arriba hacia abajo y frunce las cejas.

¹³ Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=dOcLqEEEno8E&list=PLE5FF865268678B86&index=68>

		dice: toma roja, toma amarilla. ¿Qué es eso?	
	Panzón	-----	Mueve el brazo izquierdo de adentro hacia afuera, contrae los labios y cierra los ojos. Es un movimiento que insinúa un golpe. Su rostro manifiesta enojo.
	Mofle	No me hagas así que ya te he dicho que esa movida me cabrea	Mueve los brazos en son de reclamo y empieza gritando ya que se encuentra enojada
	Panzón	Cállate tarada, por lo menos eso me divierte, no voy a estar viendo novelas, esas tonterías que son las que te dañan el mate más de lo que ya lo tienes	Se acerca a Panzón y le toca la cabeza, le despeina y luego le da las espaldas.

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

La pareja se encuentra recostada en la cama de la habitación; por el uso de la vestimenta de dormir y el dialogo que se presenta, se desarrolla en la noche. La pareja se acomoda para ver la televisión en su dormitorio como indicador del final de la jornada que cada uno lleva.

Se presenta a la televisión, como un modo de distracción de la pareja. Así mismo como un medio de disputa ya que son dos personas con diferentes preferencias televisivas que comparten una habitación, se encuentran frente a un solo televisor y discuten por el control remoto que sintoniza los canales televisivos. Esta escena se presenta como cliché, ya que son las mismas actitudes que se han visto reiteradas veces tanto en el contexto real, como en el contexto televisivo, es decir, en películas, series, telenovelas y otras comedias. Sin embargo, se generaliza otro punto de vista respecto al uso de la televisión en el matrimonio. A esto se reitera que “es el hombre, después del trabajo, quien maneja el aparato televisor. Si la mujer o los hijos se suman a verla, se subordinan a sus decisiones” (Padilla de la Torre, 2004, pág. 100). De esta

manera, se evidencia la reproducción de este hecho en el protagonista que, de manera implícita, impone el poder sobre ella frente a los derechos que el compiten por ser el soporte del hogar.

Los personajes presentan grandes características respecto a estereotipos tanto femeninos como masculinos que construyen una sola imagen del matrimonio y la televisión. La mujer como romántica respecto a sus gustos por las telenovelas, y al hombre asociado con el fútbol como representación de machismo. “Mi amorcito, vamos a ver la novela un ratito” dice la protagonista. Esta frase reitera un gusto generalizado de la mujer hacia las preferencias televisivas. Las telenovelas han sido desde mucho tiempo atrás, la mayor distracción de muchas mujeres, niñas, jóvenes y adultas. Este gusto se evidencia porque las telenovelas crean realidades alternas y fantasiosas que toda mujer deseada tener, especialmente cuando se habla del “amor verdadero”, contenido que estos tipos de programas tienen sin excepción. Respecto a la mujer casada se puede decir que, “para la mayoría de mujeres, ver telenovelas es un placer donde se recrean estilos de vida exitosos e historias de amor que disfrutan debido a que se alejan de la realidad de sus vidas rutinarias” (Padilla de la Torre, 2004, pág. 116). Mofle es la representación espectacularizada y exagerada de este tipo de mujer, pese a que no se percibe este suceso a simple vista, se analiza el contexto del por qué muchas de las mujeres casadas gustan de estos tipos de programas. Mofle se encuentra en un matrimonio conflictivo, reflejo burlesco de varias convivencias maritales, que, a más de buscar un entretenimiento, busca compartir momentos con su esposo. Pero se tergiversa como un gusto peyorativo, para el desarrollo de la vida individual de la mujer, cuando Panzón responde a que “esas tonterías son las que te dañan el mente más de lo que ya lo tienes”. No se puede generalizar si el contenido de las novelas influencia de manera negativa o positiva la vida de las mujeres, lo que se evidencia es la diferencia que tienen estos programas frente a otros, en donde una de las características relevantes es el reflejo de la realidad, fuera de los estereotipos convencionales de belleza, con sus problemáticas y la forma de resolverlos. La pareja feliz, por el contrario, presenta la problemática del matrimonio pero no soluciones para el mismo.

Otro aspecto relevante frente a los rasgos característicos de los gustos televisivos de las mujeres y los hombres, se manifiesta en la relación del hombre con el fútbol y el desplazamiento de la mujer como la reiteración y aceptación del machismo del esposo, que

Mofle refuerza. Este deporte es, para el género masculino un interés de entretenimiento que, así como se manifiesta en las mujeres la atracción por las novelas, representa para ellos un medio de descanso, esto se evidencia en el enunciado “por lo menos eso me divierte”. Sin embargo, se enfatiza la ignorancia de la mujer incapaz de comprender este deporte y el rechazo por el mismo. Mofle atenta contra sí al insinuar que el fútbol es aburrido, que no tiene sentido: “Mi amorcito, eso es aburrido. Que es lo que estamos viendo. 22 estúpidos corriendo tras de una pelota, y un man de negro que te dice: toma roja, toma amarilla. ¿Qué es eso?”. Lo que infiere a que la conyugue no puede compartir los gustos con su esposo y no es apta para el deporte. Tiene que establecerse como los caracteres y estereotipos que identifican a la mujer casada y ama de casa.

Otro punto que engloba y que sustenta al dialogo, es la importancia del uso del lenguaje como indicador del estrato social, que se enfoca solamente en la mujer como un ser inferior al hombre. El modo en cómo se dirige hacia el deporte al usar la palabra “estúpidos” en lugar de “personas”, y “man” en lugar de hombre, incorpora el estereotipo de “esposa/ama de casa” vulgar. Por otro lado, Panzón se mantiene como “esposo/machista” al dirigirse a ella como tarada, pero se mantiene superior a la mujer por el hecho de no usar un lenguaje tan grotesco. Él caracterizó a la novela como “tontería”, mientras ella utilizó la palabra “estúpidos” para dirigirse a los deportistas.

La sociedad delimita al género, las telenovelas se asocian a la mujer, y el fútbol se relaciona con el hombre. Lo que enfatiza nuevas características a la mujer como romántica y cariñosa: Mofle se dirige a él como “mi amorcito”. Y al hombre como rudo y distante al dirigirse a ella como “tarada”. Se coloca tanto al hombre como a la mujer en una balanza, en donde se manifiesta una lucha de género. La actitud del hombre es la que más pesa, en este caso, se justifica, y en la mujer recae la culpa. Panzón reitera nuevamente el acto violento, movimientos que amenazan con golpear. Para el televidente masculino, recae sobre la mujer la característica de “provocadora de ira”. Para la mujer televidente, el hombre es la representación de incomprensión. Para que la situación genere humor las actitudes, tanto de él como de ella, frente a las situaciones cotidianas, generan una burla que se enfatiza más en la mujer que en el hombre. La manera de expresarse respecto al lenguaje tanto verbal como no verbal de ella es lo que intensifica el humor y, frente a esto, se legitiman las actitudes. Otro aspecto relevante es la actitud de violencia del hombre al amenazar con un golpe.

Tanto el acto de él como la respuesta de ella al decir “No me hagas así que ya te he dicho que esa movida me cabrea” incorporan el diálogo de la representación de comicidad. La admisión de palabras coloquiales manifiesta gracia al venir del personaje que actúa como ama de casa exagerando todo tipo de rasgos verbales y no verbales. En tanto a que, si estas características espectacularizadas no fueran parte del programa, las expresiones del matrimonio tal como lo construye la serie, se viesen explícitas y no fuera parte del entretenimiento cómico del telespectador. De este modo el humo esconde la denigración del hombre hacia la mujer y la vida conyugal de manera no perceptiva, utilizando la risa para la legitimación del mismo.

Tabla 18

Temporada 1 episodio 38 escena 1¹⁴

Escena 1	Personajes	Diálogos	Lenguaje no verbal
Es de noche, Mofle y Panzón están acomodados en la habitación viendo televisión	Mofle	¿Qué tal si nos vamos de segunda luna de miel?	Está sentada en la cama. Se encuentra entusiasta, aplaude y ríe con emoción
	Panzón	¿qué te pasa?, ¿Contigo?, sería una segunda, pero luna de miel, nada mas	Está acostado junto a ella. Mira directamente a Mofle, frunce las cejas en expresión de enojo
	Mofle	Mi amorcito, ¿Por qué eres así? Vámonos, nosotros nos merecemos. Creo que lo necesitamos.	Deja de sonreír, se siente preocupada, su tonalidad de voz cambia a interpretarse como súplica
	Panzón	Haber, haber, ya para. No nos vamos a ningún lado, no tengo plata. Si tuviera	se incorpora y toma asiento, mueve las manos en sentido de negación, su rostro

¹⁴ Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=dOcLqEEEno8E&list=PLE5FF865268678B86&index=68>

		plata, no me iría de viaje contigo	mantiene la misma expresión de enojo
	Mofle	Sino ¿con quién?	Su expresión cambia y se coloca en enojo, mantiene bien abiertos los ojos y mira directamente a su esposo
	Panzón	(se imagina el en una piscina con cuatro mujeres en traje de baño)	Sonríe sícnicamente, cierra los ojos y empieza a imaginar

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

Los aspectos en este dialogo se enfocan en la diferencia de comportamiento de ambos sexos, mientras Mofle se presenta como mujer amorosa, Panzón mantiene el mismo sentimiento de alejamiento y desamor. Esta inequidad se a partir de que la mujer sigue considerándose el estereotipo de sumisa. En este aspecto la sumisión es asociada con el cariño y el amor que expresa, mientras el esposo rechaza sus sentimientos. La representación que se evidencia es del matrimonio afectivo, sin embargo no es correspondido por parte de él. Este hecho se manifiesta en la construcción cultural estereotipada del hombre y de la mujer como consideración machista. Estas atribuciones se deben a procesos culturales e ideológicos. Muchas de las de las emociones se relegaron a las mujeres por considerarse expresiones femeninas, ya que tanto amor, ternura, miedo, tristeza, dolor, etc., son sinónimos de debilidad y este aspecto es parte del estereotipo que durante siglos han pertenecido a las mujeres. Por otro lado, el hombre manifiesta muchas de estas características como oposiciones binarias. Es decir son fortaleza y valor. Mofle es el modelo de representación convencional de la mujer abnegada. En reiterados enunciados Mofle se dirige a él como “mi amorcito”, el por el contrario, en ningún episodio y diálogo expresa cariño alguno por ella, tanto físico como emocional. Se refuerzan los estereotipos que le corresponden a cada uno. El humor se basa en actuar como catalizador de las experiencias peyorativas matrimoniales enfocándose en los 5 años después.

Otro punto relevante, es la importancia que Mofle tiene por recuperar el matrimonio. “¿Qué tal si nos vamos de segunda luna de miel?”. La carga emocional que tiene la mujer es la de aferrarse a no perder lo que durante tanto tiempo ha construido. En este

sentido, se reconsidera una visión más realista de la situación que tiene la mujer cuando el matrimonio no está funcionando. A partir de ello se dice que

Uno de los principales cimientos del matrimonio se deriva de una continua esperanza de conquistar la felicidad y la comunicación en algún momento futuro, aunque no se saben con certeza que significan esos anhelos. La esperanza en conquistar esos estados es una de las consideraciones básicas para enfrentar y soportar las diversas cargas del matrimonio (Rodríguez Salazar, 2001, pág. 144)

Sin embargo esta reconsideración mantiene a la mujer en un ámbito de inseguridad e insistencia por recuperar una vida conyugal armoniosa que se manifiesta como molestia. Este aspecto refuerza el estereotipo de “mujer masoquista” en el ámbito emocional. Mientras el rechaza a su esposa, ella insiste en continuar con la relación amorosa. A más de ello, se visualiza implícitamente a una mujer humillada por el sexo opuesto que se enfoca cuando Panzón responde “¿qué te pasa?, ¿Contigo?, sería una segunda, pero luna de hiel, nada más”.

Para Mofle, ir de “segunda luna de miel” es una necedad. La insinuación se manifiesta por la falta de interés sexual y afectivo que tiene Panzón. La imagen que interpone la relación de estos dos personajes es la pérdida del deseo sexual como resultado del aspecto ominoso de la mujer. Se interpone a la mujer como culpable de la inapetencia del esposo, mientras que el hombre, así mantenga un aspecto descuidado, el interés sexual de ella no desaparece. Se incorpora al hombre como ser superficial, que critica el aspecto de su esposa pero no repele su propia estética.

Sin embargo, la razón por la cual el interés por el sexo con frecuencia se debilita en el matrimonio no se debe al estado conyugal en sí. Lo que ocurre es que para la mayoría de las mujeres (igual que en los hombres) resulta muy difícil crecer emocionalmente y aceptar las realidades de la vida que no podemos cambiar. (Lescault, 1999, pág. 134)

En la situación que presenta la pareja de Mofle y Panzón, interviene el aspecto económico como un impedimento del disfrute del tiempo de ocio como es “la segunda luna de miel”, pero se genera la negación por parte de él al decirle que no se fuera con ella. Inmediatamente se imagina unas vacaciones con varias mujeres en una piscina. Se integra al hombre con el estereotipo de “mujeriego” reprimido. Solo son

imaginaciones que no se verán cumplidas ya que también existe un rechazo de las mujeres atractivas hacia él.

Se visualiza una ambivalencia de belleza/fealdad que se usa como parte del ingenio del “payaso” (personajes cómicos), para naturalizar los aspectos que afectan en el matrimonio. Se insinúa una prioridad a la belleza femenina, el deseo del hombre por tener a su lado no solo una mujer, sino varias mujeres atractivas. Su esposa se mantiene con el estereotipo de “mal casada”, tanto por su comportamiento como su aspecto físico, lo que provoca el rechazo de su esposo, que no se aleja tampoco de las características de su conyugue. Como conclusión, se manifiesta un alto nivel de machismo que afecta a la convivencia marital. La pareja feliz enfatiza la diferencia de género en el matrimonio, reforzando los estereotipos que ha correspondido tanto a mujeres como a hombres.

3.5.2 Símbolos relevantes del matrimonio que presenta el programa

- pensamientos de infidelidad (no se llega a consumir)
- violencia no verbal
- violencia física no realizada (amenazas)
- machismo
- rol de la mujer como ama de casa desocupada y exigente
- rol del hombre como sustento del hogar
- egoísmo
- irrespeto
- individualidad
- degradación
- inapetencia sexual

Los diálogos emitidos por la pareja presentan un fuerte desprecio por ambas partes. El lenguaje no verbal es un elemento inextricable que acompaña a la serie y complementa al imaginario respecto al matrimonio. Estos elementos construyen los símbolos que darán paso a la creación de estereotipos de la vida conyugal.

3.5.3 Construcción de estereotipos en los tres capítulos analizados

El programa tiene dos etapas:

La pareja feliz mantiene un estereotipo matrimonial convencional que aparenta un estatus social alto rompiendo varios esquemas. En ello está latente como recién casados:

Tabla 19.

Matrimonio feliz

Hombre	mujer
<ul style="list-style-type: none"> - Cariñoso y afectivo - Respetuoso - Lleva el sustento al hogar - Atracción y apetito sexual - atractivo 	<ul style="list-style-type: none"> - Cariñosa y afectiva - Respetuosa - Es una ama de casa abnegada - Atracción y apetito sexual - atractiva

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

Tabla 20

Cinco años después

Hombre “víctima del matrimonio”	Mujer “mal casada”
<ul style="list-style-type: none"> - Como soporte económico, él se encarga del trabajo y llevar el sustento al hogar - Machista - Su físico es deteriorado, aparentemente sucio, despeinado, mal vestido, gordo, ojeroso, etc. - no hay apetito ni atracción sexual - No inicia la relación sexual, se ve obligado a realizarla - humilla a su esposa tanto en aspectos físicos como intelectuales - No tiene hijos - Despreocupado por la esposa 	<ul style="list-style-type: none"> - Como desempleada, no es una ama de casa, aparenta serlo, tiene una empleada doméstica que hace todo el trabajo del hogar - ignora el comportamiento machista del esposo, implícitamente lo acepta - Su físico es deteriorado, aparentemente descuidada, despeinada, sumamente mal vestida, pérdida de dentadura, maquillaje exagerado, tiende a la obesidad. - Tiene apetito y atracción sexual hacia su marido

<ul style="list-style-type: none"> - Violencia verbal hacia la esposa - No tiene comunicación con su esposa - huye de la figura de su esposa 	<ul style="list-style-type: none"> - Inicia la relación sexual, ella obliga al marido a cumplir con las exigencias sexuales - Ella humilla a su esposo tanto en aspectos físicos como intelectuales - No tiene hijos - Controla y cela al esposo - Violencia verbal hacia el esposo - No tiene comunicación con el esposo
---	---

Nota: Elaborado por Claudia Narváez

Frente a este análisis, el ingenio cómico se asocia de esta manera a la construcción del estereotipo matrimonial. Wladimir Sierra, sociólogo y docente de la Pontificia Universidad Católica manifiesta que a partir de la comedia referente al uso del matrimonio como idea de burla se legitima la vida conyugal a través de hipérboles, sobrevaloraciones, distorsión de los roles y creaciones de estereotipos. Cuando uno se burla de algo es porque se reconoce como real, en tanto existe, puede ser partícipe de mofa. De esta manera se solidifica porque frente a una institución, como es el matrimonio hay muchos discursos. (Anexo 2)

Es así, que se asume a la televisión como una máquina de reproducción equivocada de actos que se asemejan a la realidad. Los medios audiovisuales ejemplifican el contexto social, pero se transforma y, así mismo, transforma al telespectador. Natalia Sierra¹⁵ manifiesta que los medios de comunicación, principalmente la televisión modifican los actos y pensamientos de la sociedad. Respecto a programas como “La pareja feliz” se remite a

Si es que las personas que ven el programa no tienen un nivel de mirada crítica si existen modificaciones del pensamiento y comportamiento. La única manera de no asumir de manera mecánica los referentes simbólicos y sígnicos que plantea la televisión es tener una mirada

¹⁵ Phd en sociología por la Universidad Libre de Berlin. Catedrática de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Docente en programas de Postgrado.

crítica, pero tener una mirada crítica implica algunas cosas al nivel de educación, nivel de socialización de las personas, fortaleza o anclaje cultural, pero si carecen de eso, las ideas que transmiten los medios, en este caso específico en cuanto a lo que es una pareja y una familia, pueden cambiar la percepción de las personas con lo que recambia el pensamiento y se van a cambiar sus acciones. (Anexo1)

De esta forma, la ridiculización que hace el “payaso”, es decir los personajes principales que son partícipes de esta comedia, forman un imaginario peyorativo del matrimonio. Stuart Hall crea la categorización de la “Gramática de la raza” respecto a la discriminación del negro que, referente a este análisis, se puede comparar de una forma simultánea a la burla, denigración y discriminación que se le da al ámbito marital principalmente en la diferencia de género y a la mujer como centro de espectacularización y comedia, que lleva tras de sí, la culpabilidad de la infelicidad del hombre.

3.6 “La pareja feliz” suspende su emisión

El 17 de noviembre del 2014 “la pareja feliz” dejo de emitirse por transmisión nacional. Los motivos se evidenciaron por difundir contenido discriminatorio hacia la orientación sexual. Esto se fundamenta en que

Diálogos homofóbicos, racistas, discriminatorios y violentos son naturalizados en la programación diaria que transmiten los medios de comunicación televisivos. “La publicidad transmitida en los horarios más vistos tiene en un 80% mensajes sexistas, sin embargo los programas que se transmiten en los mismos horarios, superan lo sexista para caer en lo racista y homofóbico”, señaló Ramiro Rivadeneira, defensor del Pueblo. (Andes, Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamerica, 2015)

Varios de estos aspectos se evidencian claramente en el contenido que transmitía el programa. Desde distintos ángulos, “la pareja feliz” presentó varios aspectos discriminatorios, de los que se puede evidenciar en el análisis planteado, la discriminación no solo se presenta respecto al rechazo de la orientación sexual, o la

discriminación racial, sino una discriminación hacia la mujer, tanto es su aspecto físico como en su comportamiento dentro del matrimonio. “Estas producciones marcan claramente estereotipos sociales en los que se asocia a mujeres bonitas con poca inteligencia, existe violencia verbal hacia los personajes del género femenino y su figura casi siempre está condicionada por la presencia masculina.” (Andes, Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamerica, 2015). No se genera humor, sino que, el, o la comediante se recrean como “payasos”, es decir, la comicidad se plantea a través de la burla del contexto social espectacularizado.

El 31 de octubre del 2014, el programa ya había recibido una demanda. El motivo, incidía en contenidos por discriminación racial, sexual y orientación sexual en cinco capítulos transmitidos ese mismo año. “La demanda consistía en pagar una multa equivalente al 5% de la facturación del canal durante tres meses. Posteriormente se generó una reincidencia por el cual, el canal responsable de la trasmisión, tuvo que pagar alrededor de 115.000 dólares.” (La Hora, 2015) A partir de ello, el programa dejó de transmitirse.

Tras estos acontecimientos, el programa ha generado polémica, muchos grupos sociales han manifestado en contra, sin embargo, los medios periodísticos que se manifestaron caracterizan implícitamente la diferencia de los personajes, colocando a Panzón como un personaje normal dentro de los parámetros estéticos y a mofle como “desaliñada”.

El Panzón es un hombre de clase media baja, que trabaja en la empresa La Cosita como contador y está casado con La Mofle. (...) Mofle es una mujer que le gusta la comida ecuatoriana, ha perdido la belleza que una vez tuvo y se mantiene desaliñada a pesar de gastarse todo el dinero en compras y festejos. (Veintimilla, 2015)

En este sentido, se puede evidenciar que tanto a los televidentes que se entretienen con este programa como los medios críticos que informan, perciben de esta manera el contenido de “la pareja feliz”, en donde se caracteriza peyorativamente más a la mujer que al hombre, es decir que se enfatizan en estereotipar los roles de género en el programa.

Flor María Palomeque, actriz que interpreta a Mofle, manifestó: “Parece mentira!.. Ahora nos dicen que debemos y no debemos ver en Tv! Tengo 18 años en Tv y jamás

he trabajado para denigrar!!” Con lo cual, expresaba su inconformidad. (Comercio, El Comercio, 2014) Pese a ello, Diane Rodríguez, presidenta de la Asociación Silueta X¹⁶, dijo que las muestras de los otros personajes, la música, sonidos trompetas y otros elementos son parte de las expresiones discriminatorias por parte de los protagonistas, pero se puede asegurar que se manifiesta a un programa televisivo dentro de los parámetros de la Industria cultural, el cual, para el consumo masivo, pretende usar todos los medios persuasivos posibles para ganar rating.

“La pareja feliz”, ha logrado entretener a cierto publico televisivo, pero también ha logrado desarrollar una crítica contra los medios de comunicación audiovisuales e impresos, los cuales tienen de trasfondo un mundo que se aprovecha del contexto actual de mujeres, hombres, afro descendientes y homosexuales para lograr reforzar estereotipos que cada día se tratan de erradicar.

Tras suspender la emisión de esta sitcom, no se está libre de los diversos contenidos discriminatorios que tienen varios programas televisivos ecuatorianos. Se sigue implementando nuevos estereotipos y reforzando cada vez más la espectacularización de la cultura ecuatoriana, donde el humor se apoya en denigrar varios de los grupos representantes de nuestro país: mujeres, afro descendiente, homosexual, indígena, no estarán libres de pertenecer como materia prima de los diversos contenidos comunicacionales que pretenden crear mecanismos económicos para las grandes industrias culturales.

¹⁶ Organización de base, creada el 12 de mayo del 2008, y constituida legalmente el 5 de Mayo del 2010 por el Acuerdo Ministerial #9989. Es una Asociación sin fines de lucro cuya misión es la lucha por los Derechos Humanos de las personas TILGB, teniendo como población meta a las jóvenes transgéneros y transexuales femeninas y masculinos e intersexuales.

CONCLUSIONES

La televisión es un medio de persuasión masiva manejado por la industria cultural, cuyo objetivo es generar un consumo visual a partir de los diferentes contenidos dirigidos hacia los espectadores. A partir de ello, se crea una cultura televisiva que se explica en base a los diferentes discursos emitidos, los mismos que, como efectos crean nuevos estilos de vida a partir de reproducciones audiovisuales que muestran un reflejo erróneo del contexto social. Estas representaciones equivocadas son recreaciones de actos espectacularizados que mantiene al televidente entretenido, en este sentido, el hombre deja de ser homo sapiens para establecerse como homo videns, y simultáneamente, en un homo ludens estático. Frente a este entorno, se simplifica a la espectacularización en los contenidos verbales y no verbales que presenta comedias y sitcoms, las cuales fundamentan el humor tomando como eje de entretenimiento a la vida conyugal y familiar a partir de estereotipos.

Los estereotipos son construcciones que delimitan a cierto grupo de personas en un conjunto cerrado para luego generalizarlas según sus semejanzas, y así imponer una diferencia a partir de lo normal y lo que no es normal. Se forma a través de la repetición de comportamientos que la misma sociedad crea a través del tiempo. Generalmente, la estereotipación se asume como término peyorativo, en este sentido, se plantea como un proceso a partir de oposiciones binarias, que imponen la diferencia y que apelan a mecanismos tales como la esencialización, reduccionismo y naturalización. La razón por las que estos medios audiovisuales se basan en los estereotipos es porque son de simple entendimiento para el público. Tiene una relación inextricable con las construcciones ideológicas y culturales que conforman lo que es la “Gramática de la raza”, en donde el “esclavo”, “nativo” y el “payaso” forman parte del entretenimiento que día a día se emite en la programación televisiva. Sin embargo, la perspectiva del “payaso” tiene mayor relevancia, ya que se remite a ser una clara explicación del humor de comedias y sitcoms que se apropian de los sucesos problemáticos familiares para legitimar varios de los comportamientos remitidos a través de la risa, y así manifestar una reproducción de estos actos espectacularizados, tales como la violencia y discriminación de género, para reforzar estereotipos ya establecidos.

La pareja feliz es una de las varias *sitcoms* ecuatorianas que, tras haber tenido éxito como sketch, logró obtener un alto nivel de rating a nivel nacional. El contenido

humorístico se deriva de la idea de la relación que mantiene una pareja cinco años después de haber contraído matrimonio. Los personajes principales (Mofle y Panzón), tras encontrarse recién casados, muestran una relación afín, ambos se encuentran enamorados, su aspecto físico es relativamente atractivo. Tras haber permanecido un tiempo casados, tanto su aspecto y comportamiento cambian. Ambos demuestran una relación amorosa llena de problemas. Su corporeidad ya no es la misma, han perdido su atractivo. Se enfatiza una ambivalencia de la pareja recién casada como perfecta y, cinco años después como problemática.

Las representaciones de estos personajes enfatizan varios rasgos que determinan, crean, refuerzan y reproducen estereotipos que atentan con la concepción del matrimonio. Durante el tiempo que el programa se mantuvo al aire, la idea percibida como humor se enfocó en la burla del contexto conyugal como sinónimo de infelicidad. El modelo del programa cómico se apoyó en el patrón humorístico hacia el comportamiento y el aspecto físico de la pareja caracterizando de manera negativa a ambos sexos.

De este modo, el programa prioriza los estereotipos de belleza, es decir, transmite la importancia del aspecto físico en el matrimonio. Para que un matrimonio sea feliz, la mujer debe mantenerse atractiva, en este sentido, la apariencia se presenta como motor de la felicidad. Primeramente el programa presenta a una pareja recién casada, su aspecto físico mantiene los estándares de belleza, sobre todo en la delgadez que manifiestan los personajes. La belleza los mantiene felices y por ende su comportamiento es positivo, se respetan y se aman. Cinco años después, el contexto cambia. El aspecto físico de la pareja se ve deteriorado, han engordado y el comportamiento comprende todo lo contrario a lo que se presentó como recién casados. Sin embargo, estos cambios se ven enfocados en la mujer, su estado físico genera una transformación, es gorda, ha perdido parte de su dentadura, usa demasiado maquillaje y su vestimenta es exagerada: vestidos vistosos, mallas y sandalias. Su comportamiento va acorde con su aspecto, es vulgar. Todas estas características encierran un conjunto estereotipado que representa a la mujer dentro del matrimonio como “mal casada”.

El aspecto del hombre no presenta mayores cambios. Solo ha engordado. Sin embargo, su comportamiento expresa un cambio rotundo, el cual se evidencia como resultado

de los cambios de la esposa. Es así que se refuerza el estereotipo del hombre como “víctima del matrimonio” y a la conyugue como la única responsable. La mujer se mantiene abnegada, no quiere perder el matrimonio que se ha establecido, pero el rechaza todos los sentimientos. Ese rechazo se da por el aspecto físico de ella, ya que enfatiza un morbo hacia mujeres atractivas y su comportamiento hacia ellas cambia, es gentil y halagador.

Las características relevantes de la visión general del matrimonio que emite este programa son la inapetencia sexual del esposo y la falta de afecto que enfrenta la esposa. La comedia se da a partir del doble sentido que se enuncia mutuamente la pareja. Ella ataca por la falta de deseo sexual confundiéndola con impotencia sexual y refiriéndose al genital de su esposo como algo pequeño, de esta manera lo asocia con “coquete”, “fosforito”, “pitillo” etc. Él por su parte ataca a su mujer por su aspecto físico y su comportamiento social, de este modo le nombra “monstruo” “ridícula” “payaso”, “adefesio”, etc. Así mismo, por su falta de coherencia le denomina “bruta”, “estúpida”, “tarada”, “tonta”, etc.

A más de ello, la relación marital abarca varios ámbitos relacionados con la colaboración de ambas partes. El aspecto económico es uno ellos, del cual, el programa televisivo prioriza al hombre como soporte del hogar y a la mujer desplazada de los labores tanto profesionales como domésticos. El hombre trabaja, la mujer es ama de casa. El hombre se preocupa por los gastos del hogar, la mujer despilfarra el dinero.

A partir de los capítulos analizados, la comedia de “La pareja feliz” es una sátira frente a la vida conyugal de una pareja inconforme con el matrimonio. De este hecho, la Gramática de la raza desde la perspectiva del payaso interviene de forma ambivalente, es decir, no se habla específicamente de contenidos humorísticos que fundamenta la discriminación racial, sino un contenido cómico que refuerza mediante estereotipos matrimoniales tales como la mujer “mal casada” y al hombre “víctima del matrimonio” como un acto que atrae a la infelicidad del conyugue masculino y la culpabilidad de la mujer por los problemas que se generan en la convivencia de pareja.

Tras esta investigación, los factores que fundamentan varios comportamientos sociales son las reproducciones no solo de los actos, sino de formas de pensar que ha generado el programa. Cabe recalcar que el efecto de risa que provoca los diferentes tipos de emisiones legitiman los actos.

LISTA DE REFERENCIAS

- Ahumada Barajas, R. (2005). *La TV y la educacion: ¿una red interconectada?* Barcelona: Plaza y Valdéz.
- Althusser, L. (1974). *La filosofía como arma de la revolución. Los aparatos ideológicos del estado*. México: Siglo veintiuno editores, S.A. de C.V.
- Alvarado, A. C. (17 de 11 de 2014). La 'Pareja feliz' ya no se transmitirá. (E. Comercio, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/parejafeliz-transmision-television-sancion-supercom.html>
- Amossy, R., & Herschberg Pierrot, A. (2001). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires : Editorial Universitaria de Buenos Aires .
- Andes, Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamerica. (16 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/dialogos-homofobicos-racistas-discriminatorios-violentos-son-naturalizados-programacion>
- Andes, Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamerica. (16 de marzo de 2015). Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/medios-comunicacion-reproducen-roles-sexistas-violencia-contramujer.html>
- Ang, I. (1997). *Cultura y comunicación: hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios en el sistema mediático transnacional*. Barcelona: Gedisa.
- Bonaut Iriarte, J., & Ojer Goñi, T. (2010). La nueva comedia televisiva en la frontera entre la realidad y la ficción: el caso de "The office". *Informativos para la televisión del espectáculo* , 158-167.
- Bonaut, J., & Grandio, M. d. (2009). Transgresión y ruptura en la creación del humor en la nueva sitcom. *Rompiendo moldes : discurso, géneros e hibridación en el siglo XXI*, 32-47.
- Catela, I. (2005). *Ética de la televisión. Consejos de sabios para la caja tonta*. Bilbao : Editorial Desclée de Brouwer, S.A.
- Cohen Imach, S. (2013). *Mujeres maltratadas en la actualidad*. Buenos Aires: Paidós .

- Comercio, E. (21 de enero de 2014). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/formula-vivos-sigue-vigente.html>
- Comercio, E. (16 de octubre de 2014). La Supercom sanciona a la serie 'La Pareja Feliz'. *El Comercio* . Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/supercom-sanciona-serie-pareja-feliz.html>
- Cuesta, U. (2000). *Psicología Social de la Comunicación*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Davis, F. (1992). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza Editorial.
- Deleuze, G. (1984). *La imagen-movimiento Estudios sobre cine I*. Barcelona: Paidós.
- Doménech Llaveria, E. (2005). *Actualizaciones en psicología y psicopatología de la adolescencia* . Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Hall, S. (2013). *Sin garantías*. Quito y Bogotá : Corporación editora Nacional.
- INEC. (23 de Febrero de 2015). *INEC*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=490%3A6-de-cada-10-mujeres-sufren-violencia-de-genero-en-ecuador&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es
- Jaén, A. B. (1994). *Prólogo a la comunicación: treinta años de investigación de los medios de España*. Madrid: Editorial Complutense.
- Juncosa, J. (2012). *Miradas alternativas desde la diferencia y las subalternidades*. Quito: ABYA YALA.
- Knapp, M. L. (1982). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós.
- Knapp, M. L. (1995). *La comunicación no verbal El cuerpo y el entorno*. Buenos Aires: Paidós.
- La Hora, N. (16 de marzo de 2015). *La Hora, Nacional*. Obtenido de <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/fotoReportaje/1101751474#.VQddnY6G9UU>
- Lescault, A. M. (1999). *Problemas sexuales del hombre*. Digital Publications, Inc.
- López Avedaño, I. (1994). *Sociología de la Educación* . Costa Rica : Editorial EUNED.
- Maigret, E. (2005). *Sociología de la Comunicación y los Medios*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.

- Marín, A. (07 de enero de 2014). <http://teoriasdecomunicacionlatinoamericanas.blogspot.com>. Obtenido de <http://teoriasdecomunicacionlatinoamericanas.blogspot.com/2012/07/estudios-de-comunicacion-en-amperica.html>
- Mattelart, A. y. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación* . Barcelona : Paidós.
- Millán, M. A., & Salvador, S. (2002). *Psicología y familia*. Barcelona : Cáritas Editores.
- Montufar Checa, F. (2003). *El "extra"*. Quito: Abya-Yala.
- Navarro Casillas, A. M. (2003). *La interacción entre las familias y la televisión: un estudio en Aguascalientes*. México: UAA.
- Orza, G. (2002). *Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental*. Buenos Aires: La Crujía.
- Pacheco Zerga, L. (02 de Marzo de 2015). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472012000100008
- Padilla de la Torre, R. (2004). *Relatos de telenovelas: vida, conflicto e identidades*. Guadalajara : UAA.
- Pavis, P. (1996). *Análisis de los espectáculos: teatro, mimo, danza, cine* . Buenos Aires : Paidós .
- Peirce, C. S. (18 de enero de 2015). *La ética pragmatista* . Obtenido de <https://prezi.com/mms061vb6q45/la-etica-pragmatista/>
- Pereira Valarezo, A. (2008). *Las claves semióticas de la televisión*. Quito: ABYA-YALA.
- Quin, R., & McMahon, B. (1997). *Historias y estereotipos* . Madrid: Ediciones de la Torre .
- Rodriguez Salazar, T. (2001). *Las razones del matrimonio. Representaciones, relatos de vida y sociedad*. Guadalajara : Editorial CUCSH-UdeG.
- Roiz, M. (2002). *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas* . Buenos Aires: Paidós .
- Salazar Rodriguez, T. (2001). *Las razones del matrimonio. Representaciones, relatos de vida y sociedad*. México: CUCSH-Udeg.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns*. Buenos Aires: Taurus.

Todo es Comunicación. (28 de enero de 2014). Obtenido de <http://valeriadupey.com.ar/educacion/escuela-de-burmingham/>

Tous, A. (2010). *La era del drama en televisión*. Barcelona: Editorial UOC.

Valencia Abundiz, S. (2007). Elementos de la construcción, circulación y aplicación de las representaciones sociales. *Representaciones sociales. Teoría e investigación* , 51-88.

Vázquez Montalván, M. (1997). *Historia y comunicación social*. Barcelona: Grijalbo Mondadori.

Veintimilla, A. B. (16 de marzo de 2015). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/imitacion-drama-comedia-pareja-feliz.html>

Villamarín, J. (1997). *Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo*. Quito: Radmandi.

Williams, R. (2011). *Televisión tecnología y forma cultural*. Argentina: Paidós.

Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media* . Buenos Aires : Paidós .

ANEXOS

Anexo 1

Entrevista a Natalia Sierra

Socióloga, Phd en sociología por la Universidad Libre de Berlín. Catedrática de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Docente en programas de Postgrado.

¿Los medios de comunicación, principalmente la televisión, pueden generar cambios sociales y culturales, y a más de ellos hábitos y valores?

Sí, porque pueden construir, modificar o transformar imaginarios sociales, es lo que hace, porque generan lo que serían referentes imaginarios y, cuando una persona asume un referente, es a partir de ese referente que actúa, es decir, asumen ideas que dan posibilidad de acción en sus vidas, de hecho la más media transformó la cultura del planeta en base a las formas culturales norteamericanas.

Las series televisivas usan como eje o idea de la producción al matrimonio y la familia, el contenido tiende a ser exagerado y un muchos de los casos erróneo, un claro ejemplo es la pareja feliz. ¿Estos tipos de programas pueden cambiar la perspectiva del matrimonio o la convivencia de pareja?

Si es que las personas que ven el programa no tienen un nivel de mirada crítica, sí. la única manera de no asumir de manera mecánica los referentes simbólicos y sýgnicos que plantea la televisión es tener una mirada crítica, pero tener una mirada crítica implica algunas cosas al nivel de educación, nivel de socialización de las personas, fortaleza o anclaje cultural, pero si carecen de eso, las ideas que transmiten los medios, en este caso específico en cuanto a lo que es una pareja y una familia, pueden cambiar la percepción de las personas con lo que recambia el pensamiento y se van a cambiar sus acciones.

Anexo 2

Entrevista a Bladimir Sierra

SOCIÓLOGO con mención en Ciencias Políticas

Muchas series televisivas principalmente las comedias usan como idea principal a la familia y el matrimonio ¿cree que estos programas influyen al telespectador por su uso reiterativo de los estereotipos o los roles que desempeñan?

Claro, son formas de legitimación, todas las instituciones sociales son creaciones lingüísticas, por eso tienen el carácter voluble, no tienen anclajes en soportes, en materiales fuertes, por eso requieren permanentemente estar actualizando y legitimando. Se legitima y actualiza desde varios lugares, pero sobre todo de la producción de saberes, desde saberes de la vida cotidiana, saberes fuertemente estructurados como los saberes jurídicos. En este sentido, el matrimonio se afirma, se legitima desde lo que piensa la gente en su vida cotidiana, particular hasta lo que dicen las leyes en el nivel jurídico, todos esos discursos sirven de soporte de legitimación a ese tipo de institución, sino tuviésemos el matrimonio que no es sino acuerdo social se desvanecería, entonces entre los muchos discursos que legitiman en la institución del matrimonio, también están los discursos que hacen de esta institución objeto de burla, mofa, etc., pero al hacer burla, al hacer mofa de esa institución la están legitimando a través de hipérboles, de sobrevaloración, de distorsión de los roles, etc., más allá de que ridiculiza el matrimonio lo único que hace es legitimarlo porque ese discurso solo puede existir vinculado al matrimonio, no sé si me explico si se pretende hacer burla del matrimonio se tiene descomponer y al hacerlo, se legitima, es decir la forma de legitimación del matrimonio sería no burlarse de él, el rato que existan burlas de él se está legitimando, entonces la legitimación se hace desde muchos espacios, uno de esos espacios también es el discurso cómico, el discurso burlesco, etc., pero son formas de legitimarlo, no son formas de desconocerlo, cuando existen burlas de algo es porque se reconoce, burlarse de alguien es reconocer a ese alguien así se ridiculice, lo caricaturices siempre lo estás reconociendo

¿Y se puede reproducir en la vida cotidiana?

Si, al burlarse se está afirmando, se solidifica porque frente a una institución hay muchos discursos, quizás este tipo de programas lo afirman desde una visión

heteronormativa, pero hay otros discursos que lo afirman desde una visión crítica, la heteronormatividad, que puede ser discursos políticos, por ejemplo el discurso feminista, el discurso feminista no niega la situación del matrimonio sino que la afirma criticándola, entonces hay muchas formas de hablar, hiperinflationando ciertos roles vinculados con la masculinidad, la comicidad nace siempre de una ridiculización de aquello a lo cual se enfrenta, entonces quizá estas exacerbaciones no necesariamente tiene que llevar a que el telespectador reproduce ese tipo de comportamientos.

Anexo 3

Libreto de programa radial

TITULO: La industria cultural en la televisión

FORMATO: Charla

DURACIÓN: 60 minutos

AUTOR: Claudia Narváez

CONTROL: IDENTIFICATIVO INRADIO (PREGRABADO)

LOCUTORA:

Bienvenidos a InRadio, mi nombre es Claudia Narváez y el día de hoy presentaremos un programa especial sobre la industria cultural en la televisión y el caso de la comedia ecuatoriana La pareja feliz.

Nos encontramos con el Señor Vinicio Manuel Astudillo egresado de comunicación social y generador de caracteres en el canal televisivo Teleamazonas., Víctor Changoluisa estudiante de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana. También nos acompaña la señora Magaly Montalvo, quien representará a la opinión pública.

Como primer tema a tratar. ¿Qué es la industria cultural?

INVITADO 1: PRIMERA INTERVENCIÓN

INVITADO 2: PRIMERA INTERVENCIÓN

INVITADO 3: PRIMERA INTERVENCIÓN

LOCUTORA:

Para concluir este aspecto las sociedades contemporáneas, hoy en día, la televisión tiene un alto nivel de mercantilismo cultural, las telenovelas, las series televisivas, las películas e incluso la información propagandística son productos de la industria cultural. Este concepto se mantiene unido con el sistema de manipulación. Las producciones televisivas tienden a crear “arte visual” para vender una idea que sea consumida día a día por el hombre. Si un programa no vende, no es producto consumible y es desechado. La industria cultural es al consumidor como el emisor es al receptor.

A continuación Silvio Rodríguez nos deleita con el tema Quien fuera

Regresamos.

CONTROL MÚSICA CANCIÓN QUIEN FUERA (SILVIO RODRIGUEZ)

LOCUTORA:

La industria cultural es el resultado de la producción, determina el consumo masivo y organizado. La demanda del consumidor nunca se tomará en cuenta, son los empresarios entendidos en la

fabricación de contenidos quienes planifican, crean y manifiestan basándose en la rentabilidad con la mínima intención de educar y formar social y humanamente al hombre, es por eso que la producción *cultural-industrial* tiene como finalidad eliminar cualquier actividad mental positiva de los receptores. De ese modo se manifiestan los efectos. ¿Qué efectos puede generar la televisión?

INVITADO 1: SEGUNDA INTERVENCIÓN

INVITADO 2: SEGUNDA INTERVENCIÓN

INVITADO 3: SEGUNDA INTERVENCIÓN

LOCUTORA:

Natalia Sierra, PhD en sociología por la Universidad de Berlín y catedrática de la Pontificia Universidad Católica nos da su opinión respecto a los efectos y si la televisión puede generar cambios sociales y culturales.

CONTROL: ENTREVISTA PREGRABADA: NATALIA SIERRA

(PHD EN SOCIOLOGIA Y CATEDRÁDITA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA)

DESDE: PUEDEN COSNTRUIR MODIFICAR Y CREAR CAMBIOS SOCIALES

HASTA: TRANSFORMO LA CULTURA DEL PLANETA

LOCUTORA:

Los efectos, mantienen un ritmo acelerado de cambios sociales y culturales. Siendo la televisión un mundo dentro de una pequeña pantalla, el televidente se aferra a vivir una verdad que simula realidad. La cotidianidad frente a cámaras que crean producciones cinematográficas, seriales, documentales, realities muestran un tanto por ciento de ficción porque se preparan para mostrar al mundo la realidad que el productor y su ingenio perciben a su manera y así convertir, el contexto que se crea en una pantalla, en una industria que mantiene al hombre en constante consumo.

Vamos a un corte musical y regresamos.

CONTROL MÚSICA CANCIÓN RUN FOR YOUR LIFE (THE BEATLES)

LOCUTORA:

Los acontecimientos que se ven reflejados en la “pantalla chica” se asemejan a situaciones del cotidiano social: la familia, la amistad, el noviazgo, y dentro de ellos los activos problemáticos como la violencia, la infidelidad, el sexismo, entre otros, es así que nos enfocamos ahora en los estereotipos que transmiten y generan la televisión. ¿Cuáles son los estereotipos más comunes de las producciones televisivas?

INVITADO 1: SEGUNDA INTERVENCIÓN

INVITADO 2: SEGUNDA INTERVENCIÓN

INVITADO 3: SEGUNDA INTERVENCIÓN

LOCUTORA:

El estereotipo toma sentido al ser un término que se asocia a la repetición de actos, pensamientos, discursos, enunciaciones inclinándose a nociones negativas. El estereotipo es naturalizar las representaciones diferenciales que construyen los distintos grupos sociales a partir de contextos históricos para ser inmutable en el transcurso del tiempo. Las series televisivas, tales como la comedia, usan a los estereotipos para hacer humor. Uno de los casos más concurridos y polémicos es la comedia ecuatoriana La pareja feliz, que a más reproducir estereotipos de género, crean nuevos estereotipos, tales como la visión negativa del matrimonio.

Violeta Parra nos acompaña con la canción Que he sacado con quererte.

Regresamos.

CONTROL MÚSICA CANCIÓN QUE HE SACADO CON QUERERTE
(VIOLETA PARRA)

CONTROL MÚSICA DE FONDO POR TU CULPA (LOS INTREPIDOS)

LOCUTORA:

Las series televisivas, en su mayoría, usan como idea de la producción al matrimonio y a la familia. El contenido tiende a ser exagerado y en mucho de los casos erróneo. La pareja feliz es uno de estos casos. En vista a tantas demandas que ha tenido la serie respecto a la discriminación de género, también se crea una discriminación hacia el matrimonio. ¿El programa puede cambiar la perspectiva de la vida en pareja?

INVITADO 1: TERCERA INTERVENCIÓN

INVITADO 2: TERCERA INTERVENCIÓN

LOCUTORA:

Sra. Magaly, ¿qué opina usted a cerca de la pareja feliz?

INVITADO 3: TERCERA INTERVENCIÓN

LOCUTORA:

Natalia Sierra, nos da su opinión acerca de los cambios que se pueden dar respecto al programa y de los cambios que pueden generar en el matrimonio.

CONTROL: ENTREVISTA PREGRABADA: NATALIA SIERRA

(PHD EN SOCIOLOGIA Y CATEDRÁDITA DE LA
UNIVERSIDAD CATÓLICA)

DESDE: SI ES QUE LAS PERSONAS QUE VEN

HASTA: PUEDEN CAMBIAR LA PERCEPCIÓN DE
LAS PERSONAS

LOCUTORA: Muchísimas gracias por su participación Sr. Manuel Astudillo,
Sr Victor Changoluisa y Sra Magaly Montalvo.

Nos despedimos con una excelente canción interpretada por
Carlos Gardel, Noche de Reyes.

CONTROL MÚSICA CANCIÓN NOCHE DE REYES (CARLOS
GARDEL)