

1 ejemplar (4)

Universidad Nacional Autónoma de México

**FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
COLEGIO DE PEDAGOGIA**

**EL CANTINFLAS SHOW
COMUNICACION CULTURAL PARA LA MASA**

T E S I S A

**Que para optar al Título de
LICENCIADO EN PEDAGOGIA**

P r e s e n t a

ENRIQUETA CALLEROS GONZALEZ

MEXICO, D. F.

1979

19363



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

- I INTRODUCCION
- II MEDIOS DE COMUNICACION
 - 1. La televisión
 - 1.1. Características
 - 2. Música
 - 2.1. Características
 - 3. Imágen
 - 3.1. Definición
 - 3.2. Clases
 - 4. Proceso de comunicación
 - 4.1. Algunos componentes
 - 5. Mass media
 - 5.1. Definición
- III ENTREVISTA
- IV CANTINFLAS SHOW
 - 1.- Características
 - 2.- Ideología
 - 3.- Sociedad
 - 4.- Lenguaje
 - 5.- Imágen
 - 6.- Música
 - 7.- Personajes
- V ANALISIS FRAGMENTOS
 - 1.- Francis Drake
 - 2.- Goya
 - 3.- Lilliput
 - 4.- Fotografía
- VI CONCLUSIONES
- VII CITAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS
- VIII BIBLIOGRAFIA

P R I M E R A P A R T E

I N T R O D U C C I O N

El interés que me llevó a realizar este trabajo, surgió de la importancia, que considero tienen los medios de comunicación, en la vida de todo sujeto, ya que el gran desarrollo de éstos ha influido en nuestro momento histórico, puesto que a través de su manejo modifican de alguna manera el conocimiento y comprensión de la época en que vivimos, alterando la forma de pensar y actuar en que fuimos formados, así como la percepción del mundo que nos rodea.

La importancia y el papel que cada uno de ellos desempeña en la sociedad, forma parte de un interés común, que a todos afecta y en el que estamos involucrados, pues deseándolo o no siempre participamos de la información que ciertos sistemas a través de dichos medios difunden.

Debemos mencionar que es la fuerza y el poder de éstos, disfrazados sutilmente, los que nos llevan a pensar y actuar, manipulándonos como ellos quieren; importando solamente el enriquecimiento de la clase social dominante, sin tener para nada en cuenta el nivel interior del individuo (1).

MEDIOS DE COMUNICACION

El objetivo de este trabajo, es analizar el -- Cantinflas Show como un programa de comunicación cultural para la masa, cuyo medio de difusión es la televisión; por esto se hace necesario mencionar brevemente algunas características de ésta; así como los componentes más indispensables que se requieren para que exista un proceso de comunicación.

Larroyo define a la televisión como: "El invento más completo y evolucionado de la comunicación entre los hombres" (2). Las posibilidades educativas de la televisión son muchas y muy importantes, pero se requiere de un tratamiento adecuado de los programas para no ir al fracaso. La televisión es un medio frío, absorbente, que obliga al receptor a participar pasivamente de su información; entiéndase como medio frío -- aquel que, exige una gran participación por parte del sujeto, ampliando varios de sus sentidos, su grado de determinación es muy bajo (la televisión). La televisión exige la atención de espectador a cada instante -

para cerrar espacios y formar imagenes.

El medio Caliente es el que exige muy poca participación por parte del sujeto, ampliando en su generalidad un solo sentido del espectador, contiene un alto grado de determinación; (como el radio, el cual podemos escuchar sin prestar realmente atención).

M. C. Luhan considera que todos los medios, la televisión es el más importante, pues amplía el sistema nervioso central del hombre, acabando con la supremacía visual; es decir, desarrolla la máxima acción recíproca de todos los sentidos.

La imagen y la música juegan un importante papel en la televisión, por lo cual daremos a continuación una breve introducción respecto a ambos.

Imagen es la imitación de cualquier objeto, ya sea percibido a través de la vista o de otros sentidos. Hay imágenes sonoras, táctiles, visuales, etc. "Estas dan las identidades que pretenden, una identificación-entre el ser y su imágen" (3).

La imagen requiere de la percepción humana pa-

ra el contenido que ésta da y en el que cabe distinguir cuatro tipos importantes:

- a) Las imágenes de identidad de una persona, ejemplo:-
La fotografía de una persona.

- b) Las imágenes de imágenes: La fotografía de una persona reproducida ante las cámaras de televisión, es decir, la reproducción de una representación.

- c) Las imágenes de no imágenes, ejemplo: el nombre de un autor que aparece en cualquier lugar; las letras no guardan relaciones de semejanza con el autor, pero las letras del nombre percibidas por el espectador si mantienen una relación con la imagen ya conocida del autor.

- d) Las no imágenes de imágenes; es decir, toda descripción verbal de una imagen, en donde se pueden incluir las metáforas visualizadas de los comics, --- que expresan el estado psíquico de los personajes.

Las imágenes en la televisión están constituidas por miles de puntos y líneas que el espectador tiene que estar cerrando, a su vez la actuación del perso

naje escogido para dar una imagen en un programa, no debe proyectar su propia voz, ni proyectarse a sí mismo. Su actuación en la televisión tiene que ser íntima para alcanzar un grado de naturalidad espontánea; ya que el público participa tan plenamente del papel que aquel está actuando que en un momento dado es más importante que el propio. Con esto se confirma que la baja definición de la televisión asegura un alto grado de implicación del público.

" LA TELEVISION NO ES TANTO MEDIO DE ACCION COMO
DE REACCION " (4)

Todas estas reacciones se ven aumentadas con la música, de la cual mencionaremos algunas funciones:

- 1.- Función de diversión: estimula a la divagación, -- crea un moento a manera de pausa, de descanso.
- 2.- Función Catártica: se presenta como una sollicita-- ción violenta de las emociones, como relajación de tnsiones nerviosas, emotivas e intelectuales.
- 3.- Función Técnica: propuesta por situaciones técnico- formales, a gozar en cuanto a tales, valoradas se-

gún criterios de habilidad, adaptación, organici--
dad, etc.

- 4.- Función de Idealización: Tratamiento subliminal de sentimientos y problemas; como evasión superior.

- 5.- Función de refuerzo o duplicación: Intensifica los problemas o emociones de la vida cotidiana hasta - evidenciarlos, haciendo inevitable la participa- - ción o consideración del que la escucha. Podemos decir que en algún momento todos nos identificamos con un tipo de música, ya sea por cualquiera de -- las funciones mencionadas, o porque la música de - consumo se presenta como modelo típico, interpre-- tando nuestros sentimientos y problemas, de ella - no cuenta sólo el ritmo, el fondo, sino también la letra y su elección ligada a tradiciones populares y al ritmo de la vida actual.

Respecto a otros componentes que se requieren para un proceso de comunicación, podemos decir que; To da comunicación humana tiene alguna fuente o grupo de personas con un objetivo preciso para ponerse en comunicación; la existencia de la fuente con sus ideas, ne cesidades, intenciones, información y un propósito por

el cual comunicarse, dan lugar al mensaje; un mensaje en la comunicación humana, se traduce en conductos físicos, ideas, propósitos en un código, dentro de un conjunto de símbolos, los cuales se descifran en el código a través de un encodificador, que es el que se encarga de tomar las ideas de la fuente, dando el objetivo de la fuente en forma de mensaje; así surge como cuarto componente el canal, que es el conductor o transportador del mensaje. El canal es un factor importante para la efectividad de la comunicación; estos Cuatro Componentes no tendrán efectividad, sin la existencia de un receptor que es el quinto Componente y hacia el cual va dirigido el mensaje. Por último el sexto componente o decodificador que es el que se encarga de retraducir, decodificar el mensaje y darle la forma más aplicable y útil para el receptor.

"El decodificador se puede considerar como el conjunto de facultades sensoriales del receptor" (5).-- Todos estos componentes se encuentran en un proceso de comunicación; para que éste tenga mayor fidelidad y efectividad, es importante tener en cuenta las actitudes de la fuente de las cuales sólo mencionaremos tres por ser de mayor utilidad, a nuestro trabajo:

- 1) La actitud de la fuente hacia sí misma
- 2) La actitud hacia el tema que trata
- 3) La actitud hacia su receptor

La primera es la forma como la fuente se identifica a sí misma, es decir, la caracterización positiva o negativa que ella se determina.

La segunda actitud es hacia el tema que trata, ejemplo:

Cuando oímos hablar a una persona o leemos un libro, recibimos la impresión de la actitud de ésta, - ya que la mayoría de las veces las actitudes se transparentan a través de los mensajes. Se debe evitar esta transparencia personal de actitudes, evitar codificar los mensajes, ya que puede ser una actitud deficiente o negativa con respecto al tema que se trata. - También es importante que éste tema tenga valor o contenido para la persona que lo trata o transmite, que - crea en él, pues de lo contrario, será difícil que - exista una comunicación efectiva al respecto.

La tercera actitud hacia el receptor: El cual será el otro individuo en el proceso de comunicación; - cuando el receptor capta una actitud positiva hacia él,

por parte de la fuente que le transmite mensajes, es -
menos crítico y acepta más fácilmente lo que ésta dice,
de igual forma una actitud negativa hacia el receptor,
afecta el mensaje emitido por la fuente y la forma en-
que el receptor habrá de responder a dicho mensaje.

Otro factor importante en el proceso de comuni-
cación del mensaje, es el nivel de conocimiento; es de-
cir, el grado de conocimiento que la fuente poseé res-
pecto al tema que trata, ya que si no lo poseé no pue-
de comunicarlo con el máximo de contenido y efectivi-
dad. Por otra parte si la fuente es especializada, de-
be tener cuidado con el empleo de las técnicas, pues -
de lo contrario el receptor no entenderá el mensaje.

La fuente debe conocer sus propias actitudes, -
las características del público al que enviará su men-
saje, tener conciencia de lo que va a enseñar en ese -
mensaje. Desde luego sabemos que ninguna fuente se co-
munica libremente, sin estar influida por la posición-
que ocupa en un determinado sistema social, el cual es
necesario conocer, ya que hay que determinar cómo está
esta fuente operando dentro de ese sistema, los roles,
y funciones que debe llenar, el contexto cultural en -
el que se comunica, valores dominantes, patrones de --

conducta aceptados o no por su cultura, su propia clase social. Todos estos factores afectan la conducta de la fuente de comunicación, ya que la gente no se puede comunicar de igual forma perteneciendo a diferentes clases sociales, puesto que cada clase tendrá a su vez diferentes valores, herencias, costumbres y antecedentes culturales. De este problema se vale la clase dominante para justificar la existencia de los llamados mass media o medios de comunicación de masas, de los cuales se darán algunas características.

Los mass media en su generalidad están dados por aristócratas dominantes. Los cuales igualan al público a pesar de ser éste diferente, establecen las medidas de gusto, evitando soluciones originales, al dar una cultura homogénea, destruyen las características culturales de cada grupo étnico y social. El público de los mass media no tiene conciencia de sí mismo como grupo social específico. Por lo cual no puede ni sabe exigir nada ante la cultura de masas, a la cual tiene que soportar sin saberlo aceptando sus proposiciones. "Los mass media secundan el gusto existente, sin promover renovaciones de la sensibilidad incluso, cuando parecen romper con las tradiciones estilísticas de hecho se adaptan a la difusión ya igualada de esti-

los y formas difundidas antes a nivel de la cultura superior y transferidas a nivel inferior" (6).

Los mass media están hechos para entrenamiento y tiempo libre. Son proyectados para captar solo el nivel superficial de la atención, vician de antemano cualquier postura crítica, universalizan tipos, haciéndolos más fácil y rápidamente reconocibles a la masa, reducen toda individualidad evitando concretizar las imágenes a través de las que, se supone, se deben realizar experiencias propias y originales. El público se vuelve pasivo y acrítico del mundo. Ya que estos medios desalientan el esfuerzo personal por nuevas experiencias.

Una comunicación para convertirse en experiencia cultural, exige una postura crítica, la clara conciencia de la relación en que se está involucrado y el deseo de participar de tal relación.

Los mass media son de carácter puramente comercial. Su función principal es implantar la ideología de la clase dominante en las mentes de éste público masivo dominado. Ludovico Silva define este proceso de comunicación como una "explotación ideológica, que con

siste en poner el psiquismo al servicio del sistema social de vida". (7)

De esta definición surge la necesidad de explicar más ampliamente que ideología es: Un conjunto de valores, representaciones y creencias, que elaboran -- las sociedades en donde existen relaciones de explotación, con el fin de justificar idealmente su estructura de explotación. Esta ideología se encuentra en las partes no concientes del psiquismo, creando representaciones, que se pueden traducir en un momento en representaciones profundas en el inconsciente.

Algunas de estas representaciones son inducidas en la mente desde la infancia, a través de la televisión. Otras se encuentran en la preconciencia o zona psíquica, que está compuesta de restos verbales mnémicos olvidados, pero que pueden ascender a la conciencia cada vez que ésta lo requiera. (8).

Freud, dice que lo reprimido es un móvil inconsciente, algo que ignoramos y que atribuimos a otros factores; de aquí la relación con esa masa a la que va dirigida cierta programación. Con el fin de -- hacerla creer, que su estado le está dado por la natu-

raleza misma, por mandato divino y nunca a causa del sistema, siendo así las ideas las que manipulan al hombre y no el hombre a las ideas.

Del análisis de estos elementos se deduce que, en toda ideología se falsea el fin de la realidad, - - cualquiera que sea el carácter de ésta.

La ideología dada e impuesta a la masa en conductas estereotipadas, a través de diversos medios de comunicación en forma sutil, y velada, tan oculta que es difícil que ésta masa se de cuenta de que está siendo manipulada y obligada a aceptar dichas conductas, - cuyo mensaje la hace creer, que con su adopción logrará la satisfacción de sus necesidades.

Es un hecho, que la mentalidad de la clase dominante, se ha convertido en la mentalidad de la clase - dominada. Uno de los más poderosos medios de propagación ideológica es la televisión como antes mencionamos, donde se explotan las motivaciones más profundas del hombre en forma subliminal. Para asegurar su lealtad hacia lo ya establecido por la clase dominante, no alterando el orden de las cosas, (sistema) cuya "in- - fluencia no está tanto en los mensajes dirigidos a la-

conciencia, como en aquellos que manipulan con la inconsciencia". (9) Dando la idea de que la televisión, los periódicos, las historietas, la novela popular, -- etc. etc. ponen los bienes culturales a la disposición de todos. Que la cultura e información que la masa recibe es la que necesita, que ha surgido de abajo, lo cual es falso, ya que la forma de pensar y divertirse de ésta masa corresponde a la de la clase social dominante, que universaliza su mentalidad sobre esa masa. -- Lo que ésta clase encuentra en algunas proyecciones de televisión es la oportunidad de evasión de su propia realidad y la identificación con ciertos personajes de dichas proyecciones (10).

Las emociones que se provocan son vivas no inmediatas, en lugar de simbolizar una emoción, de representarla, la provocan, no la sugieren, la dan ya hecha (11). En otras palabras, se dice al público lo que debe desear, claro está para el sostenimiento de la industria cultural. Los difusores de dicha cultura la dan en forma condensada, para no provocar ningún esfuerzo por parte del consumidor, lo cual convierte a éste en un receptor totalmente pasivo y acrítico, cuya posición ante la pantalla de televisión se define como un tipo particular de recepción en la intimidad, que -

se desprende de la intimidad crítica del receptor para adoptar el aspecto de una entrega pasiva, en forma de hipnosis. En estos casos el espectador se encuentra relajado, sin ánimo polémico, acepta sin reservas aquello que le es ofrecido.

En este estado, se establece un peculiar tipo de transacción, por la que se tiende a atribuir al mensaje el significado que inconscientemente el espectador desea, o sea que más que de hipnosis se debe hablar de autohipnosis o proyección, ya que "la predisposición del público dirige en cierta forma el modo en que la transmisión será comprendida" (12).

La televisión puede ser el mejor medio para alfabetizar, para instruir, pero también es el medio más poderoso y fácil para crear falsas sugerencias, así como estímulos de un falso sentido de lo inmediato y de una falsa participación.

S E G U N D A P A R T E

ENTREVISTA

Para mejor descripción de las características de este programa, se realizó una entrevista, al vicepresidente corporativo de televisa Sr. Alejandro Sada. Esta entrevista se presenta de la siguiente manera: - P = Pregunta = R = Respuesta = HC Hipótesis Condicional. Esta última tiene como fin, hacer notar algunos puntos de mayor importancia reforzándolos, dando a conocer el criterio bajo el cual fué elaborado el Cantinflas Show. Posteriormente se expondrá el criterio propio acerca del programa, utilizando algunos elementos de dicha entrevista y haciendo relación con nuestro marco teórico.

También se analizarán las partes más importantes de los siguientes programas: Francis Drake, Goya, Fotografía, Gulliver.

- P 1) En el programa que se presenta con el nombre de Cantinflas Show,
¿Por qué se escogió a Cantinflas como personaje?

R = Porque se considera que Cantinflas tiene ya un gran público que lo ve, lo sigue y quiere, además Cantinflas se podría decir que es el representante de ese público, al que gusta y divierte de la forma más sana, por tal razón se considera más fácil "la venta de cultura" por medio de su imagen.

HC= Lo cual indica que se despersonifica al público para convertirlo únicamente en consumidor.

P 2) ¿Que motivó al Sr. Moreno a realizar dicho programa?

R = Además del aspecto lucrativo, el Sr. Moreno deseaba dar un servicio, a la juventud comprendida entre los 7 y 15 años, la cual no lo conoce, ya que sus actuaciones generalmente habfan sido para adultos.

HC= El deseo de darse a conocer entre la juventud, no se podría interpretar como el deseo de perpetuar su imagen a la eternidad?

P 3) Antes de lanzar este programa al aire se tenían objetivos precisos?

R = La verdad es que no, pero a través de la presentación de éste se han encontrado.

HC= Nótese que se preguntó por los objetivos que supuestamente se deben buscar y especificar, antes de que cualquier programa esté terminado y no por los objetivos encontrados por casualidad.

P 4) Cuáles son los objetivos que encontraron?

R = La venta de cultura a través de la imagen de Cantinflas.

HC= Al parecer todo se traduce a una sola palabra, "Venta" de qué? no importa.

P 5) Quien formuló y encontró estos objetivos?

R = Los mismos productores.

HC= Para reafirmar su industria.

P 6) Se han logrado dichos objetivos hasta el momento?

R = Se puede decir que si y muy satisfactoriamente, ya que de 4 televisiones sólo una está -- apagada a esa hora, por otra parte también se

vende el Cantinflas Show en historieta, dando un magnífico resultado, pues se venden de 80- a 100 mil ejemplares quincenalmente, ocupa el 2o. lugar en el mercado.

El Cantinflas Show es una revista cultural y una de sus características, es que está hecha para ser coleccionada y formar una biblioteca.

HC= Se podrá formar biblioteca alguna con esta literatura?.

P 7) Cómo se seleccionan los temas a tratar?.

R = Los temas no son seleccionados "científicamente" se toman los más fáciles, los más conocidos. Ya que para nosotros es más fácil hacer que el público se interese por Napoleón que por el Rey Midas; porque aunque no sepa quién fue Napoleón lo ha oído, en cambio el Rey Midas, no.

P 8) Quién los selecciona.

R = Los productores.

HC= Como siempre, sólo un determinado núcleo tiene acceso a seleccionar y proponer.

P 9) De qué fuentes se extrae la información necesaria?

R = (Se ríe) "Tal parece que debiéramos tener - - aquí enciclopedias". Pilar Obon presenta un texto que se acepta, rechaza o modifica.

HC= Al parecer no se necesita más fuente de información que Pilar Obon, será que piensan que - el público al que va dirigido el programa se conformará ?

P 10) A qué público está dirigido el Cantinflas Show?.

R = (Primera contestación) A todo público; a personas de nivel cultural medio que intentan interés por leer, ya que esto funciona como el -- despertar a la cultura.

(Segunda contestación) Bueno, los intelectuales no lo aceptan, creo que ni siquiera ven - televisión, y los analfabetas no le entienden, por lo tanto no les interesa, pues no captan. La mayor parte de la gente en México tiene -- una cultura muy simple.

HC= Por qué no se dice abiertamente a qué público va dirigido ?.

P 11) El programa se transmite a nivel nacional?

R = Claro que si, éste programa pasa por el Canal 2 por lo tanto es a nivel nacional. El Canal 2 asegura el éxito de un programa. Antes de lanzar el Cantinflas Show al aire, se estudió su colocación, mediante el reeting sacamos el promedio de televisiones encendidas a las - - 20:00 Hrs., el porcentaje era de 51.3 y de és te el 25% estaban en el canal 2, por lo tanto ven nuestro programa.

HC= Entonces también se ayudan con el prestigio - del Canal 2.?

P 12) Por qué es de tan corta duración el programa?

R = Porque un programa que da cultura y dura una hora, aburre y no logra, ni entretener ni dar cultura, el espectador cambia inmediatamente el canal. El Cantinflas Show da entreteni- - miento y cultura en forma breve y amable.

HC= Pretende culturizar y entretener, logrará - - realmente conjugar ambos aspectos?

P 13) Entre el personal que colabora con ustedes existe algún psicólogo, sociólogo, pedagogo, etc. etc.

R = Si, hay varios, incluso tenemos un instituto de investigación que analiza los programas, - pero para el Cantinflas Show no se hizo ningún análisis o investigación. El programa no es tan complicado, "para qué nos volvemos locos". Para este programa no es necesario hacer grandes estudios.

HC= Qué razón tienen estas personas, para pensar que el programa no requiere de grandes estudios? Quizá consideren que el programa tal - como está elaborado, cubre las necesidades y gustos del público que lo ve. No será éste - el único verdaderamente capaz de obligar a - estas personas a elevar la calidad del programa?.

P 14) A qué se le da el nombre de programa educativo?

R = La televisión primero que nada es entretenimiento, aunque se trata de: "vender un poquito de cultura".

HC= Nuevamente el término "venta de cultura", dan

do la impresión de que la cultura se convierte en un artículo de adquisición, en una mercancía accesible a todos en el Cantinflas - - Show, en el que al parecer se nulifican los - personajes y hechos ya consagrados en la historia mundial, reemplazándolos por otros modelos discurridos por Cantinflas y sus colaboradores.

P 15) Creen ustedes en los programas educativos?

R = Pensamos que si puede haber programas educativos, pero deben anunciarse antes de ser lanzados como tales. El Cantinflas Show es un programa de entretenimiento con alcances culturales.

En Plaza Sésamo, los niños aprendieron, porque esto era atractivo para ellos, porque les comunicaba algo. El Cantinflas Show ilustra suave y sencillamente, "pero no hace daño", - por otra parte como la T.V. es un medio de comunicación, siempre trata de comunicar algo, - de enseñar. Educar es usar un medio para que algo se quede, como datos educativos, culturales, conocimientos. El señor ejemplifica me-

dian^{te} las novelas, hablando positivamente de estas dos:

Ven Conmigo; señala que al terminar esta tele novela, hubo una alta cifra de personas que presentaron un exámen que contenía 150 fichas enseñadas en el programa y lo acreditaron.

Acompáñame; esta telenovela ayudó a aumentar el uso de los anticonceptivos.

HC= El entretenimiento de alcances "culturales", - en el Cantinflas Show, no es el entretenimien to del que hablara Mattelart, cuyo fin, es -- adormecer al público haciéndolo cada vez me-- nos productivo?.

Por qué se menciona un programa extranjero - de carácter imperialista, para ilustrar lo -- que es el Cantinflas Show?. Tendrá éste últi mo alguna relación con el anterior?.

Por otra parte, por qué se afirma, que el Can tinflas Show no hace daño, dejando entrever - que Plaza Sésamo sí, existiendo a la vez con tradicción, pues sí se dice que los niños - - aprendieron en éste porque era atractivo y -- siempre les comunicaba algo; no se podría de cir que ambos programas comunican algo?. Tam bién conviene hacer notar que a las novelas -

se les da un cierto carácter educativo y son juzgadas en forma positiva. No se habla de ellas como medios de manipulación impuestos desde fuera, sino como necesidades nacionales; concretamente se dice que al finalizar la telenovela de nombre Acompañame, el uso de los anticonceptivos aumentó, de donde surge la pregunta ¿por qué aumentó, qué medios se usaron para educar a este público al respecto, esta educación fue opcional u obligatoria?

P 16) Quién produce el programa?

R = No fue producido por nosotros; nos lo propusieron, nos gustó y lo aceptamos. Su presentación es buenísima, agradable, nunca hemos oído malos comentarios sobre el programa, claro que esto se explica porque las personas que lo elaboran son buenísimas; pues son españolas, además los programas son revisados y modificados por Cantinflas, cuando es necesario.

HC= El calificativo "buenísimo", al parecer surge de la esencia española; y de la modificación de hechos ya consagrados; por lo que sería --

conveniente preguntar, desde cuándo un hecho-histórico se puede o debe modificar sea cual-sea el actor y el fin?.

P 17) Consideran ustedes que el público capta el contenido de su programa?.

R = No lo sabemos, necesitamos hacer un estudio.

HC= La falta de elaboración de objetivos, el encuentro casual de éstos ya antes mencionado y la ignorancia de si su contenido está siendo captado, qué indica?.

P 18) Por qué hablan del personaje aislando el hecho -- histórico?

R = Porque los programas están centrados en el -- personaje principal, no hacen referencia a hechos históricos por su brevedad.

HC= Este personaje principal es Cantinflas, el -- que aparece como alguien sin historia, por lo tanto sería imposible dar referencias concomitantes al personaje. Se convierte a Cantin--flas en una figura histórica.

P 19) La intervención de Cantinflas como narrador, es--
pectador, juez, moralista y a veces como el perso--
naje central, no crea confusión en el público, so--
bre todo en el infantil?.

R = No creo que Cantinflas sea el personaje cen--
tral; es sólo una figura que aparece para ha--
cer más ameno el programa, provoca más inte--
rés en el niño. Si es moralista ya que el --
final tanto del programa y la historieta, da--
una moraleja, Además su nombre lo dice, Can--
tinflas Show, entonces tiene que ser Cantin--
flas el de todo.

HC= Necesariamente tiene que ser el de todo?, - -
creando confusión en el niño que por su esca--
sa formación, le concede a Cantinflas poderes
mágicos, un don de ubicuidad por medio del --
cual aparece y desaparece a gusto y a un mis--
mo tiempo en diferentes situaciones.

P 20) El lenguaje en doble sentido, los refranes, el --
chiste, no deforman el mensaje?

R = No hay dobles sentidos, es el estilo de Can--
tinflas, no se pretende que el lenguaje sea -

el objetivo, sino el dar: "lamiditas de cultura".

HC= Cuál será realmente el origen de los vulgarismos en el Cantinflas Show?.

P 21) Se puede considerar al Cantinflas Show apolítico?

R = Es totalmente apolítico. El programa es afirmante de lo nacional, puesto que aparece la imagen de Cantinflas, no lo sería si fuera -- Mikey Mouse, lo cual sería un error.

HC= Es apolítico y siempre se hace alusión a las clases sociales, afirma lo nacional, dando -- historias universales, sin antes dar las propias, sería un error la posible intervención de un personaje extranjero como Mikey Mouse, -- pero no es un error, la real intervención en -- el Cantinflas Show de elementos extranjeros -- como; palabras inglesas y el doblaje con voces españolas, aumentando otros elementos que se inician desde el nombre del mismo programa, Cantinflas "Show".

P 22) Para la realización de este programa se analizaron las necesidades psico-socio-culturales del --

pueblo?.

R = No, pero ya las sabíamos.

HC= Y en todo caso no es lo que menos importa?.

P 23) Existe en México suficiente programación educativa?

R = Pienso que si.

Presenta una hoja que contiene la programación de televisión, marcando en ella los programas que se clasifican como educativos.

HC= Nótese que los noticieros los marca como educativos y no como informativos.

Posterior a la entrevista se tomó esta opinión:

La mujer está constreñida en su casa, si no tuviera la T.V. no tendría contacto con el mundo. Cuando no tenfa T.V. vivía aislada. Me da pena decirlo, pero la T.V. ayuda a la gente que no lee, dando películas en español.

Debería existir un canal esencialmente cultural.

T E R C E R A P A R T E

CARACTERISTICAS DEL CANTINFLAS SHOW

Retomando algunos elementos de nuestra entrevista y marco teórico, podemos decir que la imagen de Cantinflas, asegura la venta de cultura a través de la T.V. y de la historieta, la cual no podemos pasar por alto, ya que su venta en el mercado ocupa el segundo lugar.

Al parecer una de las causas del éxito en la llamada venta cultural, se debe a la popularidad del tipo de Cantinflas, la razón de tipificar personajes, se puede calificar de ambigua, si no se traduce a ésta a la percepción de que el personaje en este caso Cantinflas, ha sido inventado y obligado a actuar, generando en él determinadas cualidades, que para configurarlas; él debe condensarlas, generalizarlas y tipificarlas, representando generalmente los momentos más significativos e importantes de una época y de una situación histórica.

La tipicidad no es un dato objetivo que el per

sonaje deba dar, para convertirse en ideológicamente-válido, sino que es resultado de goce entre el personaje y el público. Es el reconocimiento o la proyección de Cantinflas efectuada por el público.

Al hablar de la fruición entre ambos, el concepto tipicidad se relaciona también con el aspecto ontológico de Cantinflas, del cual se establecen ciertas representaciones, que estimulan al espectador a considerarlo como ejemplo y por lo tanto a identificarse -- con él con la misma emoción y disposición que éste intenta comunicar, reviviendo situaciones emotivas en -- sus representaciones; éstas por coincidir con cualquier aspecto emotivo del público, son coparticipadas, por -- la fuerza persuasiva de la actuación y por la emoción-presente del público que recibe un orden, una definición, un valor por el hecho mismo de que ha sido re- -- creada y propuesta por el artista. Desprendiéndose de esta identificación una sensación de propiedad del personaje por ambas partes. Este público al que denominamos masa, ha captado a Cantinflas como parte de ella misma, como un símbolo, que se traduce en ciertas ocasiones en un eco de lo que a ella gusta, divierte, y -- necesita.

Estas características nos remiten nuevamente a la ya mencionada cultura de masas, la cual tiene lugar en el momento en que éstas son protagonistas en la vida social y tienen alguna intervención pública. Estas masas suponen que en algún momento han logrado imponer, su propio lenguaje, que han hecho valer algunas de sus exigencias, elaborando proposiciones que recién surgen de ellas, de sus necesidades y gustos, lo cual es falso, ya que como antes dijimos; su modo de divertirse, pensar, imaginar, etc. etc., está dado por la clase dominante en caso, ya sea económica, social o culturalmente, no nace de abajo. Tal parece ser el caso -- del Cantinflas Show; supuestamente dirigido a todo público, el cual podríamos decir está compuesto por la clase dominada en su mayoría; a la cual se traduce despectivamente a un término de masa, cuya cultura será dada desde arriba en forma condensada y prestada.

"En una cultura de masas, en cuyo ámbito un -- proletariado, consume modelos culturales, burgueses, -- creyéndolos una expresión autónoma; por otra parte una cultura burguesa, en el sentido en que la cultura superior es aún la cultura de la sociedad burguesa; identifica en la cultura de masas una subcultura, con la -- cual nada la une, sin advertir que las matrices de la-

cultura de masas, siguen siendo las de la cultura superior" (13)

Para continuar con las características del Cantinflas Show necesitamos saber más acerca del propio personaje, la posición que ocupa éste dentro de nuestro sistema los valores y funciones que debe llenar -- los valores que comunica, etc. etc. Cantinflas es un actor que pertenece a una clase social y económica alta, posee suficiente poder persuasivo para utilizar -- sus actuaciones como medios de representación ideológica, dándole a éstas un matiz cultural que va dirigido a la masa que gusta de él, que lo sigue y acepta sus mensajes, inconscientemente claro está, porque quizá -- encuentra en ellos la posibilidad de autorrealización futura, por medio de la identificación con el personaje de Cantinflas. La imagen que este público tiene -- acerca del origen social de Cantinflas, consideramos -- que ha sido un factor importante, ya que lo ha ayudado a convertirse en el símbolo de este público; que lo -- considera propio, por haber nacido de abajo, sin tomar conciencia quizá, de que la clase de éste cambió; de -- que lo que en un momento fue motivo de identificación -- entre ambos, ahora adquiere un toque de explotación, -- puesto que tal parece que las características y poses-

de la clase anterior, a la que perteneció Cantinflas, son cuidadas por éste, con el objeto de mantener la -- imagen que al público gusta y por medio de ésto reafirmar su clase presente. Es por esto que hablamos de explotación, la cual se puede decir tiene sus raíces en lo más profundo del ser humano, en forma subliminal, ya que el público acepta la ideología de estos programas a través de la imagen de Cantinflas. Como antes dijimos esto ocurre en forma inconsciente, no dándose cuenta de que está siendo obligado en alguna forma a - crear más represiones; los cuales según Freud son inducidas en la mente desde la infancia; por tal razón no hay que olvidar que el público infantil forma una gran parte de esa masa a la que va dirigido el programa. Se según nuestra entrevista, fue el deseo de darse a conocer entre la juventud lo que motivó a Cantinflas a realizar este programa. Dando éste la impresión de que desea perpetuar aún más su imagen, la que presenta con el estilo de sus mejores años, de los años jóvenes.

Una característica muy peculiar en el Cantinflas Show, es que Cantinflas adopta dentro de éste la representación de varios personajes a un mismo tiempo, como si tuviera el don de cambiarse y convertirse en - cualquier momento en el personaje que él desea ejem: -

aparece como narrador, con su ya conocido vestimenta, a medida que el relato de la historia avanza se convierte en el acompañante, del que se supone personaje central, ya sea uno o varios, su vestimenta y estilo continúan siendo los mismos, más tarde quizá sea el personaje central mismo, el juez o el moralista, pero su vestuario permanecerá siendo el mismo, es decir el que sabemos corresponde a su ya conocido estilo.

Cantinflas constantemente emite juicios, critica a los personajes, sus acciones, el hecho histórico en caso, tratando de ridiculizar mediante sus chistes todo y a todos, apareciendo como que él es el único que lo sabe todo, dando la impresión de que su persona es sinónimo de omnipotencia, puesto que nunca se equivoca ni tiene errores. Por otra parte nunca da la referencia del punto de origen de los personajes que él representa. El simplemente aparece en el programa pero no como Cantinflas, sino más bien como un personaje real del hecho histórico, Ej:

En la historia que narra de Goya, dice quién fue Goya su lugar de origen, fecha en que nació, qué hacía etc. Cantinflas aparece con él en todo lo largo de la narración, preguntando, opinando, hablando con él mismo Goya, haciéndole burla y formulándole chistes en doble -

sentido; que están muy lejos de ser entendidos por esa juventud a la que se presume va dirigido el programa.- Pues bien el dicho acompañante de Goya o sea el personaje que Cantinflas representa, no tiene un punto de referencia, ni una razón de existencia en el hecho histórico, aparece como un sujeto sin historia, del cual nunca se sabe, qué papel representa en realidad; es decir, si es el personaje central del que se está hablando, o el criado, el acompañante, el narrador y de dónde y por qué surge con sus múltiples representaciones.- Adueniéndose totalmente de las situaciones, modificándolas a su gusto y deformando el hecho histórico mismo.

La existencia de estos elementos en torno a -- Cantinflas y a su programa, nos lleva hipotéticamente a decir que quizá éstos se derivan de un marcado narcisismo en Cantinflas, pues éste de la impresión que considera su esencia contraria a la del hombre en sus singulares interpretaciones. Esto se transparenta en su programa. No se tienen en cuenta las características de las actitudes que tanta importancia deben tener en un programa, que va a ser lanzado al aire. Recordemos cuáles son estas actitudes:

La primera es la forma como la fuente, en este-

caso Cantinflas se identifica a sí mismo. Podríamos decir que él si tiene conciencia de ser un vendedor de cultura, la cual en ocasiones ni siquiera está representada por sus supuestos personajes y hechos históricos reales, sino más que por una acción cotidiana que se pretende sea importante. Cantinflas se identifica como un símbolo popular querido y respetado.

La segunda actitud de la fuente hacia el tema que trata, nos dice que se debe evitar la transparencia personal de actitudes, evitar codificar los mensajes, ya que puede existir una actitud deficiente o negativa respecto al tema que se trata, también es importante que este tema tenga valor o contenido para la persona que lo transmite.

Empezaremos por decir que Cantinflas en ningún momento da la impresión de evitar la transparencia de sus actitudes o criterios personales, ya que ni siquiera adapta su estilo al hecho histórico, no lo acepta ni respeta, no cambia ni los aspectos más superficiales de él, como vestimenta, lenguaje debiéndolo hacer. Por otra parte siempre está codificando o traduciendo mensajes a su manera, fijando conocimientos deformes en el público, creándole una sensación de deficiencia-

y de chiste hacia el hecho histórico real, más no había lo que él representa dentro de éste. Le resta importancia a todos los personajes, acciones, cosas, para sobre-estimarse él en todos los aspectos.

En el Cantinflas Show se dá información excesiva del tiempo presente, pasado y futuro en forma chistosa entorpeciendo aún más toda conciencia histórica, - creando confusión, por lo cual decimos que no es el conocimiento de cualquier personaje o acontecimiento lo que se fija en el público, sino los chistes y digresiones de Cantinflas, de donde surge la necesidad de dar una breve introducción del chiste y su origen; que según Freud nace de un bien dispuesto estado de ánimo, - al que parece peculiar una tendencia que aminora las - cargas anímicas y las lleva a la consecución de placer (14).

La existencia de elementos disparatados en el chiste sirven para elevar el gasto psíquico del oyente y aumentar con ello la magnitud libertada en la descarga, por medio de la risa (15), la cual surge en ausencia de nuestra atención conciente; la risa pertenece a las manifestaciones más contagiosas de los estados psíquicos.

La elaboración del chiste se sitúa en el inconsciente, al servicio de tendencias inconscientes o reforzadas por lo inconsciente, esto es en la mayoría de los chistes cénicos, tendenciosos; en estos casos la tendencia inconsciente hace descender hasta ella a la idea preconscious, sumergiéndola en lo inconsciente, para transformarla ahí en chiste.

No podemos decir que en el chiste ingenuo exista esta relación con lo inconsciente.

El chiste hace surgir algo oculto, escondido, una de sus misiones es remover obstáculos de carácter social en su mayoría. En la elaboración de chistes es importante dar una expresión que sea lo más breve posible, para dar a la atención un mínimo de superficie atacable, debe de ser fácilmente comprensible, pues en -- cuanto exija una labor intelectual, una selección entre varias rutas mentales; peligrará su efecto, no solo por el gasto intelectual, sino también por el despertar de la atención (16); la cual se supone debe estar ausente para causar placer y llevarnos a una negativa crítica. El chiste es reconocido como un factor del poder psíquico, cuya intervención puede ser decisiva.

"Los grandes instintos y tendencias de la vida anímica lo toman a su servicio para alcanzar sus fines" (17).

Habiendo citado algunas características del chiste por la importancia que éste tiene en nuestro análisis, no podemos pasar por alto, la digresión, cuya definición también es importante para el mismo. Entiéndase como digresión el efecto de romper el hilo del discurso y de hablar en él de cosas que no tienen conexión o íntimo enlace con aquello que se está tratando.

La presencia del chiste y la digresión, son elementos que hacen al Cantinflas Show menos entendibles, menos capaz de dar al público infantil sobre todo, cultura alguna, conocimiento o como se le desee llamar, pues además de que el conocimiento real de cualquier tema está modificado, se empobrecer y distorsiona aún más, con el uso exagerado de estos elementos: los cuales también creemos surgen a consecuencia del deficiente conocimiento del tema por parte de Cantinflas, o de las gentes que lo proponen, de la deficiente elaboración de los diálogos que obligan a Cantinflas a desviar la atención del público mediante los --

elementos citados. Es importante mencionar que éstos son usados para imponer diferentes tipos de ideología; entre ellas la social, ya que siempre existen las clases sociales en forma marcada en sus programas, ejem.: En la historia que presenta de Gulliver menciona y representa los siguientes elementos: Como siempre sin explicar la razón de su intervención aparece Cantinflas en compañía de Gulliver en el país de Lilliput, en donde encuentran a unos liliputienses, Cantinflas pregunta: y esto qué es? Gulliver contesta: Es una minúscula raza humana de pequeña estatura.

Cantinflas grita: - Y hay chaparros como abundan; no será que tienen complejo de inferioridad?

Gulliver - No son chaparros, así son; muy poquita cosa.

Cantinflas - No, tampoco me los haga menos, que ya de por sí están como están; no hay -- que juzgar a los hombres de esta -- nación por su tamaño, sino por sus obras, pos ya ve asté don Gulliver que hasta los niños "chicos" llegan a ser grandes hombres.

Lilliputienses - Ustedes son gigantes?

Cantinflas - Favor que astedes nos hacen.

Lilliputienses - Vienen a conquistarnos.

Gulliver - No, venimos en son de paz.

Cantinflas - Ya ven, luego, luego a criticar, que si -
gigantes, que si intervencionistas,
que si imperialistas. Qué no son -
lo suficientemente grandecitos pa-
ra distinguir una cosa de otra.

Gulliver explica a Cantinflas que en el país de Lilli-
put un latifundio es de 100 mts.² Interviene un lilli-
putiense diciendo: no, aquí sólo hay pequeña propiedad
de 1 m².

Gulliver - 1 m² por persona?

Lilliputiense - No, por familia.

Cantinflas - Bueno, es cierto que tienen poco que cu-
brir pero ...

Lilliputiense - Es que no tenemos delirio de grandeza

Cantinflas - No, y si lo tuvieran estarían mal.

Lilliputiense - Es que más que ser un pueblo grande, -
aspiramos a ser un gran pueblo.

Cantinflas - Gran lección, éste es el pueblo ideal, en
donde todos se conforman con poco,
sin tantas ambiciones y viviendo -
en paz.

Al final se presenta un grupo numeroso de ciudadanos -
lilliputienses y Cantinflas dice:

Y tomen nota aquellos que se creen muy grandes, porque no hay enemigo pequeño.

Aquí vemos que Cantinflas formula el chiste -- usando una cualidad física (la estatura) y la relación a una condición psíquica y social, pero para desviar -- la atención del público, es decir para evitar se dé -- cuenta de que él relacionó la estatura con el complejo de inferioridad, surge en Cantinflas una postura de defensor, al decir: "tampoco me los haga menos, porque -- ya de por sí están como están". Como queriendo decir -- no se debe abusar aún más de los de abajo. Esto lo -- reafirma al decir, no hay que juzgar a los hombres de esta nación por su tamaño, sino por sus obras.

Hay que notar la habilidad de Cantinflas en el uso de representaciones alusivas dentro de nuestro contexto sociocultural, pues en este caso da la impresión de que los lilliputienses forman parte de la clase social y económica baja; que al no tener más recursos, -- que sus propios sentimientos y acciones; deberán ser -- éstos los medios por los cuales ocuparán un lugar en -- la sociedad.

El término: hasta los niños "chicos" llegan a-

ser grandes hombres, nos lleva a pensar en una redundancia propia de su lenguaje, puesto que el término niño ya trae a nuestras mentes la representación de corta estatura, pero la existencia de esta redundancia no es accidental, sino provocada, ya que en este caso el término hasta los niños chicos llegan a ser grandes -- hombres se podría interpretar como: "hasta los más pobres llegan a ser grandes hombres".

Cantinflas, Gulliver y los lilliputienses, hacen constante relación de la estatura con el poder, esto lo podemos ver cuando los hombrecitos preguntan: -- "vienen a conquistarnos?". La palabra conquista no -- implica un reconocimiento de poder hacia el conquistador, una desigualdad de fuerza, de cualquier carácter?.

Por otra parte en el diálogo que trata el tema de la superficie de la propiedad, existe un juego de palabras una alteración de éstas; con el fin de infiltrar una ideología política en el público de donde nos preguntamos, en qué público y llegamos a la conclusión, de que este mensaje ideológico se fijará en aquel público, cuyo estado actual se identifique con la situación propuesta en el programa, cuya moraleja se traduce en: "Vale la pena tener tan poco si se vive tan --

feliz".

La presencia de numerosos hombrecillos aunada al lema: "Y tomen nota aquellos que se creen muy grandes, porque no hay enemigo pequeño"; se convierte en un recordatorio dirigido hacia el máximo poder que se desee interpretar, en una advertencia cuya representación parece significar; si la mayoría son dominados, no olviden que pueden dejar de serlo, por la cantidad que constituyen y por la unión que es la que hace la fuerza.

Antes de analizar esta historia se había mencionado que los chistes tenían varias funciones y varios caracteres ideológicos; entre ellos el social, político, religioso, sexual, etc. etc.; de los que trataremos para su reconocimiento y explicación algunos fragmentos de diferentes programas.

Francis Drake es un pirata del que se da punto de referencia, desde su nacimiento hasta su muerte; su apariencia está tipificada, es decir, está representada por elementos que han sido impuestos y universalizados en nuestras mentes, como propios de determinados personajes, situaciones, épocas, etc. etc. En este ca

so se representa a Francis Drake con cara larga y fea, con la vestimenta correspondiente a la época de los piratas, tiene un parche en el ojo derecho, usa barba y bigote, tiene solamente un brazo ya que el otro es un garfio, en el sombrero lleva una calavera, la que nos da idea de muerte, su vestimenta corresponde a la edad media al igual que los barcos. Todos los personajes están adaptados a esta época; menos los que representa - Cantinflas.

En parte de la historia aparece Francis Drake, Cantinflas y dos mujeres negras de Nueva Guinea. Francis le dice a Cantinflas; que en este momento es su criado: lleva a estas negras al barco, para tomarlas como esclavas y después llevarlas al Caribe; a "la trata de negras".

Cantinflas - que va a poner un "cabaret" u qué, cómo que trata de negras, será trata de blancas.

En este fragmento encontramos a las negras tipificadas, caracterizadas por Francis Drake como esclavas a causa de su color y por la costumbre de la época; mientras que Cantinflas tipifica no solo el color sino el sexo al mencionar el cabaret y la trata de blancas.

Esta vez el chiste ha surgido de varios aspectos uno de ellos el social, o sea la raza negra; la cual desde los más remotos tiempos históricos sabemos ha sido esclavizada. El otro aspecto es una cualidad física que es el color negro; cuya representación universal se encuentra determinada con poca estima o valorización y con ciertas tendencias a lo obsceno, por último el aspecto sexual, en el se cual enmarca a la mujer como objeto sexual.

Este chiste tiene las propiedades que menciona Freud, desnudadora, hostil, cínica y escéptica. Para la formulación de chistes cínicos se requieren por lo menos tres personas (simbólicamente hablando, ya que pueden ser más) primera: la que cuenta el chiste, o sea Cantinflas. Segunda: la que ha sido objeto alusivo del chiste; es decir la que ha inspirado a la que cuenta el chiste (las mujeres negras). La tercera: que para no ser un estorbo para el chiste es sobornada por la primera para compartir el placer estrafidos del chiste, fortificando el argumento alusivo y constituyendo un nuevo modo de ataque. (18)

Es necesario aclarar que este proceso se realizará si el chiste logra fijar su fin ideológico en el-

inconsciente del público.

Debe hacerse notar que en el Cantinflas Show - todos los elementos son motivo de chiste desde los religiosos a los cuales se representa algunas veces, mediante alguna iglesia, una campana, una cruz, un sacerdote, hasta los sexuales que como antes dijimos están representados por la mujer; a la cual designan también con el lenguaje a la procreación de hijos, a su cuidado, a las funciones domésticas; sus cualidades físicas, psicológicas, sociales e intelectuales; siempre son objeto de chiste, burla, menosprecio; se le concede poca importancia y valor social. La mayoría de las veces la mujer aparece como generador del mal, las situaciones erróneas serán ocasionadas de una u otra forma por - ella.

El lenguaje en el Cantinflas Show además de - ser grotesco y disparatado es vulgar; para resaltar - estas características se presentarán algunos diálogos - en forma textual; sin un análisis precedente; con el - fin de que sea el lector el que determine y verifique - la existencia de estos elementos.

Diálogo primero. (entre un hombre poderoso y Cantinflas).

Cantinflas le dice al otro personaje: Ensílleseme asté que no ve que lo voy a chinear los aparejos.

Interlocutor - Aparejos?

Diálogo segundo. (entre una mujer y Cantinflas)

Cantinflas va a tomar una fotografía a una mujer, que se presenta exagerada en sus medidas corporales.

Cantinflas: No se me vaya a mover porque sale chueca y no está bien, qué asté ande con movida chueca.

La mujer - Me va a tomar de busto o de cuerpo completo?

Cantinflas - No, pos fíjese asté que si la saco de busto no cabe.

Diálogo tercero. (entre Goya y Cantinflas)

Goya está pintando

Cantinflas - Qué hace aquí mi profe, muy acompañado de doña Soledá, véngase vámonos a reventar--nos un danzón.

Diálogo cuarto. (entre una española y Cantinflas)

Al llegar a la plaza Cantinflas se encuentra a una española.

Cantinflas - Qué pues chula, nos reventamos un danzón?

Española - No soy chula, soy maja

Cantinflas - Ah, pos si asté es maja yo no soy maje y-
véngase pa'ca.

Diálogo quinto. (entre un americano y Cantinflas)

Americano - Yo querer reinvertir mi dinero, para ganar
más.

Cantinflas - No le da guervenza, luego luego a hacer -
más dinero, que no piensa asté, tu en ha-
cer bien a los países tercermundistas, en
lugar que si, que el dinero, que si ganar
más, voy a creer...

Americano - Entonces que deber yo hacer con mi dinero?

Cantinflas - Pos qué, poner escuelas, pos qué más.

Americano - Esa idea gustarme, yo voy a hacer

Cantinflas - Le caé al que se raje.

Mediante éstos diálogos podemos reforzar aún -
más nuestro juicio acerca de que el lenguaje en el Can-
tinflas Show, es realmente vulgar, aumentando esta cua-
lidad negativa, en aquel lenguaje que va dirigido a -
los personajes femeninos, el cual siempre revela un do-
ble sentido, al igual que todos los elementos en torno
a dichos personajes; como vestimenta, voz, postura, -
música, etc. etc. que determinan a la mujer únicamen-

te como símbolo sexual; fijando en el público imágenes típicas; ya que tipificar significa resucitar un fantasma del que ya se había dado referencia hace mucho tiempo y no se desea cambiar, pretendiendo reforzarlo.

La tipicidad implica pensar en la representación de la imagen de una abstracción conceptual. Ejem.: La serpiente como símbolo del mal, un barco en la asociación con el mar.

La presencia de personajes barbudos, negros, asiáticos, dan la impresión de características negativas. Así es como la asociación de ciertos elementos de representación en el Cantinflas Show, están estereotipados y definidos tanto histórica como culturalmente puesto que en éste hay una tendencia a tipificar; es decir, a determinar y representar a individuos en forma simbólica, lo cual no nos enfrenta a individuos sino a cifras simbólicas universalizadas.

C O N C L U S I O N E S

De los diversos aspectos mencionados en este trabajo, se derivan las siguientes conclusiones:

Los programas de televisión sí son vehículos de fácil y rápida transportación ideológica. Su tendencia-masificante significa una transformación en nuestra sociedad. Desafortunadamente algunos programas están dañando la parte más sensible de nuestra sociedad, constituida por el niño y el adolescente, a quienes dichos programas igualan a un nivel de público adulto, para presentar una transmisión que pretende dar cultura y educar; siendo que en realidad lo que únicamente propone, es una educación para el ocio y el esparcimiento como en el Cantinflas Show.

Pero no se puede culpar a éste totalmente por su existencia deficiente y por su tendencia masificante, pues cabe mencionar que no sería posible para este medio poner solución a tan grave problema; como es el analfabetismo en México. El cual considero, debe ser combatido incansablemente, no solo por los programas de T.V. sino también por las personas que prestan sus servicios a la educación; las cuales además de cooperar a la alfabetización deberán crear y promover nuevas técnicas, con el fin de descondicionar al público, a no ver-

televisión más de lo necesario; es decir, a identificar y dominar el momento en que la escucha no es ya voluntaria, en que la atención se hace hipnósis, en adoptar hasta donde sea posible una postura expectante, que le permita detectar el contenido, el mensaje, la validez y la aplicabilidad del programa o programas que acostumbra ver. De esta manera logrará escapar en parte de la manipulación ideológica de estos medios.

Posiblemente esta daría como consecuencia un cambio en la forma de los programas propuestos en T.V., -- por una minoría clasista. A la que tampoco podemos juzgar por su estado y condición, ya que ha tenido solamente el origen y la posición que le pertenecía por herencia y sucesión.

Los valores e intereses de esta clase a la que -- hemos venido dominando burguesía, clase dominante, capitalista; difieren radicalmente de los valores e intereses del proletariado; por su naturaleza misma, pero llegan a coincidir en el momento en que se hace alusión al término sobrevivencia; la cual se logra conservar mediante el producto de las relaciones de explotación recíproca. Lo que marca la diferencia en este punto de -- coincidencia, es la naturaleza y el fin de esa explota-

ción, que ha surgido de la sociedad, de la vida y es -- justificada por las necesidades más elementales de so-- brevivencia. Pues bien, estos medios deberían servir no solo para dar momentos de diversión, descanso y evasión, sino también para estimular al público; sobre todo al - infantil a la investigación.

Por otra parte, considero importante mencionar, - que el proceso de comunicación en el Cantinflas Show, - es incompleto; ya que la única comunicación que existe es la del propio programa, el público nunca interviene en este supuesto proceso, el cual es irreversible, inaccesible para el público que solo representa a una masa muda ante el Cantinflas Show; en cuyo proceder convencional, se proponen únicamente modelos de vida puramente externos, en los que el espectador cree reconocerse, siendo que de hecho lo que el programa proyecta en ---- ellos, es solo el aspecto más superficial de cualquier personaje o acontecimiento. Convirtiéndose Cantinflas en algo más que un hombre, en un modelo de situaciones morales y concretas, en un producto más de consumo, que divierte, sin revelar algo nuevo más que las degeneraciones semánticas que utiliza y las tipificaciones de todos los elementos que intervienen en su programa, incluyendo a la música, que también es utilizada como un-

instrumento de persuasión oculta, que opera también sobre el gusto, los sentimientos y las ideas, haciendo -- más eficaz la propagación o aceptación de cultura y educación, que esta industria cultural propone para el descanso y el esparcimiento , olvidándose de generar una cultura verdadera, de estimular al público a leer, a educarse; lo cual llevaría a éste a una vida más plena, -- más accesible en la que la sensibilidad y el gusto encontrarían motivaciones suficientes para enriquecerse.

CITAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- (1.) Marshall Mc Luhan, La comprensión de los medios-
como las extensiones del hombre. 9.
- (2) F. Larroyo, La Ciencia de la Educación. 380.
- (3) Biblioteca Salvat de grandes temas, Teoria de la
Imágen. 25.
- (4) Marshall Mc Luhan, O.C. 390.
- (5) David K. Berlo, El proceso de la Comunicación. -
25.
- (6) Umberto Eco, Apocalipticos e Integrados. 46.
- (7) Ludovico Silva, Teoria y Práctica de la Ideolo-
gia. 20.
- (8) Idem.
- (9) Ibidem, 186.
- (10) Umberto Eco, O.C. 31.
- (11) Ibidem, 47.
- (12) Ibidem, 355.
- (13) Ibidem, 30.

(14) S. Freud, El chiste y su relación con lo inconsciente. 209.

(15) Ibidem, 205.

(16) Ibidem, 177.

(17) Ibidem, 152.

(18) Ibidem, 153.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Althusser, Louis. Idéologie et appareils idéologiques d'Etat. Paris, La pensee, 1970. - 85 p.
- 2.- Barnouw , Erik. Mass Communication. Nueva York, - Holt, 1956. 200 p.
- 3.- Baudelot, Ch. La Escuela Capitalista. Trad. Jaime Goded México, Siglo Veintiuno, 1978. - 301 p.
- 4.- Berlo, K David. El Proceso de la Comunicación. - Buenos Aires, El ateneo, 1978. 239 p.
- 5.- Biblioteca Salvat de grandes Temas. Teoría de la imagen. España, Gráficas Estella, 1975. - 143 p.
- 6.- Biblioteca Salvat de grandes Temas. El Humorismo. España, gráficas Estella, 1975. 143 p.
- 7.- Brown , norman o. Life Against Death. Nueva - - York, Vintage books, Rendom house, inc, -- 1960. 440 p.
- 8.- Diaz G, Rogelio. Investigación Formativa de Plaza Sésamo. México, Trillas, 1975. 371 p.
- 9.- Eco, Umberto. Apocalípticos e Integrados. Trad. Andrés Boglar. España, Lumen, 1977. 403 p.
- 10.- Freud, Sigmund. Psicología de las Masas. Trad.- Luis Lopez Ballesteros y de Torres. Madrid, Alianza Editorial, 1977. 205 p.
- 11.- Freud, Sigmund. El Chiste y su relación con lo inconsciente. Trad. Luis Lopez Ballesteros y de Torres, México, Iztaccihuatl, 1977.- 390 p.
- 12.- Freud, Sigmund. Psicopatología de la vida Coti--diana. Trad. Luis Lopez Ballesteros y de - Torres, México, Iztaccihuatl, 1977. 336 p.
- 13.- Freud, Sigmund. El porvenir de las religiones. - Trad. Luis Lopez Ballesteros y de Torres, - México, Eztaccihuatl, 1977. 313 p.

- 14.- Gutierrez, Francisco. El Lenguaje Total. 2ª Ed. Bogotá, Liberia Stella, 1971. 134 p.
- 15.- Gutierrez, Francisco. Pedagogia de los medios de comunicación. 3ª Ed. Buenos Aires, Humanitas, 1976. 205 p.
- 16.- Gay Lord, H James. Televisión Educativa. México, Trillas, 1972. 64 p.
- 17.- Lorroyo, Francisco. La Ciencia de la Educación. - México, Porrúa S.A. 1978. 614 p.
- 18.- Mc Luhan, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. Trad. Ramón Palazón. México, Diana, 1977. 443 p.
- 19.- Mattelart, Armand. Agresión desde el espacio. - 6ª Ed. México, Siglo Veintiuno, 1978. - - 200 p.
- 20.- Mattelart, Armand. La Cultura como empresa multinacional. 2ª Ed. México, Ediciones Era, -- 1976. 177 p.
- 21.- Mattelart, Armand. Para leer el pato Donald. 18ª Ed. México, Siglo Veintiuno, 1979. 160 p.
- 22.- Mattelart, Armand. La Comunicación masiva en el proceso de liberación. 6ª Ed. México, Siglo veintiuno, 1978. 263 p.
- 23.- Silva, Ludovino. Teoria y práctica de la Ideología. 7ª Ed. México, Editorial Nuestro Tiempo, 1978. 22 p.