



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ARAGON"

PROGRAMAS TELECOMICOS Y COMUNICACION MASIVA EN MEXICO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE: LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA PRESENTA: JOSE AGUILAR BECERRIL

ASESOR: LIC. SAUL SALGADO SALGADO



ENEP ARAGON

Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragon

SAN JUAN DE ARAGON, EDO. DE MEXICO

1992

FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

UNAM



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 está 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

PAG.

| | |
|--|-----|
| INTRODUCCION..... | 1 |
| CAPITULO 1 | |
| TELEVISION EN MEXICO..... | 9 |
| 1.1 TELEvisa Y SU HISTORIA..... | 12 |
| 1.2 ANTECEDENTES DE IMEVISION..... | 21 |
| 1.3 PRECEDENTE DE CANAL 11..... | 27 |
| CAPITULO 2 | |
| SURGIMIENTO DEL GENERO..... | 33 |
| 2.1 LAS CARPAS EN MEXICO..... | 38 |
| 2.2 PRINCIPALES PROTAGONISTAS E INICIADORES..... | 48 |
| 2.3 INFLUENCIA EXTRANJERA..... | 57 |
| 2.4 EL COMICO Y SU ACEPTACION..... | 64 |
| 2.5 LA COMEDIA COMO MEDIO CRITICO..... | 71 |
| CAPITULO 3 | |
| PENQUEÑA PANTALLA Y COMICIDAD MASIVA..... | 77 |
| 3.1 EFECTOS MASIVOS DE LA TELEVISION..... | 79 |
| 3.2 TELEVISION OTRA MANIFESTACION CULTURAL..... | 86 |
| 3.3 ANALISIS DEL MENSAJE..... | 93 |
| 3.4 HUMOR EN LA PANTALLA CASERA..... | 100 |
| 3.5 FORMA Y CONTENIDO..... | 113 |
| 3.6 COMICIDAD A MANERA CULTURAL..... | 122 |

CAPITULO 4

| | |
|--|------------|
| UNA PROPUESTA..... | 128 |
| EN BUSCA DE UN MENSAJE ALTERNATIVO..... | 131 |
| CONCLUSIONES..... | 149 |
| ANEXO..... | 153 |
| GLOSARIO..... | 187 |

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

En las últimas décadas la irrupción de nuevas tecnologías en el campo de las comunicaciones, ha dado lugar al fenómeno de crecimiento y expansión de los medios masivos de difusión. A fines de los cuarentas este aumento se vio reflejado en sistemas televisivos de información, y en otros avances que paulatinamente se adecuaron a la comunicación de las sociedades en México.

Es evidente que la historia de la humanidad esta vinculada a los medios de información, especialmente cuando éstos, al llegar a grandes grupos sociales, se hicieron merecedores a ser nombrados masivos, transformándose en un elemento de dominación y manipulación ideológica, al servicio de sectores dominantes, sin embargo simultáneamente abrieron la posibilidad de ser utilizados como vehículos de liberación por hombres y conglomerados sociales, que han buscado ámbitos más democráticos y plurales.

La televisión como medio de comunicación, se convierte en elemento fundamental de difusión y penetración ideológica de lo que se ha llamado cultura para las masas, subproducto cultural portador de contenidos cuyo fin reside en la asimilación por parte de la amplia población de nuestro país.

La eficacia con que se desarrolla la televisión mexicana se debe a que el modo de información, comercialización e internacionalización del sistema nacional se encuentra precisamente en una fase masiva, al tiempo que su propiedad se encuentra en grupos monopolistas (privados y estatales) que han dominado el panorama de la comunicación, con todas las cualidades y deficiencias de este medio de información.

Actualmente la televisión sigue descollando el espacio de la comunicación masiva, ya que todo el país participa en ella, en las más diferentes posiciones, enfrente y atrás de las cámaras. Su expansión es un hecho que debemos tomar en cuenta, casi todos los hogares están provistos de un televisor; los mexicanos pasan varias horas cada día delante de la pequeña pantalla.

La pantalla casera en México, está compuesta por emisiones de muy variados géneros, por ejemplo: noticieros, telenovelas, eventos deportivos, telecine y los llamados telecómicos. Entiéndase por estos últimos al género televisivo que basa su principal objetivo en ofrecer momentos de diversión y entretenimiento; donde se aprovecha el chiste, la sátira, el humor y el doble sentido de la palabra.

Los programas cómicos surgen con formas particulares del desplazamiento comunicativo, esto se debe, a que se considera que sus mensajes nacen dentro de una sociedad y de hecho permanecen

en ella como parte importante de la vida cotidiana del mexicano.

La realización de la presente investigación nace de una inquietud personal, de una necesidad de aportar elementos que señalen la importancia del trasfondo comunicativo de los programas telecómicos mexicanos. Se propone elaborar modificaciones en los contenidos, considerando sus alcances y limitaciones en su forma de emisión.

Es importante distinguir que este estudio no tiene como principal fin, hacer una crítica abierta en contra del género televisivo en cuestión, sino más bien, el dar una opinión alternativa y percibir el olvido al cual han sido sometidos. A pesar de tomar en cuenta que los programas cómicos nacen con el objetivo de entretener y divertir, se tratará de aprovechar su capacidad como medio comunicativo, y efectuar contenidos que comprendan el entretenimiento y la diversión pero a la vez funcionen como medio de enseñanza educativa.

Entonces la propuesta es diseñar contenidos portadores de mensajes disyuntivos, aprovecharlos como recursos culturales que manejen realidades de una sociedad con diversas formas de conducta.

Igualmente, se considera ineludible la aportación de nuevas opciones en el grupo de los telecómicos en México, cuyo contenido

brinde un desarrollo en las aptitudes de recepción de sus televidentes; éstas deben enfocarse en cuestiones que lleven a la reflexión y podrían asimilarse en una forma inconsciente para no perder su intención como medio de esparcimiento.

Esta investigación pretende proporcionar una visión general respecto al medio de comunicación masivo más poderoso en nuestro país: la televisión mexicana. A pesar de tener en cuenta lo mucho que se ha escrito al respecto, pero al mismo tiempo considerar que siguen subsistiendo muchas dudas en la crítica, análisis y la verdadera diversión, información y comprensión de la televisión nacional.

Entonces es necesario mencionar que el objetivo principal de esta tesis de licenciatura es analizar uno de los géneros de mayor participación en la pantalla chica mexicana: los programas cómicos, en especial los que aduce Televisa, por ser la cadena televisora que mayor contribución ha tenido en este grupo, no obstante se aprovecha la ocasión para mencionar que en los últimos años la televisión del estado ha competido con sus propias emisiones humorísticas con resultados muy significativos, lo que ha conseguido que esta clase retome la aceptación del espectador.

La presente investigación consta de cuatro capítulos: en el primero se contempla el surgimiento, antecedentes, desarrollo y una visión general de lo que es la televisión mexicana (Televisa,

Imevisión y canal 11), esto con el fin de apreciar las distintas modificaciones y el avance considerable que han tenido. Así como el papel que juega la pantalla chica en nuestras costumbres y formas de vida, además de advertir como se transformó este medio electrónico en el objeto más atrayente del que pueden disponer sin salir de sus hogares.

En el segundo capítulo se describe el origen de la comicidad como género artístico, además de mencionar de que manera fue el surgimiento del cómico, y se aportan distintas definiciones de comicidad. Por otro lado se habla del comienzo y como eran las carpas en nuestro país, cuales fueron las más importantes, así como los destacados artistas que allí aparecieron, también se cita de que manera fue su desvanecimiento y a que se debió.

Igualmente se explica cuales fueron los principales protagonistas e iniciadores, además de la influencia extranjera en materia de comediantes que ha tenido nuestro país, ya que ellos han proporcionado la risa y la carcajada en las distintas formas artísticas.

Por otra parte, se describe lo que es un cómico y como tal de que se ha valido para su aceptación, se define al comediante como un cínico potencial que con sus rutinas, sketch, chistes y gags logra la carcajada del espectador.

También se contempla a la comedia como medio crítico, pues es un hecho comprobado que ésta ha servido para denunciar y cuestionar acciones, así como informar acerca de las actividades sociales de los individuos, ya que el cómico interpreta las relaciones del hombre con sus semejantes en forma chusca.

En el tercer capítulo se analiza los efectos masivos de la pequeña pantalla como medio de comunicación para las masas, ya que se ha convertido para muchos espectadores en un mito y para otro sector constituye la forma más enajenante y manipuladora, donde se ofrecen series ideales, además de manejar todo un proceso ideológico.

Asimismo se contempla a la televisión como una manifestación cultural, donde se parte del concepto de que este aparato electrónico es un moderno medio de comunicación de masas, que implica reflexiones, como por ejemplo: que las emisiones responden a las exigencias de una información organizada, rápida, costosa y transitoria, destinada a una gran masa anónima y heterogénea con fines como entretener, informar y educar.

Igualmente se realiza un análisis del mensaje televisivo, ya que se considera que el hombre moderno está constantemente hostigado por una serie de mensajes que en apariencia sólo lo distraen, lo entretienen o lo divierten, sin embargo el contenido de los mensajes responden a los distintos intereses específicos

de quienes poseen los costosos equipos de emisión.

Por otra parte se cita el principio de los programas cómicos en la pantalla casera allá por la década de los cincuentas, casi al mismo tiempo que nace la televisión. Se informa cuales fueron las emisiones más trascendentes y con mayor duración, así como los años, por cuales canales y en que horarios fueron transmitidos, también se mencionan los grandes cómicos ausentes en la pantalla chica.

Asimismo en otra división de este capítulo se analiza la forma y contenido de las series humorísticas en la televisión, que variaciones han tenido en cuanto a formas de emisión y producción, cual es el tiempo de duración del producto mercantil, como influye la censura en el manejo de sketches y porque han sido enjuiciados de fomentar la falta de madurez en los adultos y de impedir la inventiva de los niños.

Por último en este apartado se visualiza a la comicidad a manera cultural, ya que este género como instrumento educativo ha sido plenamente comprobado, pues puede plantear funciones tendientes a buscar el desarrollo del conocimiento en los mexicanos.

El cuarto y último capítulo responde al intento de una propuesta dentro de los programas cómicos en la televisión

mexicana. Busca aportar un contenido de entretenimiento, pero a la vez funcionar como medio educativo, respetando las formas de transmisión y los horarios habituales, ya que éstos están establecidos. Entonces el principal fin es diseñar un contenido con un humor informativo que desarrolle la percepción crítica de manera masiva, sobre todo a nivel popular.

CAPITULO I

TELEVISION EN MEXICO

En el progreso comunicativo mexicano, la televisión ha venido jugando un papel importante en nuestras costumbres y formas de vida. Hoy en día no existe un aparato electrónico con mayor penetración y atracción para la gente que pasa un promedio elevado de tiempo frente a la pantalla, es decir se transforma en el objeto más atrayente del que pueden disponer sin salir de su habitación.

El considerable avance de los medios de comunicación masiva en México, a principios de la década de los cuarentas, acarrea como consecuencia, la búsqueda constante de un nuevo método por el cual se logre una infiltración de mensajes en la población. La indagación que realizan técnicos y científicos se ve culminada con las instalaciones de un equipo de televisión, traído por el profesor Javier Stavoli(1), quien viajó a los Estados Unidos para traer un sistema completo.

A la fusión de la imagen móvil a distancia con sonido se nombró televisión. Su historia se encuentra estrechamente ligada al desarrollo económico y social, con factores que atribuyeron a fortalecer el sistema político. Su origen en nuestro país se remonta a los primeros trabajos experimentales del Ingeniero

González Camarena(2), con equipo construido por él mismo. En la estación XHBIGC efectua la primera transmisión expidiendo su señal por espacio aéreo.

Camarena aparte de impulsar y promover el establecimiento del sistema televisivo, también realiza la primera demostración de cámara a color a base de verde, rojo y azul, que posteriormente patenta en México y en Estados Unidos. El Ingeniero es considerado el precursor de la televisión en nuestro país.

El desarrollo de la pequeña pantalla es por demás interesante, su invención causó gran impacto en las familias mexicanas, al grado de que muchas de ellas le dieron una importancia relevante e incluso un aparato receptor llegó a ocupar un lugar exclusivo en sus hogares. Como medio de comunicación masiva florece de los avances tecnológicos que enfrentan las sociedades contemporáneas. Con su fundación aparece un instrumento de difusión colectiva con gran fuerza de modelación social, comparada en este período sólo con el cine y la radio.

Padres e hijos vieron en este nuevo invento la opción de un espectáculo casero con un costo mínimo, cómodo y práctico, con el que sin salir de sus casas podrán percatarse de lugares y eventos desconocidos por ellos. Su efecto en la familia y comunidad es

considerable, ya que pasa a ser una diversión significativa en sus vidas.

1.1 TELEVISIVA Y SU HISTORIA

Nunca deja de ser atrayente hablar del origen de la televisión en nuestro país, y siempre llamará la atención el tratamiento que se le dé al desarrollo de la Televisión Vía Satélite (Televisa), por ser la empresa con mayor cobertura a nivel nacional y en toda América Latina, sus emisiones alcanzan los primeros lugares en audiencia en estas zonas.

La estructura de la pequeña pantalla en sus inicios fue de carácter comercial; su influencia y penetración se expandió hacia los más diversos sectores de la población. Esto se debe a que en los años cuarentas, el crecimiento del capitalismo mexicano sufrió cambios importantes como: el fortalecimiento del estado en el poder y la expansión de los monopolios nacionales y extranjeros en nuestra economía. Procesos en que los medios electrónicos de difusión conforman una participación sobresaliente como reproductores del discurso ideológico del sistema de publicidad en los intereses estatales y privados para reforzar su rol desempeñado.

Ante los preparativos para instalar la televisión, la actitud del estado fue abierta y correspondió al presidente Miguel Alemán Valdés efectuar los actos políticos, que facilitaron el control por parte de los intereses privados. En efecto, este régimen otorgó las primeras concesiones para operar

comercialmente con estaciones y estableció el marco jurídico, con que empezó a funcionar este medio de difusión en México(3).

En las líneas siguientes se expone una descripción cronológica de los acontecimientos más significativos en la historia de Televisa, por creer que ayudará a visualizar mejor sus sucesos.

En 1947, el presidente Miguel Alemán Valdés pide al Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), nombre una comisión que se encargue de realizar un estudio sobre la forma de operación de los sistemas televisivos estadounidenses (la privada) y el británico (monopolio estatal). La comisión asignada fue integrada por el escritor Salvador Novo y el Ingeniero González Camarena, quienes deberían realizar un viaje por el continente europeo y a los Estados Unidos, para que al término de éste, entregar un informe con el fin de determinar cual de las dos formas de operar la televisión convenía implantar en el país(4).

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en 1949, autorizó la creación de la primera televisora comercial en México y Latinoamérica: Televisión de México S.A. -XHTV, canal 4-, concedida al señor Rómulo O'Farril. Inició sus transmisiones regulares el 1 de septiembre de 1950, con el informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés, desde la Cámara de Diputados. Cabe hacer mención que en este mismo año, el gobierno

forma una comisión a quien encarga elaborar un reglamento que controle el funcionamiento de la pequeña pantalla en nuestro país.

El Secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Agustín García López declara que la televisión será motivo de explosión comercial por parte de los particulares, y además que el gobierno hará uso de ella con fines culturales y sociales.

A fines de octubre de 1951 y con apoyo definitivo del estado, otro importante grupo de radio inició sus transmisiones: la estación XEW-TV, canal 2, concesionada a la empresa Televimex, S.A., propiedad del señor Emilio Azcárraga Vidaurreta y su hijo Emilio Azcárraga Milmo, dueños a su vez de las emisoras XEW y XEQ y accionistas mayoritarios de Radio Programas de México. En enero de 1952 canal 2 inicia sus transmisiones regulares con una programación en forma, desde las 15 horas a las 22:30 diariamente. (5)

El Ingeniero González Camarena obtuvo la concesión oficial para la explotación del canal 5 -XHGC-, que se inauguró el 10 de mayo de 1952 con la transmisión de un festival del periódico excelsior. (6)

Decisivamente se conoció en marzo de 1955, la integración del Consejo de Telesistema Mexicano, S.A., tres días después

apareció en los diarios la programación de los canales 2, 4 y 5. Al poco tiempo los canales 2 y 4 se trasladan a las instalaciones de Televisión, que surgió en enero de 1952, a las 21 horas con una función de lucha libre. (7)

En 1962, el Licenciado Miguel Alemán Velasco, instituye la empresa Teleprogramas de Acapulco, filial de Telesistema Mexicano. En la integración de esta empresa intervinieron Telesistema Mexicano, Televisión González Camarena, Televisión de México, Televimex y la American Broadcasting Company, Inc. (ABC). En 1966 con el programa escaparate 360, inicia las transmisiones a color el canal 4.

En 1968, aparece XHTM, CANAL 8 con la transmisión del cuarto informe de gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz, se otorga la concesión a la empresa Fomento de Televisión, S.A., filial de la televisión independiente de México y adscrita al grupo Alfa de la ciudad de Monterrey. Aunque la televisión por cable se inició en 1954, el 20 de mayo de 1969, se otorga la licencia para operar en la ciudad de México a Cablevisión, S.A., sucursal de Telesistema Mexicano.

El 13 de febrero de 1970, Telesistema Mexicano anuncia la creación de la Dirección General de información y noticieros que estuvo a cargo de Miguel Alemán Velasco. En marzo de 1971 se crea la Organización de Televisión Iberoamericana (OTI), cuyo fin es

el intercambio de programación entre las televisoras Latinoamericanas.

Se da a conocer en diciembre de 1972, la fusión de Telesistema Mexicano y la Televisión Independiente de México, bajo una sola entidad encargada de administrar los recursos de ambas empresas, bajo el nombre de Televisión Vía Satélite, S.A., o bien como Televisa. Integrada por un consejo consultivo, aparece en 1976 la Fundación Cultural Televisa.(8)

El 29 de noviembre, la empresa Televisión de la Provincia, S. A., filial de Televisa, recibe de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la concesión de operar y explotar una red de 95 estaciones de televisión que operan en diversas poblaciones del país.(9)

En 1968 XHTV canal 2, inicia emisiones en español en Estados Unidos y Latinoamérica por medio de Galavisión y a través de la Empresa de Comunicaciones Orbitales (ECO), primera agencia de noticias por televisión en nuestro país. El noticiero transmite información nacional e internacional las 24 horas del día desde octubre del mismo año.

En abril de 1989, Miguel Alemán presenta en París el nuevo canal vía satélite, donde dice que "la intención de Televisa es situar a ECO en el cuarto lugar de audiencia en el continente

européo en 1992".

El 30 de octubre de 1991, se presenta la nueva imagen de los nuevos canales de Televisa, donde se abarca la publicidad, mercadotécnica, psicología de masas y el mundo de la "imagología" o las imágenes, (como diría el escritor checo Milan Kundera). De manera espectacular, a través del rayo láser y un audiovisual que es por sí solo un cortometraje casi fílmico, Televisa mostró algunos de los nuevos spots, cortinillas, autopromos y slogans.

El Vicepresidente de la imagen corporativa de Televisa Miguel Alemán Magnani, apuntó que el cambio de la tevé privada surgió como iniciativa de la misma transformación del mundo, que cierra una etapa e inicia otra, la televisión tiene que estar atenta a este proceso; por eso decidimos que cada uno de los canales tenía que poseer su propia imagen para así identificarse con los diversos sectores de la sociedad.

Raúl Olivera Ferrer de la Dirección de Creatividad de Televisa comentó " la promoción será ahora una razón más para ver la televisión, la mayoría de los televidentes no distinguen entre uno y otro canal, simplemente encienden el televisor. De ahora en adelante cada canal de Televisa tendrá su propia imagen y forma de ser. Hoy, en nuestra institución el cambio es una realidad tajante que nos muestra la nueva cara de la moneda en comunicación ". (10)

En cuanto a la cultura Miguel Alemán Magnani, dijo que el monopolio seguirá apoyando estas manifestaciones a través de bloques informativos y de las obras de la conocida Fundación Cultural Televisa: "queremos tan sólo que el televidente mexicano este contento". (ii)

A partir del 4 de noviembre de 1991, la Televisión Vía Satélite emprende una nueva estrategia, al exhibir cambios sustanciales en el perfil de sus estaciones para ampliar rating de audiencia. Por considerar interesante la nueva línea de Televisa se definen los aspectos más significativos de cada canal en los apartados subsecuentes.

El canal dos cuenta con una red nacional de 41 repetidoras en todo el país y 53 transmisoras de baja potencia. Se ha reafirmado como una señal dirigida al público del sector medio y medio bajo, que le da grandes volúmenes de rating. La nueva programación destaca espacios permanentes de noticias nacionales aunque también transmitirá en horario nocturno y en las primeras horas del día el ECO internacional; conservando sus programas cómicos vespertinos y las telenovelas. "El canal de las estrellas", con más de 50 millones de telespectadores diariamente, es la fuerza más grande de Televisa al captar diversos sectores económicos del país.

El canal 4 forma una red de dos repetidoras y dos transmisoras de baja potencia, esta emisora es el comodín de la empresa privada, y se ha caracterizado por tener el más bajo rating. Se le ha buscado aumentar de auditorio con cada salida al aire a través del canal 15 de Cablevisión, pero poco se ha conseguido, siempre se le ha asignado una programación variada y sin continuidad, lo que lo ha mantenido como un canal híbrido y sin personalidad propia.

Ahora se pretende darle presencia con una línea de material informativo (ECO se transmitirá las 24 horas del día), sin dejar fuera los eventos deportivos y sucesos especiales. Su nuevo slogan es " ver para saber ".

El canal 5 tiene una red de 15 repetidoras y 12 transmisoras de baja potencia, se caracteriza por tener, en mayor medida, un público de ingresos elevados. Sus seguidores cautivos son los niños y los gustadores de las series extranjeras. Su nuevo slogan es : " canal 5 en tus cinco sentidos ", ha sido diseñado pensando en motivar los sentidos de percepción (aunque todos los canales de televisión lo hacen), con enfoque suelto e informal.

El canal 9 cuenta sólo con tres repetidoras, este canal se inició en 1968 con designación de canal 8. Esta emisora presentó cambios como el acortamiento de tiempo y cambio de horario de exhibición de películas nacionales que se transmitían a lo largo

del día; se abre espacio para programas infantiles, y se le asigna retransmisión de programas de hace más de una década. Su slogan es " canal 9... donde todos tenemos mucho que ver ", y tiene el compromiso de satisfacer los gustos más arraigados de nuestro pueblo. (12)

Esta es la nueva estrategia de Televisa en vísperas de la venta de la red nacional de canal 7 y 13 de Inevisión, la próxima salida al aire del nuevo canal 40 en banda UHF y la virtual aparición del canal 22, también de UHF, con perfil cultural. (13)

1.2 ANTECEDENTES DE I M E V I S I O N

Para exteriorizar los precedentes del Sistema de Comunicaciones Imevisión, se considera necesario inspeccionar el surgimiento del primer canal del nuevo aparato estatal de televisión.

El 12 de octubre de 1968, inició sus operaciones el canal 13 de televisión, propiedad del señor Francisco Aguirre Jiménez, dueño de una cadena de radiodifusoras; quien hizo instalar un estudio en la torre Latinoamericana y otro en la calle de Mina de la ciudad de México. Por estas fechas el estado comprendió el impacto de la televisión y sus efectos alcanzados y pensó que era necesario contribuir con otra emisora con características similares a las del monopolio privado.

El canal 13, que durante años difundió sólo programación extranjera, principalmente de Eurovisión, tuvo el siguiente destino: " en marzo de 1972 - informa Jorge Alberto Lozoya- el gobierno mexicano adquirió esta emisora de la televisión capitalina. Unos meses antes, la financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial Somex, había comprado el 72 por ciento de las acciones de esa televisora, entonces en manos de particulares. El 15 de marzo recibió el 28 por ciento restante y con ello se inauguró una nueva etapa en la televisión en México.(14)

Cuando canal 13 inició sus transmisiones, el 97.5 por ciento de la programación lo ocupaban filmaciones extranjeras, pero una vez siendo propiedad del poder federal, este porcentaje disminuyó a un 47.5 por ciento.

A fines de 1972, se pensaba que para llevar a cabo una programación de contenidos culturales en canal 13, era necesario la participación de intelectuales, se pidió su cooperación, y así sucedió, la comunidad intelectual colaboró de manera entusiasta. En este tiempo ya se contaba con el 60 por ciento de programación en vivo y el resto lo conformaban tres emisiones extranjeras.

Sin embargo, por la baja calidad técnica de las transmisiones, se rebatió la efectividad del canal 13 con cifras de rating recabadas por compañías norteamericanas ligadas a los intereses de los anunciantes, quienes tenían cerradas las puertas de la televisión estatal. Por otra parte, el manejo de la información encontró algunas limitaciones, ya que la televisora no obtuvo autorización para entablar un contacto directo con las agencias noticiosas internacionales y en parte, por eso, no estructuró una dirección autónoma de información y noticieros. Por consiguiente tuvo que limitarse a los servicios de Notimex. (15)

El presidente Luis Echeverría efectuó una gira en abril de 1973, por el extranjero, y por su dimensión e implicaciones políticas hacían evidente la importancia del suceso. No obstante, el único directivo de los medios de comunicación que no fue invitado a formar parte de la escolta presidencial, fue el Director General de canal 13. Igualmente, se le excluyó del equipo que cubriría la gira. De tal manera la televisión estatal tuvo que reproducir la imagen de la comercial, la cual se convirtió en el mensajero oficial de transmisión. Estas contradicciones deterioraban su reputación y reforzaban la idea de que el gobierno federal no le interesaba su propia estación de televisión. (16)

En 1974, se nombra como Director General al senador Enrique González Pedrero, que en conferencia de prensa resalta la importancia que se debe de dar a los programas infantiles y se indica que aunque la situación familiar y social es decisiva en la adopción de conductas delictivas, la televisión, podría favorecerlas en los televidentes que tienen menor madurez o mayores problemas personales. En este sentido el canal 13, a través de su programación, se dirigiría al mejoramiento y no al deterioro de las formas de convivencia humana.

Para junio de 1980, el Director General de PRONARTE, Raúl Villaseñor, informó que los canales 11 y 13 iniciarían programas de capacitación campesina, además de emisiones didácticas para la población de México.

A partir de 1985, el Instituto Mexicano de Televisión, da origen al sistema estatal de televisión que asume el nombre de IMEVISION, y que consta de:

- A) dos canales nacionales: red nacional 7 y 13
- B) cuatro canales locales: canal 22 del Distrito Federal, canal 8 de Monterrey, canal 11 de Ciudad Juárez y canal 2 de Chihuahua.

El canal 7 empezó a funcionar en mayo de 1985 y está integrado a IMEVISION. Se conoce como red nacional 7, con 99 repetidoras, que conforman la mayor cobertura geográfica en el país. Esta será la estación mexicana por excelencia dirigida al sector popular. Tendrá barras matutinas educativas y de entretenimiento por las tardes, servicios informativos en cada corte de media hora y contribuirá a fortalecer la identidad nacional por medio de emisiones culturales. (17)

Su programación en su mayoría es pregrabada, su contenido es netamente nacionalista que incluye normas basadas en información, cultura, educación y diversión.

El canal 22 aparece en abril de 1982, instituido por la televisión de la República Mexicana. Su programación será difundida exclusivamente en el Distrito Federal, ya que éste constituye la entidad federativa más importante de la nación. La señal de esta estación se capta con la banda de ultra frecuencia,

que viene integrada en los aparatos elaborados en los Estados Unidos. Para recibir la señal, es necesario adaptar un sistema parecido al de Cablevisión en los televisores caseros.

En 1991, Imevisión procede de manera agresiva y modifica su línea reformando su programación sin contemplar, como antaño, no lastimar los intereses de la televisión comercial. Así, negocia los contratos de artistas que son separados injustamente y lastimados en su condición de ciudadanos libres por Televisa, y que en un estado de derecho, tienen que renunciar a la protección laboral.

El Sistema de Comunicaciones Imevisión, en octubre de 1991, tiene cambios significativos en cuanto a transmisiones e imagen en sus canales. El 13 utiliza el slogan " la mejor opción ", transmite emisiones de entretenimiento y diversión, junto con las de análisis y opinión, así como series extranjeras en el horario nocturno. El canal 7 transmite el mismo programa que el 13, pero sólo aparece en el horario vespertino y nocturno.

En octubre de 1991, se informa que el estado esta en vísperas de desincorporar el canal 7, dentro de los posibles o futuros dueños se menciona a la cadena televisora más importante de EUA para hispanohablantes: UNIVISION. (18)

El 10 de diciembre de 1991, el presidente Salinas de Gortari ordenó, vía decreto presidencial, la extinción y liquidación del Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION), siguiendo los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994. La Secretaría de Gobernación en su carácter de coordinadora de sector, promoverá y proveyerá lo conducente a efecto de que el proceso de desincorporación se lleve a cabo de manera oportuna, eficaz y con apego a las disposiciones jurídicas que lo rigen.

Por su parte, Imevisión a través de un comunicado, informó que la liquidación de este organismo en nada altera la operación de Corporación Mexicana de Radio y Televisión, concesionaria de canal 13, toda vez que el referido decreto no hace mención alguna sobre dicha corporación.

Se informó que se "continuará utilizando el logotipo y la marca Imevisión, para efectos comerciales y de identificación", refiere el comunicado. (19)

El 20 de mayo de 1992, se afirmó que en octubre del mismo año iniciará transmisiones el nuevo canal 22, con una cobertura que llegará, desde el Distrito Federal, a parte del estado de México, Morelos e Hidalgo, el Director General de este medio, José María Pérez Garay, aseguró que la red nacional de televisora será quien nutra la programación del canal. (20)

1.3 PRECEDENTE DE CANAL 11

Fue hasta fines de los años cincuentas, cuando el estado mexicano comprobó la enorme fuerza de penetración de la televisión, porque en el tiempo que se instituyó, se determinó entregarla a la iniciativa privada, por lo que el surgimiento como sistema del gobierno federal asomó en 1959; con el fin de buscar una participación más activa en este medio electrónico.

Cuando ya habían iniciado labores tres canales privados, aparece XE-IPN canal 11 en diciembre de 1959, con la colaboración del entonces secretario de Comunicaciones y Transportes Walter C. Buchanan, quien como egresado del Instituto Politécnico Nacional, tenía la inquietud de añadir la fuerza profesional del Instituto con el objeto de repercutir en forma precisa.

No obstante ser el primer canal con que el estado respondía al enorme avance de la televisión comercial, nació con un equipo técnico simple, con una señal débil, que era recibida por un número limitado de hogares con aparato televisivo. Esta difusora ha tenido que operar en forma elemental, en comparación, con el enorme equipo de las empresas privadas.

El estado jurídico del canal 11, se implanta por decreto publicado el 2 de agosto de 1969 en el Diario Oficial, donde se fija que se usará para transmitir programas educativos,

culturales y de orientación; además señala que la operación técnica correrá a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en tanto que la programación a la Secretaría de Educación Pública. (21)

Es importante señalar que el canal 11 no comercializa, pero obtiene ingresos de la Comisión de Operación y Fomento de Actividades Académicas del Instituto Politécnico Nacional y de la Secretaría de Educación Pública, de hecho se ha convertido en el piloto de difusión cultural, a pesar de la situación económica.

El Ingeniero Alejo Peralta transmite el primer programa, que fue una clase de matemáticas, en 1959, que estuvo a cargo del profesor Vianey Vergara Cedeño. En ese tiempo los televisores requerían de una antena y ajuste especial para atraer la imagen de este canal.

En marzo de 1959, se inician dos programas con duración de treinta minutos cada uno: " recursos humanos " y una clase de francés. En abril del mismo año, se lleva a cabo un control remoto desde la sala Manuel M. Ponce del Palacio de Bellas Artes.

La Dirección de Radio Televisión y Cinematografía (RTC), a través de varios organismos pertenecientes a la Dirección de Televisión, colabora directamente con el funcionamiento de esta repetidora no comercial, en el período de 1976 a 1982 y logran

que su señal se reciba en el Distrito Federal y zona Metropolitana, así como en varios estados del norte del país, gracias a la importancia que comprenden algunas emisiones.

Uno de los logros más sobresalientes del canal 11 en cuanto a eventos transmitidos, es el obtener en exclusiva los derechos de los juegos panamericanos de Puerto Rico, en 1979. (22)

En 1985 celebran los 26 años de labores en el terreno de la televisión cultural, pues con el respaldo de RTC, la cobertura nacional se aumenta considerablemente, debido a la calidad de sus diferentes programas que están plenamente reconocidos, aunque sus teleauditores sigan siendo muy limitados. En el aspecto de cortes comerciales se resaltaba el de forma promocional y de intercambio, estos últimos eran con diarios y consistían en que la repetidora anunciaba el periódico y éste por su parte comunicaba los horarios de su programación.

Actualmente sus cortes son cápsulas de interés social, que se realizan con diferentes Secretarías de estado e informa de las actividades culturales y deportivas. También posee convenios con embajadas de diferentes naciones para proyectar películas de las mismas.

Si bien en este canal es donde el poder Federal redefine su compromiso de difundir la educación y contribuir al desarrollo

intelectual y cultural a través de los medios de comunicación, su potencia modesta sigue siendo captada por un número estrecho de receptores.

N O T A S

1) El profesor del ISIME y técnico encargado de la estación de radio XEFO, propiedad del Partido Nacional Revolucionario (PNR).

2) Ingeniero Guillermo González Camarena, estudió en la escuela superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica en el IPN, participó como técnico en las estaciones de radio XES, XEBS, XEDA y XEMY del D.F., en 1947, era jefe de operadoras de XEW y XEQ.

3) El marco jurídico es basado en las estipulaciones técnicas dictadas por los industriales de la radiodifusión. Mejía Barquera Fernando, La industria de la radio y televisión. Editorial, fundación Manuel Buendía, Pág.150.

4) Autores varios. La televisión en México, apuntes de la ENEP Aragón. Pág. 13.

5) Gutiérrez Angelina, Las relaciones de producción en los medios masivos de comunicación. Instituto de Investigaciones Económicas. Pág.38.

6) Ibidem

7) Autores Varios, La Televisión en México, Apuntes de la ENEP Aragón. Pág.20.

8) Ibidem

9) Autores Varios, Televisa el quinto poder. Claves Latinoamericanas. Pág. 37.

10) Moreno Gustavo, El sol de México, " Televisa, nueva imagen comercial ", 30 de octubre 1991. Pág. 1. Sección E.

11) Ibidem

12) González Ana María, La Jornada, " Emprende Televisa cambio de perfil para ampliar su rating de audiencia, 28 de octubre de 1991. Pág.38. (subrayado: JAB).

13) Hasta la fecha cuando se realizó esta investigación, aún no se concretaba la venta del canal estatal.

14) Lozaya Jorge Alberto, La televisión estatal en México, Foro internacional, número 55 de notas sobre un intento. Pág 402.

15) Autores Varios, La televisión en México, Apuntes de la ENEP Aragón. Pág. 79.

16) La gira del Presidente Echeverría la realizó por: Canada, Inglaterra, Bélgica, Francia, U.R.S.S. y China.

17) Autores Varios, La Televisión en México, Apuntes de la ENEP Aragón. Pág. 103.

18) Riaño Mario, El sol de México, " Univisión compra canal 7 ", 29 de octubre de 1991. Pág 1, Sección E. Al terminar esta investigación este dato, aún no había sido confirmado.

19) El Día, " fue ordenada la extinción y liquidación del Instituto Mexicano de Televisión ", 11 de diciembre de 1991. Pág.15.

20) El Día, " El canal 22 inició sus transmisiones en octubre ", 21 de mayo de 1992. Pág.20.

21) Autores Varios, La Televisión en México, Apuntes de la ENEP Aragón. Pág.127.

22) Ibidem, excepto. Pág.131.

CAPITULO 2

SURGIMIENTO DEL GENERO

La comicidad como género artístico, tiene su origen con el nacimiento del mismo hombre, pues forma parte de un denuedo muy particular. Su historia en México tendría que hablar de los totonacas como cultura sonriente que refleja su humor en esculturas y utensilios diversos, incluiría una serie de investigaciones durante la época colonial, las pintas, albures, epigramas y versos escritos que se mofaban de virreyes, obispos, prelados, de burócratas y tinterillos.

Asimismo incluiría un estudio, sobre el teatro novohispano y sus maneras humorísticas, sus enredos y picardías, sus sátiras de la corona y a las autoridades. El siglo XIX mexicano, tiene también una historia de comicidad y humor inigualable, recuérdase si no a los años del gobierno de Santa Ana; auténtica comedia bufa de la vida misma o bien, el periodo del importado emperador y el clásico adiós mamá Carlota.

Con sus verdades y netas, con su manera directa y accesible de darse a entender, con su espíritu satírico o bufonesco, la comicidad en nuestro país, ha sido una forma de cultura de resistencia popular a la gran solemnidad que suele envolver a nuestra pretenciosa sociedad. Ante la demagogia política

ininteligible, ante la retórica de los conceptos complicados que suelen disfrazar la situación del pueblo; los comediantes, actores, carperos y chistoretas hablan con claridad popular, que juegan con con retruécanos, cábulas, albures y calambures, para darle más sabor y picardía al lenguaje, pero que nunca engaña, porque al hacerlo se expone al rechazo del pueblo. (1)

La comedia ese género minimizado, tiene un desempeño arduo y difícil en pos de lograr su finalidad de hacer reír. De la vida cotidiana toma todas nuestras debilidades, las situaciones de enredo y los equívocos son estructuras fundamentales para el logro de la carcajada. El espectador se divierte con los desaciertos de los personajes de una obra y las situaciones chuscas en que se desenvuelven. Un elemento primordial, es el artista, personaje contestatario, iconoclasta y ridiculizador de todo orden, que con sus irreverencias y faltas de respeto provoca las delicias del público.

La risa no es cosa de risa, bien se dice que aquel individuo que cuenta con la capacidad de reírse de sí mismo, ante las situaciones absurdas en que la vida lo pone, es una persona más comprensiva, conciente de la pequeñez humana, sabedora de que entre más solemnidad, falsa dignidad, moralidad y cuidado por las apariencias, más peligro de caer en el ridículo y en lo absurdo, impulsos genuinos de la risa. Lo chistoso y lo absurdo, son dignos de la evolución.

No sólo es un asunto serio la risa, sino que reviste cierta gravedad. Indagando en los móviles que hay detrás de la risa, se da uno cuenta de la pequeña tragedia humana que se esconde en la vida diaria de todo ser humano y que sale a flote precisamente con eso, con las situaciones risibles que ponen en evidencia nuestra mezquindad. Los falsos aires de superioridad, de ejemplos a seguir, de vestiduras de autoridad, de buenos modales; se estrellan ante la esencia misma de nuestra condición. Al final todos somos iguales y estamos tasados en el mismo nivel. Y de aquí que el que vuela más alto y luego cae provoca más risa que el que resbala naturalmente. El sabio despistado, el que camina más absorto, mirando las estrellas y ensimismado en sus pensamientos, se olvida de mirar al suelo y tropieza, dándose un porrazo que muchos le ha de recordar lo pequeño de su ser.

Lo cómico no sólo es una manifestación de alegría, sino también un fenómeno de complejas funciones fisiológicas y sociales. Se trata de una especie de gesto social, por medio del cual la gente llama al orden a quienes se apartan del camino trazado: distraídos, extravagantes y a los disgregadores de la estructura del país. El género cómico, establece a la risa y al ridículo como castigo ideal de conductas viciosas, entendidas como antisociales, como por ejemplo: la envidia, el donjuanismo, la fanfarronería, la avaricia, etcétera.

No existe nada cómico fuera de lo propiamente humano, el hombre no sólo es el único animal que se ríe, sino también el que provoca su misma risa. La gracia está ordinariamente acompañada de cierta insensibilidad y nada le estorba tanto como el afecto de la compasión. Lo cómico no sería tan placentero si uno estuviera aislado, de manera que nuestra risa es siempre la de nuestro grupo, por lo mismo, oculta una segunda intención, casi se diría de complicidad con otros sujetos.

Lo cómico surge de la revelación del ridículo que se esconde tras el inútil esfuerzo de un hombre digno de mantener a flote la dignidad en medio de una situación indigna. Nadie está libre de provocar risa, todos nos aferramos a algo que creemos de gran valor y que para otros es banal y ridículo.

El chiste de " mala leche ", es el que se desarrolla con el atropello del más dejado, del listo que se aprovecha de los demás, el grandote pegándole al chico, el gandalla que hace que el tonto pague los platos rotos. La risa tiene en el fondo algo de tragedia y eso es lo que hace reflexionar al hombre.

La comicidad es un distintivo humano. Muchas cosas están presentes en una situación que la provoca. La risa cumple esencialmente la función de liberar la energía contra una postura adversa, especialmente cuando ésta ya no nos hace daño.

Alejandro García afirmó que " el humor puede fácilmente confundirse con la comicidad, ésta es básicamente el hecho de hacer reír, pero el lograrlo tiene un mérito propio como actividad liberadora de tensiones; incluso es más difícil hacer reír que hacer llorar. Sin embargo, una cosa humorística generalmente también es cómica; pero lo cómico no siempre es una cuestión humorística. El humor es una reflexión risueña acerca de un problema muy concreto en la vida.

El humor pretende indagar en algunas cuestiones de la vida, comprenderlas, tocarlas, meditar alrededor de ellas y esto no quiere decir que la gente necesariamente tenga que reírse. Con frecuencia también se tiende a dar el mismo valor a un hecho cómico premeditado o trabajado en relación con un acto cómico espontáneo. En la comicidad básicamente uno de los hechos predominantes que suceden, es que el cómico se burla de las cosas que pasan porque se sienten excluidos de esa realidad. (2)

El humor y la comicidad nacional de un pueblo satírico y alburero, que se trabaja tanto en cine, teatro, carpa, bar y el medio más penetrante en nuestros días: la televisión; que se ríe de la muerte y de sí mismo, que se preocupa con severidad por prepararse y difundirse. Se acerca hacia un destino donde el comediante, el escritor y el mismo público se encargaran de fomentar su propia diversión.

2.1 LAS CARPAS EN MEXICO

Hablar del origen de las carpas es entrar en polémica, pues no se sabe con certeza cuáles fueron sus raíces, y por lo tanto nos llevaría irremediamente a perdernos en los anales de la historia. Tan es así, que algunos datos bibliográficos nos remiten a la juglaría medieval o a los misterios que introdujeron los misioneros españoles. Lo cierto es que aquí en México se toma como punto de partida la primera y la segunda década de principios de siglo, esto es, durante la época porfirista.

Para empezar adentrarse en el surgimiento de la carpa en nuestro país, es necesario mencionar un escenario paralelo como fue el teatro de revista, una herencia española, que a su vez fue apéndice de la francesa. Cada nación le da su propia personalidad y el nombre le viene de Francia: significa "revolver", volver a ver los acontecimientos. En España se hace más rápido, más constante, las obras no duraban tanto como en París y por eso se empieza hacer producciones sobre sucesos inmediatos. En México arranca hasta fines del siglo pasado.

A principios de siglo llegan al país infinidad de compañías circenses del viejo continente, las cuales se convierten en la atracción y esparcimiento del pueblo en general, el teatro en este momento era sólo para el sector elevado en cuanto a economía se refiere. Amén de que la opereta, opera, zarzuela, melodrama y

la comedia, eran géneros que carecían de arraigo popular. Se dice que con la llegada del circo de los hermanos "Orrín", nace la carpa como tal, su atracción principal constituía la actuación del payaso Ricardo Bell, ya que la sociedad más destacada se daba cita en este lugar para verlo actuar.

La pobre situación que vive el pueblo, a pesar de la prosperidad del país, va aumentando el descontento hasta desembocar en la Revolución Mexicana, que trae como consecuencia que los teatros sean cerrados y los circos destruidos y diezmados. Pasada la revuelta armada, los pocos circos que logran volver a nacer, se establecen con lonas portátiles, las cuales vienen a construir las futuras carpas, en éstas se hacen pantomimas, malabarismos, bailables, canciones, etc. Se da una mezcla de lo europeo con lo mexicano. El pueblo cansado de los estragos del movimiento social, va a buscar espacios de expresión, se lanza a la plazuela a cantar corridos y canciones de amor. (3)

Terminada la revolución, la vida económica y política del país se comienza a estabilizar. Es durante el gobierno de Lázaro Cárdenas cuando las carpas entran en su apogeo y comienzan a poliferar por todos los barrios de la ciudad, en los jardines, plazas y lotes baldíos, se levantan rústicos escenarios elaborados con desechos de la construcción (toldos de lona y muros hechos con tablonés), hay una ilimitada tolerancia para el

teatro político o la sátira, se inicia en varias carpas de la ciudad la presentación de la revista política.

Al comienzo de la década de los cuarentas aparece un declive en el teatro de revista. Las cosas se ponen difíciles, porque se promulgan leyes que prohíben presentar escenas a algún actor disfrazado de presidente o de alguien del gabinete. Entonces la acometida se dirige a los líderes, que no eran tan sagrados como los gobernantes y se embate a la CROM, que por esos tiempos estaba Luis N. Morones, además la CROM estaba a tres calles del teatro Lírico. Esta ocurrencia del Lírico no les gustó, y para colmo se estrena una obra que se llama "el desmoronamiento", donde sale Morones cayéndose. (4)

Nace la nostalgia cuando se revive el esplendor del teatro de revista en México, que trajo como consecuencia clásicas manifestaciones en espacios escénicos populares, o sea las carpas. Con mucho ambiente y que generalmente se establecían en barriadas de esta pintoresca ciudad capital.

La aparición de las carpas da inicio, cuando el país entra en un cause de establecimiento social y se construyen los primeros escenarios, formando de esta manera una especie de contribución social propia de la época. Los actores recorrían de arriba a bajo la nación, iban de poblaciones a ciudades, ofreciendo su espectáculo, en busca de un asilo seguro y

concentrándose en grandes estados como: Guadalajara, Puebla, San Luis Potosí y por supuesto el Distrito Federal. Abrigados por unos barrios acogedores y hospitalarios, las carpas se identifican con la gente y nace una relación pueblo con pueblo.

El término carpa, ha tomado un significado literal de tienda, pero extenso y complicado en muchos sentidos. Cuando cesaron las hostilidades entre grupos políticos del país, dio principio un largo proceso de reconstrucción, por lo que las comunicaciones se dificultaban aún dentro de la gran capital. El trayecto desde las colonias residenciales a áreas suburbanas de la ciudad a los centros de diversión era tan problemático, que los teatros perdieron mucho auditorio, especialmente entre el sector medio y el obrero, principalmente por razones económicas se veían obligados a abandonar los límites del vecindario. (5)

Las ferias así como los humildes circos ambulantes o los cines cercanos eran primordialmente diversión de un gran sector de la población que tenía poca o ninguna oportunidad de presenciar representaciones en vivo. De este modo empezaron a surgir las carpas escenarios móviles donde se podía presentar un sinfín de variedades.

En función a la demanda del público que querían ver mejores y variados espectáculos y de manera más cómoda, nace la carpa, que era una tienda puesta al suelo desnudo usando panales de

madera para improvisar el escenario y construyendo asientos a base de simples tablones. Decimos "era", porque la edificación de las carpas en la actualidad es de otra manera, más moderna, pero aún con pocos recursos comparados con los teatros del momento.

Las carpas en el Distrito Federal, eran en principio lugares seguros, estables y con ciertas comodidades. La carpa mariposa en las calles de General Anaya, allá por la merced tuvo gran fama, su propietario, el actor y empresario era José Herrera "procopio", que era un payaso de circo, después se le conoció como "carpa procopio", en donde su esposa Isabel era la principal atracción. La "Sotelo" fundada por Aurelio Sotelo, donde se dice que en ella empezó sus actividades Cantinflas en 1928 allá por Atcapozalco. La Mariposa fue la más grande en su tiempo, aunque estrechos, tenía lunetas y galerías, un gran foro y camerinos individuales, lo que hacía prevalecer el ambiente propio del espectáculo. (6)

Todas las carpas ofrecían buena variedad de eventos, con movimientos alegres, presentaban zarzuelas, comedias y dramas, sin embargo, el público tenía preferencia por algún artista en especial ya fuera un bailarín, un ventrílocuo, un cómico o un cantante, pero en general era un comediante el que la gente prefería, porque fue el que se comunicaba de la mejor manera con el público. La improvisación era lo que predominaba, ya que era muy difícil hacer guiones para ese tipo de espectáculos, porque

se tendria que haber escrito obras cada ocho días.

Durante la época de los treinta, uno de los lugares más representativos de las carpas, era sin duda el barrio latino, que lo conformaban lo que actualmente son las calles de Fray Servando Teresa de Mier (anteriormente se llamaba Cuauhtemotzín) y niño perdido (hoy eje central Lázaro Cárdenas). Los callejones más famosos era Cuauhtemotzín, la cerrada, callejón del Ave María, del diablo y el de los pajaritos, esto era antiguamente la zona roja. Por el norte cruzando la plazuela del salto del agua y la calle de San Miguel, estaba San Juan de Letrán y a sólo una cuadra de allí, al poniente, se encontraba el jardín de los tumbaburros y al oriente la plazuela de las Vizcainas. (7)

Consecuentemente con la extensión de San Juan de Letrán, en sus terrenos se insataron carpas con infinidad de puestos ambulantes, desde Madero hasta Cuauhtemotzín. Algunas carpas establecidas por los barrios de la ciudad de México son: Salón Nacional, Cardenty, Procopio, la Mariposa, Pierrot, Colombia, Salón Petit, Tatay, Noriega, Estrella, Landeros, Tallita, Encanto, Michel, Rosalba, Nacional Sotelo, Amaro, La Valentina, Obrero, Edén, Noris, Salón Paris, Ofelia, Rosete, Olivero, El Salón Rojo, Lolita, Soria, Mayab, Maravillas, Liriquito, la Principal, etc.

En cuanto a los actores o comediantes con más popularidad en la carpa mencionaremos a: Cecilia Tejeda, Elisa Berumen, Lupe la "Criolla", Amalia Wilhemy, Miguel Inclán, los Kikaros, Toya Gutiérrez (hoy María Victoria), Jesús Martínez "Palillo", Mario Moreno "Cantinflas", Delia Copell, Gloria y Lili Marin, Guillermo Sosa, Manolín, "Chicotito", Pedro "Harapos", Arturo Copell, " el cuate chon", Manuel Medel, Adalberto Martínez "Resortes", Antonio Espino "Clavillazo", Joaquín García "Borolas" y varios más. (8)

El precio de las tarifas de las diferentes carpas, para ver tres tandas, iban desde un peso treinta centavos, hasta diez centavos, aunque esto variaba de acuerdo con el lugar y el artista que se presentaba.

Cualquier día de la semana se podía encontrar una carpa abierta en las barriadas capitalinas y hasta en las calles céntricas de la metrópoli. Las presentaciones eran dirigidas a las clases trabajadoras, ayunas de sutilezas del arte dramático, pero dispuestas desde luego, a reír y aplaudir los bailes, los chistes, melodías y acrobacias.

Las carpas representaban un fugaz escape de las diarias preocupaciones, al ofrecer una variada diversión a la gente más popular de la población, pero su lucha fue grande al competir con las revistas del sector alto que se brindan en salones ya establecidos. Desde luego en las carpas se escuchan las mismas

canciones que en los teatros fastuosos; los mismos bailes de moda y los chistes de actualidad adquirirían una nueva interpretación; era un entretenimiento inicial para las estrellas del futuro y algunas veces el último refugio de los ídolos de ayer.

La cadena de teatros más o menos instalados es abundante y estaban alrededor de espacios muy bien delimitados de la ciudad, además del Trivoli y del Follies, estaban el Margo, Colonial, Libertad, Cervantes y Río, todos localizados en ese orden en el área de San Juan de Letrán, importante arteria que en diversos tramos cambiaba de nombre (ahora es eje central Lázaro Cárdenas), y casi llegando a Fray Servando, un poco retirado de la avenida Peralvillo casi esquina con Matamoros, estuvo muy poco tiempo el pequeño teatro Rayo. (9)

Con muchos atractivos, hace algunos años, las noches parecían días en la avenida que hoy conocemos como Lázaro Cárdenas; por que ahí "Clavillazo" con sus seguidores llenaban la carpa Libertad; Gloria Ríos, mostraba su figura escultural y daba a conocer los pasos para bailar el rock and roll en el teatro Río y el Margo sería demolido para ceder espacio al teatro Blanquita.

La ciudad cambió, antes había vecindades y hoy hay condominios. Las carpas de antes se transformaron en teatros de comedia y burlesques sin imaginación. Así sea con mantas rasgadas, escasa escenografía y con un cómico anónimo que debe

repetir sus parlamentos y sketches por años, pero la carpa continúa, pues de otra manera sería difícil que alguien se asomara por abajo de los telones a fascinarse con mirada infantil en el extraño mundo teatral, pues la carpa no es sino para un público sencillo, que encuentra en los tablonés la única butaca posible para volar su imaginación y sus sueños durante un tiempo que él mismo busca y encuentra.

El encubrimiento de los héroes carperos es la derrota de los desarraigados, ya que, el éxito y las ganancias que significa, lo moldea a las características idóneas de las salas donde lo exhiben. El "peladito" olvida su desorden y la mugre de las tarimas, tendrá su automóvil, casa propia y atractivas compañeras que lo distanciarán del público que lo aclamaba.

Con la inclusión de la electrónica y el surgimiento de los televisores, la gente intimidada por el crecimiento de la urbe, buscan en su hogar la seguridad y cierto índice de diversión y entretenimiento no riesgosos. Así en la sala o en el dormitorio se someten a las indicaciones de su televisor o radio.

Entonces la decadencia de la carpa, no se determina por el agotamiento de los objetivos histriónicos, ni por la dependencia socio-económica del pueblo, se marca por las transformaciones que circundan el sitio del espectáculo. El público que antes se carcajé con artistas suyos, ahora no los apoya, razón por la

cual el surgimiento se ve cada día más complicado. No existe retroalimentación anímica y la estructura que les dio vida no es la misma. (10)

El desvanecimiento de casi todas las carpas, es la victoria de la innovación y la quiebra de una tradición, perdiéndose una identificación de la población de nuestro país con sus costumbres y fantasías. Pero mientras exista una carpa, se podrá encontrar una identidad cultural nuestra, hecha por el pueblo, a pesar que alguien crea que la única posibilidad de espectáculo es la electrónica dentro de la casa, con televisores, videocaseteras o antenas parabólicas, y el deseo por la diversión se satisfaga cada vez menos en los cines, teatros o carpas.

2.2 PRINCIPALES PROTAGONISTAS E INICIADORES

México ha sido país de grandes actores dramáticos, trágicos y cómicos, y apesar de que existían gentes que trabajaban el género de la comedia desde la juglaría medieval, es la carpa y el teatro de revista donde empiezan a surgir comediantes que tiempo después iban a repercutir en la vida del mexicano. Por los años treinta aparecen humoristas que se convierten en la diversión de cada fin de semana de un público deseoso de reírse de sus propios problemas a los cuales enfrentaba día con día, en una cambiante ciudad capital.

Es el propio espectador, quién se encarga de hacer exitoso a un actor o rechazarlo, si es que no se esfuerza en ofrecer un trabajo ocurrente y gracioso. El comediante mexicano dueño de una creatividad muy especial en cuanto al diseño de diálogos, en los cuales el albur, calambur y el doble sentido de las palabras, forman expresiones verbales que sirven para el desarrollo en su manera de hablar.

No todos los actores que han trabajado la comedia en nuestro país, lograron obras sobresalientes, en cuanto asuntos de humor, existieron y siguen apareciendo los artistas que piensan que si son chistosos, ganan la aceptación de un público que es exigente,

ya que nuestro pueblo es gracioso y ocurrente, desde sus primeros pobladores.

En este apartado mencionaremos a aquellos comediantes pioneros que aportaron al género trabajos diferentes y que incluso, repercutieron en otros actores en cuanto a formas de caminar, vestirse y moverse sobre el escenario. Por otro lado citaremos a los comediantes que actualmente participan como protagonistas dentro del género cómico en México. Descollando características individuales que los llevaron a la aceptación con el espectador.

En primer orden aludiremos a los cómicos que surgieron de la carpa, cine y teatro, para después citar a los actores que han logrado su consagración en radio y televisión.

Manuel Medel. Veterano cómico, decano del sketch en carpas y teatros, mecánico, torero bufo, pareja de "Cantinflas", toda una vida entre foros y candilejas, dueño de unos gestos chistosos, que paradójicamente le acarrea la limitación como actor.

Joaquín García Vargas. Desde la secundaria se ganó el sobrenombre que lo haría popular "Borolas". Cómico que ha logrado trabajar en todos los oficios, tanto en carpa, teatro, cine y televisión. Pequeño de estatura, pero de gran talento, con su inseparable bombín, de pantalones y saco holgados. "Borolas"

trabajó a lado de los más importantes cómicos de México, pues él forma parte de este grupo que ha obtenido el cariño y aprobación de la gente.

El Chicote. Pequeñito muy delgado, con ojos oscuros, de bigote abundante y poseedor de una gracia que le permitía hacer uso de la majadería y ser soportado por el público. Soldado de niño, torero después y cómico siempre. "El Chicote", realizó sketches para "Cantinflas", "Borolas" y "Clavillazo", entre muchos otros, compañero de grandes actores como Jorge Negrete, Pedro Infante y Luis Aguilar.

Jesús Martínez Rentería. Su físico exageradamente delgado, le costó el hoy famoso sobrenombre de "Palillo", con voz rasgada, sombrero de palma, nariz y labios pintados, con colilla de cigarro entre los dedos; el más creativo cómico del chiste político en nuestro país, de un humor y gracia que le permiten continuar a través de más de medio siglo en el mundo de la farándula. Aferrado a su origen artístico: la carpa, pues él insiste en mantener este género como su escenario de trabajo.

German Valdés "Tin-Tan". Cómico que por su frescura merece que se le reconozca entre los mejores de todos los tiempos, con naturalidad consigue obras verdaderamente memorables, con graciosas y antológicas secuencias, alcanzó la estereotipación del pachuco capitalino en la cinta " el rey del barrio", en sus

trabajos es inevitable contener la risa.

Mario Moreno "Cantinflas". Tal vez el cómico más trascendente de nuestra nación, con un movimiento corporal sobrecaliente, pero sobre todo su forma verbal es lo que más distingue a este artista. Con gabardina, pantalones a medio caer, un sombrero pequeño chistoso y bigote apenas visible, era la forma como se estereotipaba al comediante que cada película suya tenía éxito y le daba la vuelta a toda América Latina.

Eulalio González "Piporro". Llamado el rey de la comedia ranchera, quién con películas como "los santos reyes" y "héroe a la fuerza" alcanzó gran popularidad en este género, pero que decayó en trabajos como "escuela de valientes", una cinta chistosa, pero que nos remite a un mal intento de imitar " la oveja negra" de Fernando Soler.

Fany Kauffman. Mejor conocida como "Vitola", actriz alta y muy delgada, con un tono de voz muy particular, llegó de la Habana Cuba en 1948, trabajó a lado de "Tin-Tan", donde la experiencia obtenida y su fino desempeño la llevo a trabajar en el cine. En muchas de sus obras aparece con vestuarios demasiado holgados en proporción a su delgada figura.

Amparo Arozamena. Popular actriz con voz y gracia que le han permitido participar en teatro, cine y televisión. Arozamena es

la típica comediante que provoca la carcajada con su sola presencia. Trabajó con "Mantaquilla" en el teatro Lirico en el Follies con Medel, "Cantinflas" y el "Chino" Herrera.

Mauricio Garcés. La picara comedia mexicana, tuvo como principal protagonista a éste veterano galán que a través de sus trabajos efectuaba una burla del amor latino o el "play boy" mexicano, que ocasionó el descubrimiento de un género muy gustado y que fue explotado por sus características nacionales.

Alfonso Arau. Director y actor de películas, donde aplicó con gran tacto la realidad nacional, utilizando como elemento la parodia política. Los años setentas fue la etapa de sus mejores realizaciones como: "aguila descalza", "calzonzín inspector" y "mojado power". Artista muy polifásético, aunque sus obras no son muy difundidas por trabajar al margen de la industria nacional.

A principios de los cincuentas aparece la pareja de cómicos más representativa con Marco Antonio Campos y Gaspar Henaine: "Viruta y Capulina", muy similares al "gordo y al flaco", tanto físicamente como en el aspecto psicológico de los personajes. La tranquilidad y formalidad de "Viruta" contrasta con la traviesa y cándida personalidad de "Capulina". Ellos formaron dúo durante once años. Fue el programa televisivo "Cómicos y Canciones", donde alcanzaron la popularidad que más tarde los llevó al cine, donde como pareja llegaron a filmar 26 películas.

Adalberto Martínez "Resortes". Cómico y bailarín, con ojos y cejas verdaderamente risibles, acompañado de un movimiento de labios y gestos mezquinos que influían para ser adoptados por el espectador. Aprovecho a la perfección la coreografía de las rumberas para fortalecer sus números musicales. "Resortes" es considerado un bailarín que realiza comedia.

A fines de los cincuentas y a principios de los sesentas, la televisión empezó a brindar sus propios cómicos como:

Manuel "Loco" Valdés. Actor que se destacó por introducir elementos de expresión corporal en su trabajo. Ha participado en un gran número de emisiones como "Ensalada de locos", "La hora del loco", por mencionar sólo algunas.

Los Polivoces. Dúo de cómicos que tuvieron su programa propio en la televisión privada, donde lograron secuencias con gran proyección, su humor aunque simple fue muy gustado por las generaciones de los setentas y ochentas. Por su éxito conseguido se separaron y entonces se percataron de que uno necesita del otro.

Héctor Lechuga y Jesús Salinas. Formaron una pareja de destacados actores, que conjuntaron talento, que sin embargo, poco a poco los hacen desaparecer de la televisión ya que empezaron a trabajar un humor crítico, que no va de acuerdo con

los intereses privados.

Roberto Gómez Bolaños "Chespirito". Poseedor del programa cómico más antiguo y tal vez esa sea su mayor aportación. Bolaños, escritor y actor representó una innovación del género, pero a partir de algunos años a la fecha a sido repetitivo y sus ideas han envejecido, por lo que su emisión a estado muy cuestionada sobre todo en países del sur de América.

Alejandro Suárez. Contiene una expresión verbal desarrollada, que lo ha ayudado a mantenerse, pero de algun tiempo a la fecha sus participaciones han decaido bastante.

Jorge Ortiz de Pinedo. Actor por herencia, tiene gracia humor, pero al no hacerse acompañar de variados libretos resulta un cómico repetitivo.

Luis de Alba. Cómico muy exitoso que en la década de los setentas realiza sus mejores aportaciones, aunque algunos de aquellos personajes resulten insulsos para el espectador.

Sergio Corona. Comediante y bailarín, cuyo humor y figura resultan agradables, tan es así que participa junto con Jose Galvés y otros actores en una emisión (hogar dulce hogar) que se mantiene a lo largo de los años con un nivel considerable de espectadores.

Héctor Suárez. Actor que se gana el respeto del público con su participación en el programa de "Qué nos pasa", quien obtiene la mayor penetración de una transmisión cómica en la televisión, y que basa su éxito en la variedad de los personajes interpretados. Sin embargo el contenido crítico e informativo le proporciona una duración escasa en comparación con otros.

Jorge Arvizu. Actor que aparece y llega a convertirse en uno de los más queridos por el espectador, pues participa en un gran número de emisiones, algunos de sus personajes han causado impacto, tan es así, que frases dichas por éstos son adquiridas por la gente.

Leonorilda Ochoa. Una de las actrices más "veteranas" dentro de la comedia, su figura y talento escénico la llevan a ocupar un lugar importante en los repartos cómicos de las series.

En los últimos años la televisión privada apoya a actrices y actores que destacan en el género cómico como Marielena Saldaña, Aida Pier, "los cachunes", Eugenio Derbés y Anabel Ferreira, que con su esfuerzo vienen a fortalecer la barra de programas cómicos en Televisa.

La televisión estatal, al admirar los resultados de este tipo de emisiones, y ante la ausencia en su programación, aprovecha la aceptación de Ausencio Cruz y Víctor Trujillo en el

programa "tienda trás tienda" y les ofrece la oportunidad en una transmisión, que con el tiempo consigue un éxito y una trascendencia como ninguna otra serie había logrado en los últimos años. "La Caravana" muestra un humor donde se aportan innovaciones, con un lenguaje distinto y que tal vez a ello se deba los resultados conquistados.

Otro cómico que aporta la televisión estatal es Andrés Bustamante, que sin un humor complicado esta por encima de otros comediantes televisivos.

Por lo tanto, como se ha podido comprobar la participación de actores mexicanos dentro del género de la comedia es abundante y significativa, logrando reformar lenguajes y situaciones con un sello muy particular.

Asimismo el comediante mexicano ha contribuido con formas verbales, así como estereotipos de ciertos personajes que logran la diversión y la risa de los telespectadores, que gozan embobados sus actuaciones.

2.3 INFLUENCIA EXTRANJERA

Los cómicos a través de los años han conseguido formar una autenticidad en cuanto al tipo de trabajo, e incluso su contribución a otros actores extranjeros es reconocida, tanto en gestos, risas, modos de caminar, vestuarios, chistes, bailes, gesticulaciones, etc. Pero los nuestros se fortalecieron y de hecho aún se nutren con el influjo de comediantes de otros países, esto en su gran mayoría fortifica las características propias de cada artista, que contribuye al más extenso conocimiento en cuanto a versatilidad, capacidad y talento al realizar su papel en el escenario.

El apoyo que pudiera existir en cuanto a imitar o tomar formas de trabajo de comediantes extranjeros, no es perjudicial, al contrario, en muchos casos ha resultado deleitoso, siempre y cuando no se realice una mala reproducción o no aparezca el ingenio y la creatividad a la hora de retomar los aspectos ventajosos, que aquel cómico lograra transmitir.

A lo largo de los años nos han llegado varios sistemas de trabajo de comediantes de otros países, los cuales son considerables. Es el cine, medio de expresión por el cual se llegan a conocer cómicos europeos y norteamericanos, que brindan gran variedad en todo lo que rodea a la búsqueda de la gracia y la ocurrencia, aunque a últimas fechas aparecen programas televisi-

vos de variedades, que conforman una escuela diferente, que tratan de vigorizar las aptitudes del comediante, para su mejor aceptación con el público.

En los apartados próximos mencionaremos a los comediantes extranjeros más sobresalientes y cuya repercusión no sólo ha sido en nuestro país, sino en todo el mundo. Se resaltan aspectos como: personalidad, movimietos, gestos, forma de vestir y algunos otros.

El cine mudo, fue el medio que proyecta a los primeros cómicos, cuando el siglo pasado llegaba al ocaso, Louis Lumière se daba gusto filmando pequeñas películas humorísticas como es el caso de "el regador regado". El cine surgió en Francia y es descubierto por Estados Unidos y claro, los primeros comediantes en aparecer son los franceses: André Deed, quien apartir de 1906 se convirtió en la primera estrella cómica, su nombre profesional "Boireau", hombre orquesta, era además del actor principal, director y guionista. Su arte se fundaba en la acumulación de gags, el empleo de utilería, las situaciones extravagantes, a pesar de que caía con frecuencia en el mecanicismo, se hallaba por inaugurar una tradición. André Deed se hizo famosos en el mundo entero; fue Gretinetti para Italia, Toribio para América Latina, Sánchez para España, a veces logró rasguñar la obra maestra. (11)

Max Linder nació en 1883 y su nivel profesional estaba garantizado por un galardón del conservatorio de Burdeos, fue el quien hizo que el cine añadiera a las consabidas persecuciones y gags, el detalle psicológico y las situaciones hilarantes. Sus primeros trabajos lo diferencian poco de sus demás compañeros, pero ya en "Max en el baño" y "Max busca novia" lo mostraron en una dimensión diferente. Linder era el prototipo de los franceses tal y como éstos eran presentados en el extranjero; era elegante, vestía chaleco de fantasía, pantalón a rayas, guantes, chistera, botines de charol y levita negra. La astuta dignidad que lo caracterizaba movía más a la risa en las situaciones en que caía. Se distinguió de sus predecesores porque casi no empleó la persecución y los pastelazos, su comicidad descansaba en la inteligente observación psicológica, la crítica de costumbres y la extravagancia de las anécdotas. Linder filmó en Hollywood y siguió demostrando su talento.

A principios de este siglo norteamérica se da cuenta de la importancia del cine y aparecen los nombres de: David Wark Griffith y Thomas Ince, precursores del cine en Estados Unidos, pero el iniciador del cine cómico en esta región es Mack Sennett.

Mack Sennett, canadiense de origen, se forma precisamente como actor al lado de Griffith. Más que un actor y director extraordinario Sennett fue un animador, fundó un estilo fresco, alegre, desatado y muy vital, empleo como nadie la acumulación de

gags, trucos y atravios caricaturescos. En sus obras fue normal que los motociclistas corrieran por hilos de telégrafo, que los automóviles pasaran por encima de los tranvías, que los cómicos cayeran de un sexto piso en un carrito de bebé y luego prosiguieran con las más inverosímiles hazañas. En sus cintas priva un desbordante ánimo festivo que correspondía en todo y por todo con el optimismo de feroces policías, los inolvidables Keystone Cops y una parvada de deliciosas bañistas.

Los ayudantes de Sennett poseían un olfato excelente para la búsqueda de talentos y en 1914 contrataron a un joven cómico inglés por 150 dolares, que después vendría a repercutir en casi todos los comediantes en el mundo, Charles Chaplin.

Charles Chaplin, nacido en un barrio londinense en 1889, sus padres eran actores y él a los veinte años, entró en la compañía inglesa Karnos, ahí aprendió los secretos de la pantomima, la acrobacia y la actuación, deseaba ser galán y sin embargo, para suerte suya y de todo el público se dedicó a la profesión que mejor coincidía con sus enormes dotes, la de comediante.

Luego de una serie de películas Chaplin encontró la figura que lo haría conocido en todo el mundo; sombrero de hongo, bigote pequeño, zapatos gigantescos, ligero bastón de caña, pantalones anchos, levita estrecha y sobre todo, un desaliñado caminar que recordaba a los gansos o a los niños pequeños. Chaplin poseído

por una melancolía aplastante y como todo gran personaje, reúne en su personalidad rasgos contradictorios; débil pero astuto, con frecuencia lo acompañaba la suerte, es tierno, generoso y también en ocasiones, cobarde y cruel, a fin de cuentas, posee el complejo entramado psicológico de los seres humanos. Sus aventuras están embuidas de un avanzado concepto de libertad y es antisocial, en la medida que rechaza las opresiones y humillantes convicciones de la sociedad de su época, su maltratada heroicidad está dirigida a recobrar la dignidad del hombre.

Otro cómico importante fue Buster Keaton, precursor de una gracia muy particular, para muchos críticos él ocupaba el segundo puesto en cuanto a comediantes y para otros nada tiene que pedirle a Chaplin. Con personajes de psicología desigual, podían ser agresivos pero tímidos en el fondo, como en el que encarno en "el soñador despierto". Un artista casi abstracto, quizá por ello muestra con evidencia brutal la dosis de lo absurdo que subyace en la vida cotidiana. Keaton colaboró con un genio imparable, aturdido e imaginativo. (12)

Un grupo de cómicos que irrumpieron con su gracia y simpatía en los años treinta fue la que conformaron los hermanos Marx, tres comediantes que aportaron trabajos distintos, con movimientos y gestos chistosos. Groucho, dotado de un avasallante poder verbal, parodiaba a los hombres de negocios y era cínico, abusivo y sin escrúpulos. Chico se caracterizó por su facilidad

para adaptarse a cualquier situación, mediante su obsesiva conducta irracional. Harpo, el más peculiar de los hermanos Marx, parece ser de otro mundo, pues sus actitudes absurdas carecen de límites. Los Marx representan el humor surrealista en esa década y algo más, donde aportaron obras altamente subversivas e impregnadas de una feroz alegría vital. (13)

A través de los años muchos son los cómicos que han gustado de trabajar en pareja y de hecho el dúo sigue vigente al momento de identificar a los artistas de la comedia, pero tal vez los más famosos fueron Stan Laurel y Oliver Hardy mejor conocidos como "el gordo y el flaco", quienes lograron interesantes obras, dueños de una gracia sin mayor complicación y pretensión, utilizaron el famoso "pastelazo" en muchos de sus trabajos y el subir y bajar muebles por escaleras se llegaba a ver con frecuencia. "El gordo" cuya tranquilidad y aparente solemnidad, se oponía a la inquietud e inocencia del "flaco", sus trabajos marcaron la iniciante decadencia de la comicidad que venía de otras naciones. Pero con el surgimiento de la televisión, nacen nuevas figuras sobre todo norteamericanas que ya sea, iniciadas en teatro o cine, llegan para entretener a un televidente que aún no se quita el asombro del nuevo aparato electrónico y la nueva opción de divertirse sin salir de sus hogares.

De la actual generación de actores de comedia ya sea de cine y televisión, podemos mencionar a : Jerry Lewis, James Belushi,

Bill Cosby, Dany de Vito, Dudley Moore, Edy Murphy, Whoopi Goldberg, Bud Spencer, Patrick Dempsey, Tom Hanks o el humor infantil de Gary Coleman en su exitoso programa televisivo "Blanco y Negro" y la comedia estereotipada de Max Wright y Ann Schedeen, que en la serie "Alf" agrupan la risa hogareña de una clásica familia americana. Mencionaremos aparte a Dustin Hoffman, que apesar de no ser un cómico, a realizado obras finas como "Tootsie" donde se le reconoce su divertido trabajo.

En resumen los comediantes extranjeros han venido a nutrir con su influjo a actores mexicanos, ya que con sus formas de trabajo, así como sus gestos, vestuarios, bailes y gesticulaciones, entre muchas otras cosas, logran enriquecer las puestas en escena de nuestros cómicos.

2.4 EL COMICO Y SU ACEPTACION

El humorista mexicano se ha valido de todos los trucos posibles para lograr la aprobación, pues los artistas incluyendo a los más refinados necesitan de las "palmas", que los motiva a la hora de pararse en un escenario y que les exige la superación de su oficio, sin él su profesionalismo y sensibilidad caen en la tenebrosa bruma de la indiferencia.

Todo cómico que se respete debe saber inspirar a través de sus personajes una respuesta a lo que es hostil externamente. La imitación o la réplica exacta del intérprete forzosamente genera un pensamiento contestatario por muy blanco que éste sea, y aunque se diga que la sonrisa es muestra de plenitud, también es prueba de enojo, de la resignación y de la tristeza.

El comediante es un cinico potencial, que se ve hundido en una guerra entre el dominio y el sometimiento. Con sus rutinas, sketches, excentricidades, gags y chistes, logra la obvia carcajada del espectador que arremete en contra del farsante y posteriormente en oposición de las personas que ha censurado. En su caracterización el cómico celebra un duelo de ingenio picaresco con la muchedumbre a la que entretiene, y de esos giros idiomáticos espontáneos y de las ocurrencias imprevistas, surgen otras situaciones que enriquecen el recurso escénico del protagonista. El farandulero obtiene tablas si aprovecha la

inventiva con público presente, quien sin percibirlo agrega sus bondades y perversiones a la personalidad de quien lo divierte, de aquí que los grandes personajes de la comicidad sean catalizadores de los individuos que ellos admiran por sus riquezas o sus incómodas miserias. (14)

El cómico, debe entender la comedia, su papel es el de alterar los valores, tiene que comprender que es un representante del público para crear un mundo propio y poseer talento para hacer creer lo que ofrece y estar consciente que no se trata de hacer reír porque sí, sino interpretar lo que está detrás de esa carcajada.

El humorista debe tener la virtud de hacer reír, encarnar prototipos y estereotipos con facilidad, poseer agudeza a la hora de agregar personajes a la imaginaria colectiva, acuñar expresiones para ofrecer un aire de movilidad a lo que es el humor social e introducir frases, ya que no es casual que sean los que se dedican a hacer reír a la gente quienes padezcan la persecución de lo establecido, de lo solemne, de lo permitido. Su hostigamiento se basa fundamentalmente a que su papel de denunciante compromete a los responsables de las funciones de la sociedad, exhibiéndolos como centro de burla colectiva.

El comediante debe comprender la autenticidad de la actuación, y tener en cuenta que el género cómico es una forma de

expresión y quién arribe a él, de cualquier circunstancia, ante todo tiene la misión de ser legítimo. Hay formas de comicidad muy forzadas o falsas, pero hay cómicos que explotan el humor y consiguen un estilo que los identifica, es fácil encontrar actores que aspiran a una comedia, pero sus intentos son frustantes, pues les falta esa chispa que contienen sólo algunos genios de la comedia.

El buen cómico debe ser aquel individuo que pierde todo concepto del ridículo, que no piense que si hace cualquier cosa, se pone ropa chusca o dice todo tipo de frases o expresiones verbales dará una imagen grotesca. El humorista tiene la capacidad de reflejar y retratar las situaciones cotidianas y retroalimentarse con el aplauso de los asistentes y así comprender las cosas que le molestan.

El actor de comedia debe sentir la expresión artística, pero también se tiene que preparar, cultivar, expandirse para poder comprenderla, y esto dependerá del nivel profesional de cada humorista, del concepto que se tenga del género, del amor al público y a la disciplina, del respeto a él mismo y a la misma comedia, pues es más serio y difícil de lo que la gente cree. No hacer reír en forma gratuita y olvidarse del humor ñoño que muchas veces aparece cuando el cómico no ha planeado sus formas de trabajo.

El humorista para poder ser aceptado por el público debe creer lo que está haciendo, hay actores que realizan comedia pensando en ser chistosos, y no, tienen que sufrir los problemas de cada personaje y en el humor tendrá la posibilidad de ridiculizar los defectos de los humanos, eso es lo simpático. En la vida cotidiana una situación chusca donde interviene un individuo, no indica que ese señor sea gracioso, sino que el momento lleva a la risa o a la carcajada. Por tanto un buen cómico debe proyectar las situaciones de sus personajes y no sólo ser chistoso.

El comediante debe ser audaz, conocer sus capacidades, recursos, facultades y todo eso aunado a una personalidad agradable, accesible, profesional, cínica, pero sin pasarse de lo que acepta el espectador, de lo que no ofende, ya que es él quien se encargará de aplaudirle o de rechazarlo.

El actor cómico tiene que gozar de mucho ángel, ser gracioso por naturaleza, pero será muy importante lo que diga, cuidar sus formas verbales, poder explotarlas de manera correcta y asociarse con un magnífico guión, que lo que está escrito sea chistoso, porque muchas veces asuntos teatrales, cinematográficos o televisivos, se salvan porque el comediante es angelado e ingenioso, por eso la fusión, tanto de idea cómica y lo que está escrito es fundamental. El humorista más que sustentarse en la leperada, en la procacidad o vulgaridad, debe sostenerse en el

ingenio, en el talento, la inteligencia y el ritmo para que pueda ser aplaudido.

El ejercicio del comediante consiste en divertir al público y una de las maneras, es desarrollar esa capacidad observadora y captar el como es el cada quien, meterse en la cabeza a la gente, indagar sus hogares, transportes, oírlos hablar, para después poder retratarlos sobre el escenario, ya que el artista se alimenta de las experiencias cotidianas que encuentra al husear al propio espectador, aunque no dejará de ser importante que el cómico sepa burlarse de si mismo.

Todos y cada uno de los cómicos tienen que poseer su personal nivel de percepción, su capacidad observadora, ritmo de trabajo, así como su propia información de la vida, para así realizar su análisis y síntesis de lo que pueden laborar y poner a disposición del espectador. Ya que él es el encargado de reprobar o admitir la obra del artista.

En México como en cualquier parte del mundo, existen actores que hacen comedia, pero también hay quien cuenta chistes, y lo perfecto en este oficio es encontrar a un verdadero actor que interprete el género, así la disciplina tendría más recursos y horizontes. El buen comediante no dejará caer nunca una comedia, pues hará uso de sus recursos y experiencias, tal vez lo escrito no sea tan chistoso, entonces improvisará un personaje llamativo,

para que en el comprendio de las cosas se vea algo logrado, a esto se nombra esfuerzo y trabajo, virtudes que el humorista deberá tener en cuenta a la hora de pararse frente al público.

Muchos piensan que el cómico "nace", y en cierto modo tienen razón, pues el tener "ángel", "la vis cómica", "algo", para hacer reír hay que poseerlo en el alma misma, pero esa virtud tiene que desarrollarse como el arte, porque el artista se pule para que tenga mayores posibilidades de presencia.

No es preciso que haya características especiales para el cómico, ya que para hacer comedia no necesariamente tiene que ser deforme. es edecir, que sea enano, gordo o un flaco altísimo no atribuye que sea chistoso. Existen individuos, hombres y mujeres, muy atractivos que hacen reír, entonces la gracia es "algo" que tiene el actor y que lo echa fuera cuando se lo propone.

El comediante mexicano se ha distinguido, por su versatilidad al momento de trabajar en los distintos escenarios como son: la carpa, el cine, el teatro, el cabaret, la radio y la televisión; y su éxito se debe al talento y sensibilidad para poder expresarse dentro de la comedia, ya que esta sigue siendo la misma, entonces el acierto radica en saber donde esta parado y distinguir a quién va encaminada su obra.

Los escenarios en los cuales ha trabajado el comediante de nuestro país varían en cuanto a técnicas, tonos de voz, lenguajes, ritmo, movimientos y espacio. En la carpa hay que observar que tipo de gente es la que asiste, ya que se tiene la posibilidad de hablarles y contestarles, alternar con ellos. En el teatro tiene que disciplinarse al libreto, a las reglas teatrales, respetar los diálogos de los compañeros y apoyarlos con reacciones cuando le toca solamente escuchar. En el cabaret también se tiene contacto con el público y eso alimenta al artista a usar un ritmo diferente. El cine son escenas que se filman y muchas veces se interrumpen a la mitad y al otro día, hay que continuar con el mismo estado de ánimo, con el mismo ambiente con que se suscitó la jornada anterior, además que se requiere de la cualidad de tener "pantalla" para proyectar ese encanto que algunos poseen por nacimiento, pues el cine es un medio más frío.

La televisión no tiene el apoyo del público presente, entonces depende mucho del oficio del escritor y el artista, quienes deben de tener muy presente que se dirigen a una masa grandísima de espectadores y como toda expresión artística influirá en el pueblo, que resentirá su mensaje y en algunas ocasiones tratará de imitar.

2.5 LA COMEDIA COMO

MEDIO CRITICO

Desde los griegos el género de la comedia ha servido para denunciar hechos, cuestionar acciones e informar acerca de las actividades sociales de los individuos, ya que si entendemos que el cómico basa su talento en interpretar en forma chusca las actividades del hombre con sus semejantes, entonces podemos observar que él nos informa de algún modo los acontecimientos que pasan alrededor de nosotros.

Con el trabajo humorístico se puede dar paso a la reflexión, sin exponer su fin principal que es el de divertir al público, pues el entretenimiento y la formación no están en conflicto, por tanto con una carcajada el espectador explota, se relaja y estalla, pero si lleva una meditación, la risa se transforma en el asunto artístico más serio.

El agudo chiste mexicano no es nuevo, al contrario, y esto se puede ver, sobre todo a partir del siglo XIX, con momentos culminantes durante el porfiriato y la revolución, por mencionar sólo algunos. Esto se reitera con la labor de cómicos que en cada sexenio enjuician y adoptan las características particulares de quien conduce su universo. (15)

La comedia es un género de naturaleza crítica, el cual ha funcionado a lo largo de la historia como un corrector de vicios, expresiones, de incomodidades y ajuste de cuentas de la sociedad con quienes la perturban. La risa cumple esencialmente la función de liberar energía contra una situación o una circunstancia adversa, especialmente cuando ésta ya no hace daño. Por ejemplo, luego de los terremotos que conmovieron la ciudad de México, los chistes empezaron a sucederse, llegando a extremos muy "negros". El mecanismo sin embargo, consistía en liberar el trauma de él burlándose de nuestro miedo y de la propia desgracia, que en última instancia ya había ocurrido. (16)

El humor no es una cosa chistosa o frívola, la verdadera comedia como arte mismo es importantísima, porque es una forma que tiene el ser humano de fingir que es libre, de sentirse irreal y poder cambiar las cosas que no pueden hacerse fácilmente. La risa es una respuesta de libertad, aunque sea simultánea o aparente, porque después de todo, es un espejo de lo que el hombre es, y tiende a hacerlo pensar.

El humor es un arte y como arte se ha utilizado para informar, pues por medio de él la gente se ha enterado o sea confundido, aunque el objetivo de la comicidad no es instruir, pero existen obras que a través de los años han conseguido diseñar contenidos de documentación, y eso a causado una obra más completa. Entonces el delinear contenidos ya sea políticos,

sociales, humanos, morales, de conducta o de carácter, traerá una producción que divierta y que al cavilar se halle más interesante.

El hacer comedia es un asunto serio, aunque el resultado sea una risa, es lo inverso de la tragedia, y si un melodrama nos ofrece un conocimiento, entonces la comedia nos lleva a ese conocimiento, pero a través de una carcajada. Lo divertido del humor es dar a la realidad otra posibilidad y perspectiva.

La risa cambia progresivamente a la par de la imaginación humana, es un hecho que el humor de un período histórico se encuentra plenamente definido a partir de las convulsiones, valores e ideas de sus hombres. Sin embargo, al margen de su localismo especial y temporal, los cómicos guardan una línea de identificación eterna: el señalamiento de los excesos como punto de partida a la crítica amable, aceptada o no. (17)

Las historias cruzadas y paralelas del fenómeno de la comicidad y el humor nacional, de un pueblo satírico y alburero, que se ríe de la muerte y de sí mismo, que se preocupa con severidad por difundirse. La comicidad mexicana, tanto en el cine, teatro y el medio más poderoso en nuestros días: la televisión, se acerca hacia un destino donde el cómico, el escritor y el mismo público se encargarán de crear su propia diversión.

En resumen la comedia es un género de naturaleza crítico, el cual ha funcionado a lo largo de la historia como un corrector de vicios, expresiones de incomodidad y ajuste de cuentas de la sociedad con quien la perturba. Podemos mencionar que el humor ha sido aprovechado para criticar e informar las actividades del hombre, por lo cual es un medio que se puede utilizar como vía educativa, con la intención de modificar o reafirmar conductas y aprovechar esa riqueza que la carcajada y la risa nos ofrecen.

N O T A S

- 1) De la Garza Alejandro, **El Nacional**, "la comicidad es una arma caliente", 29 de octubre de 1991, página 11.
- 2) Gustavo Suárez, **El Día**, "virulo: entre la comicidad y el humor". Virulo (humorista cubano, actual director del Centro Nacional de Producción del Humor en Cuba). 16 de junio de 1992, página 7. suplemento Generación Noventa.
- 3) Olivera Valencia, **Revista de Revistas**, " las carpas en México", número 4190, página 39.
- 4) Neri Eduardo, **Cuestión Social**, "la revista", verano otoño 1989, número 15, página 66.
- 5) López Manuel, **Revista de Revistas**, "aquellos teatros jacalones", número 4189, página 42.
- 6) IBIDEM.
- 7) Valencia Oliverio, **Revista de Revistas**, " las carpas en México", número 4190, página 39.
- 8) IBIDEM.
- 9) López Manuel, **Revista de Revistas**, "aquellos teatros jacalones", número 4189, página 39.
- 10) Gómez Raúl, **Revista de Revistas**, " la carpa o desvanecimiento de la risa", número 4189, página 44.
- 11) Siete, "el cine cómico", número 88, página 50.
- 12) IBIDEM.
- 13) IBIDEM.

14) Gómez Raúl, Revista de Revistas, " la carpa o desvanecimiento de la risa", número 4189, página 44.

15) Guerrero Gilberto, Tiempo, "renacimiento del humor crítico", 13 de septiembre de 1991, página 4.

16) IBIDEM.

17) Gómez Raúl, Revista de Revistas, "la carpa o desvanecimiento de la risa", número 4189, página 44.

CAPITULO 3

PEQUENA PANTALLA Y COMICIDAD MASIVA

La televisión mexicana avanza paralelamente a los cambios tecnológicos que enfrentan las sociedades modernas, sin embargo mucho de lo conseguido no ha sido en beneficio para la población, ya que este desarrollo del que hablamos fue alcanzado por procedimientos nada recomendables, ya que ha manipulado y enajenado a un telespectador, que al ver que tenía una nueva forma de diversión en su hogar, considero que al pasar varias horas del día frente a su pantalla podía encontrar un método sano de esparcimiento. Sin percibir que se enfrentaría a una acelerada difusión ideológica.

Desde su nacimiento, la televisión en México tuvo como eje principal el entretenimiento, por lo que las primeras emisiones fueron enfocadas en ese sentido, aunque pronto se comprobó que este medio comunicativo representaba un instrumento alterno de información, educación y manipulación.

La pantalla casera en nuestros días ofrece prototipos del trabajador, del adolescente, de los niños, los deportistas, de los artistas y claro de los padres de familia, además de ser un

poderoso vehículo del cual se apoyan comerciantes para infiltrar sus productos. No obstante se le ha dado un uso educativo, que apesar de que no es extenso, es aprovechado como instrumento valiosos de información (cuando este se emite sin censura y control por parte de quien maneja los noticieros y la cultura).

En el presente capítulo se analiza uno de los géneros de mayor participación en la pantalla mexicana: los programas cómicos. En especial los que aduce Televisa, sin embargo se aprovecha la ocasión para mencionar que en los últimos años la televisión del estado a competido con sus propias emisiones humorísticas con resultados muy significativos y novedosos, lo que ha hecho que este grupo retome el auge y aceptación del telespectador.

3.1 EFECTOS MASIVOS DE

LA TELEVISION

La palabra televisión suscita apasionadas controversias y opiniones cuando se le cuestiona acerca de la labor desempeñada como medio de comunicación. Constituye el más poderoso medio informativo para las masas en nuestros días, pues se ha convertido para muchos de sus espectadores como un mito y para otro sector, constituye la forma más enajenante y manipuladora.

Quienes basan éxito y progreso en su afección al dinero, consideran a la pequeña pantalla como un esplendoroso vehículo de negocios, artistas, literatos y cantantes, ven en ésta una posibilidad de trabajo socialmente prestigioso. Las élites políticas y las clases dominantes le temen, por eso mismo, tratan de adueñarse de su movimiento aportando grandes sumas de dinero, con tal de someter y subordinar su voz.

El hombre de la calle maldice muchas veces al día la televisión, la insulsates de su contenido, la mediocridad de sus programas, el sectarismo de sus mensajes, pero es evidente que deja transcurrir varias horas al día de su preciosa vida con sus pupilas clavadas en el aparato electrónico. Los profesores suelen desaconsejar a sus jóvenes alumnos, aunque paralelamente este medio de comunicación moviliza importantes recursos, pues logra

agrupar a la familia a través de un serial o de una telenovela. Une y separa, informa y manipula, transmite conocimiento o siembra estupidez, educa y alienta, distrae y aburre.(1)

Hoy en día, la importancia de la televisión en la vida social de la población en nuestro país es tal, que podemos enfocar su desarrollo analizando los efectos y funciones de este instrumento de comunicación. La pequeña pantalla nos mantiene informados de lo que ocurre en el mundo con una instantaneidad que supera a todo lo conocido en el pasado, y sobre todo el sistema audiovisual nos permite un contacto directo de las realidades nacionales. Desde esta perspectiva parece evidente que la gente casi inevitablemente se entere de los acontecimientos más sobresalientes de la nación.

Con el beneficio de la pantalla casera, el público se acostumbra a enterarse de lo que sucede en el mundo del espectáculo, los deportes, la cultura, conoce mejor a los demás pueblos y naciones y sigue con interés los avances científicos o misteriosos.

El avance de la televisión en la sociedad mexicana es un hecho que debemos de tomar en cuenta, para bien o para mal, casi la totalidad de los hogares posee un televisor. Este aparato electrónico está creando un fenómeno social bastante complejo y eficaz, por eso resulta natural que se pueda considerar a este

modo de expresión como un competidor ante los que ya existían antes que él, especialmente el teatro, el cine, la radio y la literatura, aunque también podía considerarse como una extensión, si tomamos en cuenta que podemos ver en la pantalla chica películas de cine y obras de teatro.

La forma de operar de la televisión no se diseña improvisadamente, ya que, no es casual que ofrezca musicales, telenovelas, noticieros, programas cómicos, deportivos, etc. Pues en cierto modo la pequeña pantalla es la industria del espectáculo y la dueña del ocio.

Decir que la televisión posee ciertas funciones, tal vez quiera sostener que simplemente para comprender la relación que se establece entre emisiones y telespectadores, hay que preguntarse primero lo que éstos buscan en los programas y que satisfacciones pueden aportar a su público, eso está bien. pero si vamos a una suposición de que cada televidente capta tal emisión porque de ella espera una satisfacción, lo cual probablemente resultaría inexacto en muchos casos, pues se podría evidenciar que la miraba sencillamente porque aparecía después de otra, o bien por recomendación de su esposa o cualquier miembro de la familia, o incluso porque no tenía mejor cosa que hacer en ese momento. (2)

La pequeña pantalla ofrece programas ideales, héroes, pistoleros, gánsters, grandes eventos musicales y deportivos, además de facilitar una información elaborada de los acontecimientos del mundo, la novela sentimental, la risa nefasta y los personajes con la ropa de moda, para dirigirle mediante una publicidad la reafirmación de su postura como consumidor.

Al proyectar escenas de violencia, la televisión puede impulsar a los jóvenes a la delincuencia, pero también se pueden evitar esas distensiones juveniles, tal como lo hacían los griegos con su teatro antiguo, donde criticaban y denunciaban las actividades de los individuos.

Como bien ha dicho el sociólogo McLuhan : "el medio televisivo no es un procedimiento cálido, sino un medio frío, sin solemnidad, cotidiano, susceptible de dominarse por el espectador; esta situación tan paradójica hace, sin embargo que sea poderosamente influyente en el ánimo del telespectador. Su carácter trivial de entretenimiento cotidiano y familiar, que no exige en ningún momento emoción e interés, hace que poco a poco, sin que la gente se dé cuenta, vaya imitándole y acabe conformándose con la forma de ser del espacio televisivo".

La televisión contempla a la mujer, como a la principal consumidora de detergentes, electrodomésticos, vestidos, perfumes, etc. Y como compradora de gracias femeninas

suministradas en forma de consejo -- incluso recetas de cocina-- por medio de lo que llamamos espacios femeninos de las televisiones. Es evidente que la mujer es una gran telespectadora, sobre todo cuando se encuentra en esa edad "creativa" comprendida entre los quince y los cuarenta y cinco años. Pocas mujeres de las incluidas en esas edades desconocerán la pantalla casera. Un hermoso espejo será la televisión para el sexo femenino, pues se verán a sí mismas por medio de esas presentadoras que lucen complicados y llamativos peinados, aderezos y ornamentos caprichosos. (3)

Aquel domingo al medio día, a las doce en punto, cuando esta a punto de empezar el encuentro final de un torneo de fútbol, las calles de la ciudad se quedan vacías, y ni que decir de algún mundial de esta disciplina deportiva, donde nuestro país se juega más que un sólo partido, donde las casas, los bares, las mismas oficinas o en cualquier mueblería donde se consiga un televisor donde observar el acontecimiento, montones de cabezas quietas, como hipnotizadas, destacan frente a la luz y el sonido; de vez en cuando, un rumor, un movimiento brusco y otra vez la inmovilización.

Aunque, no está aquí la verdadera razón del imán tremendo que sobre los hombres ejerce la televisión. En este caso es el deporte lo que conduce a las multitudes, y el aparato electrónico no sirve más que de ayudante o fuerza secundaria.

La actitud normal del individuo frente al televisor es postura suelta, flexible, hogareña, el usuario sabe certeramente que lo que se produce en la pantalla no tiene demasiada importancia (salvo en un evento importante como deportivo, musical o trágico), es una cosa que sirve para sobrepasar el aburrimiento de todos los días, aunque eso sí, una cosa cómoda, que no exige para el contemplador nada, ni el más mínimo esfuerzo mental, ni una postura determinada del cuerpo, es algo que se interpone entre la mirada del hombre y el infinito. El telespectador no se siente extravertido hacia la televisión, sino en actitud de libre disposición de ánimo, su mirada clava aburrida sobre la pantalla y sus sombras, sabiendo que nada extraordinario va encontrar.

La televisión como medio de comunicación masiva sirve para opinar, entretener, informar, impartir cultura y como vehículo ideológico, acerca distancias y tiempos, crea imágenes y produce sueños. La pantalla casera modifica conductas, apesar de que se diga que con sólo apretar un botón se evita su influencia. A pasado a "formar" parte de la familia, pues con alguna emisión de interés la llega agrupar como cualquier "padre" que convoca a sus hijos.

Lo que está fuera de toda duda es la rotunda presencia del mensaje televisivo en el acontecer cotidiano del hombre contemporáneo. Hace que pocos puedan escapar a su influjo

(benéfico o maléfico), y que frente a la descarga ideológica que hostiliza el pensamiento, se deba contraponer una despierta actitud crítica. Ello motiva a divulgar las enseñanzas y fomentar las inquietudes que permitan a las nuevas generaciones el poder servirse de tan fabuloso medio para transmitir conocimiento, sembrar entretenimiento, difundir cultura o para ser simple emisario de su espectáculo.

3.2 TELEVISION OTRA MANIFESTACION CULTURAL

Para entender como expresión cultural a la televisión, hay que partir del concepto de que este aparato electrónico es un moderno medio de comunicación de masas, este hecho implica reflexiones subsiguientes, como por ejemplo: que las transmisiones responden a las exigencias de una información costosa, organizada, rápida y transitoria, destinada a una gran masa heterogénea y analógica, con fines fundamentales como entretener, informar y educar.

Las formas masivas de difusión abarcan un campo de influencia psicológica muy extensa, lo que ha permitido a casi toda la población a diferenciarla de otros vehículos ideológicos como la familia o la escuela. La televisión se dirige a un público que los sociólogos califican de extenso y de heterogéneo, pero no es anónimo, sino analógico, es decir, no es un espectador indiscriminado, confuso e incontrolable, sino tipificado, preseleccionado y conocido, al menos en sus características generales de grupo.

La forma persuasiva de la televisión ha creado un carácter de uso por el cual el medio sirve a ciertos intereses, que no son los del espectador. Las definiciones de la educación y culturización, específicamente con la curiosidad del receptor. El

provecho cultural en la pantalla casera puede ser definido como aquél que intenta servir las necesidades del televidente, proporcionándole rendimientos precisos, aunque desde luego, el beneficio educativo será subjetivo dependiendo de la capacidad de retención.

Los medios masivos de comunicación (la radio, el cine, periódicos, la televisión, etc.) aparecen en el contexto social como formas y métodos de diversión, esparcimiento, educación y cultura, ya que así los manifiestan los sectores que los detentan y encubren el reverso de estos aparatos (a través de ellos se difunde publicidad que produce consumo excesivo, para fortalecer una sociedad capitalista).

Para el mundo de los negocios y la industria, la televisión es un instrumento de publicidad, pero para otro grupo, es método de transmitir saber; es un invento para llevar riqueza cultural a regiones populares; es un mecanismo para aumentar la eficiencia de la escuela, la familia y los libros; es una forma de comunicación asombrosa, donde su aplicación educativa ha adoptado variadas formas que van desde las instrucciones individuales, la cultura inconsistente o hasta la aplicación de las llamadas tele-secundarias o espacios universitarios.

La pantalla casera como aparato cultural, aunque escaso, ha sido plenamente comprobado en calidad de instrumento

significativo de apoyo familiar y social. El televidente espera que la televisión le divierta y distraiga, pero algunos escritores se han valido de métodos de información y reflexión para enlazar el entretenimiento con el mensaje cultural educativo. La pantalla chica es un recurso didáctico, sin el menor propósito de substituir a la escuela o los libros, si se utiliza de manera apropiada puede contribuir al mejoramiento de conductas y pensamientos en nuestra población.

En general, se estima que la televisión al penetrar y acaparar la personalidad del sujeto receptor en lo que ésta tiene de más íntimo, desgasta los valores del racionalismo y universalismo, y favorece por el contrario los que conduce al compromiso individual, a la profundización de uno mismo y al particularismo.

Hay que advertir que el espectador de la televisión educativa, muestra un considerable índice de disponibilidad por recibir un mensaje que coincide con la línea y sentido general de sus intereses. Este encuentro por añadidura, no es fortuito, como ocurre de ordinario en los mensajes de cualquier tipo de televisión no específica, sino razonable y voluntaria. El principio fundamental de la pantalla casera educativa, es el que exige que sus mensajes se integren plenamente en el cuadro general de un proceso cultural, plenamente seleccionado y planificado.

La televisión educativa es de un sistema concreto y específico, ya que es una acción que se aprovecha para la formación del individuo, el cual exige un control y evaluación de sus propios resultados, esta medida no sólo afecta al propio espectador, sino al propio sistema de televisión, que en virtud de que los resultados, se orienta para modificar sus emisiones en su intento de lograr una mayor eficiencia. El contenido de su mensaje debe estar plenamente identificado con el televidente al que va destinado, para una adaptación perfecta de sus necesidades individuales, esos mensajes tienen que estar relacionados con su actividad humana.

Se puede resaltar que la televisión es un poderoso medio de información, cultura y entretenimiento a disposición de las masas, aunque hay que aceptar que la televisión no es por ningún lado el único instrumento educativo, y por lo tanto estaríamos en un error tratando que este aparato electrónico culturice totalmente a nuestra gente. Pues hay que tomar en cuenta que el aprendizaje es una actividad fundamentalmente operante de participación, de creación y de personalización.

La televisión ofrece una serie de valores capaces de vitalizar la actividad del hombre, pues acciona como fuente de interés y participación, si es controlada directamente por el escritor, ya que él conocerá los riesgos que implica un mensaje

cuya estructura y ritmo estarán condicionados en tratar de informar y orientar. El mensaje televisivo brinda la posibilidad de disponer de imágenes que cumplen con la función de documentar y enriquecer, ya que muestra una oportunidad de crear personajes reales, que actúen de modo actual y auténtico, que encarnen valores respetables en la comunicación educativa.

Como medio de comunicación de masas, la televisión esta comprometida con la actualidad, no sólo refleja la noticia, sino que es capaz de crearla y así su mensaje puede llegar a muchos lugares, sin distinguir los sectores sociales, sexos o edades, su público es extenso, heterogéneo y anónimo. Entonces la influencia de sus impactos y la magnitud de su audiencia permiten cumplir con las exigencias de una igualdad de oportunidades en materia cultural.

Se ha sostenido que el planteamiento educativo televisivo no consiste en proyectar el presente y el pasado sobre el futuro, ni hallar fórmulas de compromiso para la solución de continuidad entre ellos, sino que es una atenta observación del pasado y el presente, para deducir de ello una estrategia para el futuro. La televisión como manifestación cultural tiene como objetivo de todas sus acciones concurrentes la formación del hombre, pero no es posible concebir la formación exclusivamente a base de elementos exógenos, es indispensable la participación activa del destinatario de ese mensaje. (4)

Un mensaje educativo debe ser radicalmente operativo y esencialmente relativo, es decir, debe responder a unos objetivos claros y definidos, condicionados para el análisis real de las necesidades verdaderas del hombre. Es importante este aspecto de claridad, pues los mensajes educativos pueden ser frecuentemente confusos, por eso es preciso que el propósito o intención de los contenidos sean claros. La televisión no ha sido capaz de adaptarse a las presiones ideológicas y económicas, su acelerado desarrollo no ha producido suficientes opciones a los estudiosos para experimentar y analizar sus alcances y efectos verdaderos.

Los programas de animación educativa, responden al intento de un desarrollo comunitario, es un concepto integrador, tiende a enriquecer las relaciones sociales y a crearlas donde prácticamente no existen, modificando sin cesar las condiciones de libertad hacia el progreso, multiplicando las posibilidades de elección e incitando a los adultos a la responsabilidad comunitaria. Las emisiones televisivas forman parte de la acción concreta, la recepción es colectiva, la motivación, participación y explotación del mensaje responden a las peculiaridades de los conglomerados. (5)

Existen experiencias en la televisión que han demostrado ya la posibilidad de un doble objetivo, entretener y divertir, donde el vocabulario visual lleva una intención de informar, para

lograr una comprensión de las situaciones por las que atraviesa el país, pues la pantalla casera haciendo uso de la imagen y el sonido puede ir despertando las actitudes y capacidades del ser humano.

Los medios de comunicación de masas modernos vienen reclamando su cabida a los sistemas educativos. En los últimos años han aparecido obras que hablan ya de una "ciencia de imagen". La televisión como medio informativo para las masas, debe estar presente sin duda con sus peculiaridades y sus exigencias en el planteamiento educativo y cultural, pero sería minimizar su función seguir hablando de ella como "escuela paralela", en educación no debe ni puede haber líneas paralelas, sino rasgos convergentes hacia un producto final y único: la formación del hombre.

La pequeña pantalla es un medio capaz de aglutinar y coordinar a una gran conglomeración y su utilización como vehículo educativo podría tener un gran impacto, además de un servicio para facultar a los sectores sociales sin distinción alguna, pues la imagen es capaz de materializar ideas abstractas, asimismo es una técnica que permite la observación directa de fenómenos que suceden a gran distancia; el valor documental de sus múltiples utilidades de la imagen significa una aportación de mayor interés para el progreso del acto cultural.

3.3 ANALISIS DEL MENSAJE

Al mensaje se le puede definir como el significado profundo de toda obra artistica o a la aportación personal de un escrito, que conlleva a facilitar una información. Se dice que el medio contribuye al mensaje y lo estructura por las imágenes que produce.

El hombre moderno está constantemente bombardeado por una serie de mensajes que en apariencia sólo lo distraen, lo entretienen o lo divierten. Esta concepción implica, sin embargo la autonomía de contenido en los mensajes, acierto que no cuenta con fundamentos científicos ni racionales. El contenido de los mensajes responden a los intereses específicos de quienes poseen los costosos equipos de emisión (rotativas, estaciones de radio y televisión).(6)

La emisión de un mensaje no responde de una sola persona, sino se fabrica colectivamente, en la actualidad no hay producción impresa de radio, cine, o televisión en que la elaboración no esté sometida a presiones económicas, y el creador (director de cine, radio y televisión o incluso el escritor) sólo es un coordinador de aportaciones que depende de la imagen que de él forman los publicirrelacionistas o de las sugerencias del camarógrafo o del experto en sonido, según el caso.(7)

Daniel Prieto Castillo, define el mensaje como: "un instrumento fundamental en el proceso de comunicación, ya que en él se plasma y se expresa la intencionalidad del emisor". Prieto Castillo afirma que en todo proceso de elaboración de mensajes para la televisión comercial, se incluyen los siguientes elementos: diseñador, códigos, lo diseñado, medio y recursos, perceptor, referente, marco de referencia y formación social.

El diseñador debe estar bajo las órdenes de la empresa, para que responda a sus intereses en el diseño de los mensajes; los códigos: son las reglas de elaboración y combinación de elementos de un lenguaje y deben permitir la comunicación entre individuos de una formación social común; lo diseñado: es un conjunto de signos que apartir de códigos conocidos por el diseñador y el receptor, llevan a éste último una información; medios y recursos se refiere a los medios por el cual se va ha llegar a la población; el perceptor: es un individuo o un grupo que pertenece a una formación social; el referente: es un dato ofrecido al percepto, es el significado del mensaje; el marco de referencia: es la comprensión de una experiencia, es una valorización inmediatea de la realidad; la formación social: económica, ideológica y política. (8)

El diseñador debe saber a que tipo de público esta destinado el mensaje desde la selección del tema. Así incitará a ser aceptado por el perceptor.

Programar el mensaje significa proyectar la respuesta ajena, o al menos intentarlo. Para ello la retórica desarrolló a lo largo de los años una serie de recursos que actualmente aparecen con toda claridad, en los mensajes de comunicación masiva. Un mensaje es de estructura autoritaria cuando, mediante un exceso de redundancia en los signos que incluye, busca proporcionar una información, y sólo una al perceptor. El factor redundancia es capital en todo proceso de comunicación autoritaria, ya que su presencia puede hacer que el perceptor malinterprete o lo haga de una manera no prevista por el emisor.

Las formas de redundancia son verbales: palabras que refuerzan a otras; icónicas: imágenes que repiten lo ya explícito en otras imágenes; mixtas: palabras que refuerzan imágenes y viceversa. La redundancia consiste en una actuación de lo ya evidente para no dejar escapatoria al receptor y darle sólo una oportunidad de interpretación. Tal recurso aparece en cualquier tipo de mensaje (autoritario o no), pero la diferencia estriba en la dosis que incluimos de signos para asegurar la comprensión.(9)

La televisión tiene como tarea principal, la de difundir y reforzar permanentemente. La función de los mensajes de estructura autoritaria es difundir y reforzar permanentemente estereotipos de toda clase, los medios dominantes tienen primordialmente esta tarea. Si entendemos por estereotipos a las

generalizaciones de la existencia (positivas o negativas, extremas o no, falsas o no), en las cuales hay una dosis más o menos fuerte de emotividad, hay que analizar cómo esas generalizaciones aparecen en los mensajes, la estereotipación se trata de la calificación de los personajes o situaciones que el emisor hace mediante la elección y la combinación de signos.

La gran mayoría de los mensajes televisivos se caracterizan por la evaluación que ya viene ofrecida al perceptor. No se presenta a una mujer, sino a una mujer adjetivada, calificada, con una evaluación ya ofrecida, de tal manera, que uno no sólo reconozca un ser sino que acepte su apelativo. En realidad es casi imposible dar mensajes sin esta consideración, pero otra vez la cuestión estriba en la dirección de ese título, con el que el análisis de la situación social pasa nuevamente a primer plano.

El mensaje de la televisión nunca presenta situaciones concretas, con todas sus contradicciones, con todo lo que implica una real comprensión, sino situaciones empobrecidas por generalización. Se opera mediante una parcelación de lo referencial, pero a la vez se pretende que esa versión de lo colectivo tenga validez universal. Que ese ser (esa caricatura de ser) es realmente un ser y representa a todos los que se le parezcan o queden englobados en sus características. Así se ha difundido de una manera incesante el estereotipo del artista, del científico, del policía, por mencionar sólo algunos de los que

plagan los programas televisivos. (10)

La televisión puede distorsionar y transformar el material que ofrece, por la forma que lo presenta, y aunque sería equivoco sugerir que la no transparencia de un medio conduzca necesariamente a reflejos deshonestos de su material temático, la forma de presentación es por cierto una influencia importante en la recepción del mensaje. Todo mensaje para que pueda ser comunicado eficazmente por la pequeña pantalla o por cualquier otro procedimiento, debe ser volcado en términos que susciten interés y las técnicas empleadas a ese fin de la comunicación humana no son exclusivamente verbales. Sin el complemento de inflexiones de voz, expresión facial, postura y todo un sistema de gestos y de señas no verbales, perfeccionado a través de generaciones de práctica. Las destrezas no verbales son esenciales para el proceso de comunicación y con ello el mensaje fracasa o se mantiene. (11)

La liberación de mensajes resulta evidente, basta encender cualquier aparato de televisión para comprobarlo. La oferta es mucho mayor de lo que puede soportar todo individuo normal y está dirigido más bien a cubrir todo el tiempo posible, en especial el correspondiente a la familia y el esparcimiento. Este exceso de circulación de mensajes se funda necesariamente en un abuso de materia signifiicante que poco y nada aporta de significados.

Los mensajes aparecen como una segunda realidad, a veces más fuerte que la realidad misma, su autonomía les viene de su presencia de estar ahí, en todas partes, rodeando, informando, valorando, incitando. Aun cuando ciertos mensajes son atribuidos a ídolos popularizados (cantantes de moda, deportistas, etc.) ellos aparecen también bajo la forma de mensajes. El ídolo es un mensaje que propala mensajes, es presentado en una forma esquematizada como lo que surge de él. Aquí sí, un mensaje remite a otro en una infinita cadena.

El emisor es un influenciador dentro de los parámetros de la información colectiva. Ser emisor a través de los medios significa convertirse en un influenciador, lo sepa o no, quien desarrolle tales actividades.

El emisor de los mensajes comprendidos en la información social, no es nunca tal o cual escritor o periodista, el emisor es siempre el grupo social al que representan, para la cual trabaja la gente que se alude.

Cuando afirmamos que el informador es un influenciador, nos referimos concretamente a esos diferentes grupos sociales que tienen posibilidad por su inserción en el aparato productivo, de incidir en los integrantes de su propia clase o en otras. El difusor de mensajes viene a constituir la expresión de grupo, el

vocero del mismo, con todos los matices que se quiera, y en algunos casos, con una cierta autonomía relativa que permite tocar límites de control, que el grupo emisor impone a través de mensajes que van en pacto con sus intereses.

3.4 HUMOR EN LA PANTALLA CASERA

Los programas cómicos en México principian en la década de los cincuentas, casi al mismo tiempo que la televisión, la cual es deudora de la carpa, del teatro de revista y la radio. Todas estas expresiones artísticas nutrieron de estilos, maneras de actuar y personajes a la pequeña pantalla.

Provenientes de la radio llegaron a la televisión y se convirtieron en pioneros de la comicidad, personajes como Arturo Manrique, el famoso Panzón Panseco y su cuadro de actores; Lucila de Córdova "Domitila"; Omar Jasso "Mocosón" y Pedro de D'aguillón entre otros. Llevaron con ellos, de la radio a la pantalla casera "una comicidad verbal" prácticamente sin movimientos corporales, en donde los chistes, los juegos de palabras y las historietas que hacían reír a los radioescuchas, simplemente se "ilustraban" con escenografías para poder ser presentadas como espectáculo televisivo. Era como suele decirse, una "radio por televisión", en la que el espectador no se perdía de mucho si cerraba los ojos y decidía seguir la trama sólo a través del audio. (12)

Del teatro de revista (después de haber surgido en carpas) llegaron a la televisión cómicos cuyo pasado, era sobre todo, de " excéntricos musicales ", esa especialidad del espectáculo teatral y carpero desarrollada por actores que lo mismo cuentan chistes, dialogan con sus compañeros o con el público y por su puesto ejecutan a veces con virtuosismo, uno o más instrumentos

musicales (el excéntrico, además, para efectivamente parecerlo, viste de modo estrafalario, exagerando alguna parte de su atuendo: saco demasiado chico o excesivamente grande, gorra o sombrero que contrasta con el resto del vestido, etc.). A esa extirpe correspondió antes de su ingreso a la televisión, Gaspar Henaine, "Capulina", quien se inició en un trío y luego pasó al grupo de los "Trincas" que a finales de los cuarentas tocaba Boogie y a mediados de los cincuentas rocanrol.

Los grandes ausentes de la televisión fueron los cómicos de cine, salvo Joaquín Pardavé, que alcanzó a hacer un poco de televisión antes de su muerte. Los grandes que no se integraron fueron "Cantinflas", "Tin-Tan", "Resortes" y "Clavillazo". Este conjunto de influencias y de ausencias definió las características que tendrían durante muchos años los programas cómicos. (13)

En las siguientes líneas se reseña de que manera surge el humor en la televisión, hasta transformarse en lo que actualmente conocemos como emisión cómica. Se va mencionando año por año la aparición de las transmisiones, quiénes fueron sus actores principales, que tipo de humor realizaban, cuales eran los estereotipos de los personajes y en que canales y horarios aparecieron.

Los programas cómicos en la televisión nacen junto a los de variedades, se considera que el nacimiento del humor televisivo aparece en el programa "Variedades del medio día", de Pepe Castillo, que se transmitía por canal 2 en 1954, de 13:30 a 14:30, donde surgen los primeros actores televisivos como : Héctor Lechuga y Manuel "Loco" Valdez, donde prácticamente los actores los limitaban a narrar chistes, con escaso movimiento.

En 1955 aparece "Fernando Soler y sus comediantes" un programa donde la actriz Beatriz San Martín y Miguel Manzano entre otros trataban de divertir a un público que observa asombrado el comienzo de una nueva forma humorística; esta serie muy similar al teatro de revista se transmitía de las 21:30 a 22:30 horas, por canal 2. Los actores siguen demasiado estáticos al momento de ejecutar sus sketches.

La serie "Revista musical Nescafé" que se transmitió en 1956, presentaba a cantantes como Flor Silvestre y en cuanto a cómicos aparecieron "Viruta" y "Capulina", junto con "Manolín" y "Shilinsky". Se emitió de 21:00 a 21:30 por canal 2. Este programa no varió mucho de los anteriores, conservó la idea del humorista alternando con las o los cantantes.

En 1958 brota a la pantalla "Variedades de media noche" en canal 2, se proyecta en un horario muy diferente al que se venían transmitiendo los programas anteriores: 23:15 a 0:15. Aparece

"Kipi" Casados como animadora y al actor Chucho Salinas se le eleva como el "nuevo cómico televisivo". Salinas promueve un humor más pícaro en comparación al que venían ofreciendo en la televisión, con lo cual consigue la aceptación del espectador, aunque los movimientos al momento de actuar no aparecen aún.

El canal 4 en 1960 transmite un programa diferente a los que se venían realizando: "La hora del imitador", es un concepto en el cual "Tilin" y demás cómicos invitados tratan de divertir a la gente con parodias restrictas a ciertos personajes de esa época. Comienza a las 22:30.

En 1961 canal 2 manifiesta los programas: "Chucherías", que se transmite de 13:30 a las 14 horas, donde Chucho Salinas y Héctor Lechuga, ya con cierto éxito como cómicos televisivos, empiezan a crear formas de actuación; de 16:45 a 17:15, por el mismo canal la risa y los juegos de Bozo el payaso dan comienzo y con ello el personaje circense acapara la pantalla; a las 20:30 horas, comienza la media hora de "Cómicos y Canciones", donde Mona Bell conduce la emisión tradicionalista, en la cual los cantantes se turnan con los cómicos.

En el año siguiente se transmiten los mismos programas, tal vez lo más señalable, es el cambio de horario de "Cómicos y canciones", de 20:00 a 20:30 por el mismo canal, esto debido quizás a que con la participación de "Viruta" y "Capulina"

(parodia del "gordo y el "Flaco") ésta emisión consigue mayor acogida por el espectador. Este par de cómicos realizan un humor simple sin mayor complicación, sin embargo conquistan el gusto del público.

En 1964 en un horario de 21:00 a 21:30 por canal 2, aparece "Estrellas Palmolive", con Manuel "Loco" Valdéz, el cual aporta nuevos elementos corporales, especialmente dancísticos. Este actor empieza a ser parte inseparable de la pantalla casera. En este año el canal 4 compite con el "Espectáculo", donde "Panzón Panseco" y su cuadro de actores utilizan una "risa radial" de 20 a 20:30 horas; y una hora después "Sonrisas Colgate" proyecta a los "Polivoces", donde Eduardo Manzano y Enrique Cuenca, inician con su comicidad televisiva.

La novedad en 1965 es "operación ja...ja.." en canal 2, con Manuel "loco" Valdéz, la diferencia con su último programa sólo reincide en el cambio de nombre y horario, pues se transmite de 16:30 a 17:30.

En 1966 el argentino Raúl Astor presenta una emisión de variedades en "la hora de Raúl Astor" apartir de las 20:30 horas. El humor es escaso ya que el actor sudamericano carece de movimientos y sólo se limita a un trabajo de presentador, con algunos chistes muy oídos.

El rocanrolero Cesar Costa aparece en 1967 con el "mundo está loco", Cesar lleva a la pantalla chica el humor que en cine explotaron los cantantes de los sesentas, su programa era visto de 20 a 21:00 horas.

El canal 2 en 1968 emite "Miércoles Musical", programa donde "Pomponio" y "Kikaro" cuentan sus chistes y se ríen de ellos mismos, a partir de las 20 a 20:30 horas, estos cómicos cuentan con un abundante experiencia en la radio.

Los actores Julisa y Enrique Álvarez Félix, en 1969 comparten el programa "Panorama Cómico" que se emite de 9:30 a las 10 horas por canal 2. Esta pareja conserva los rasgos cómicos que se han venido desarrollando en los últimos años.

Con el inicio de la década de los setentas, el género cómico televisivo tomó un auge considerable, con la aparición de numerosos programas que pasaron a ser el entretenimiento de un espectador ya acostumbrado a las sesiones de diversión y humor que ofrecía la pantalla casera. Héctor Lechuga y Alejandro Suárez, provocan la risa en "Sábados alegres" que se transmitía de 21:30 a 22 por canal 2. Mientras que los lunes a partir de las 15:20 a 16:15, "Pomponio" y "Kikaro", junto con León Michel y Veronica Castro realizaban "Buenas tardes buena suerte".

También en 1970 surge un programa en canal 2, que con el

paso del tiempo se transformaría en uno de los de mayor reconocimiento e influencia en el espectador: "La criada bien criada", donde María Victoria, Alfonso Zayas y Joaquín García "Borolas", colaboran en invertir el papel de una sirvienta que le ordena hasta al dueño de la casa. En este mismo tiempo el grupo de actores de mayor proyección televisiva integra en el mismo canal, la serie "La cosquilla", Héctor Suárez, Raquel Olmedo, Raúl Astor y Chela Nájera, entre otros, hacen que los viernes de 20 a 21 horas el público busque pasar la noche menos extenuado. El canal 5 compite con un programa cómico musical, donde intervienen "Pomponio" y "Kikaro" en "Picotasos" que de 19:30 a 20 Horas desarrollan el humor insistente de sus trabajos anteriores.

En 1971 el canal 8 promueve al actor y escritor Roberto Gómez Bolaños en su incipiente carrera televisiva, en el programa "Chespirito y la mesa cuadrada", que se transmite durante media hora a partir de las 21:00. El canal 2 continúa con sus aportaciones, y ahora son dos las series que comienzan: "los beverly de peralvillo", inicia con Leonorilda Ochoa y Guillermo Rivas, donde el lugar común es el barrio y los personajes son de tipo popular con lenguajes simples y graciosos, se transmite de 20:30 a 21 horas. El otro programa es "Ensalada de locos", con Alejandro Suárez y Héctor Lechuga, con un humor más desarrollado, sobre todo de Lechuga, que empieza a destacarse entre los actores de esos tiempos, su emisión tiene un horario de 22:30 a 23 Horas.

En 1972 aparece en canal 2 "Cotorreando la noticia", con Héctor Lechuga y Chucho Salinas de 15:15 a 15:30. Mientras que el canal 8 acapara el espacio humorístico con tres series: el cantante Enrique Guzmán se lanza como actor cómico en "Bartolo" los martes de 21 a 21:30 horas; los viernes Gómez Bolaños escoltado por Carlos Villagrán, Florinda Meza y Ramón Valdéz entre otros, se consolidan en "Chespirito" de 20:30 a 21 horas; al terminar surgen "Los polivoces" con Enrique Cuenca y Eduardo Manzano, actores que crean personajes que son identificados con prontitud por el espectador.

En 1973, canal 2 sigue con su costumbre de proyectar nuevas emisiones y aporta "El programa de Manuel Valdéz" un cómico musical de 22 a 22:30. Además vuelve Kipi Casados con Chucho Salinas y Alfonso Zayas en "Kipi Cosas" los jueves de 20:30 a 21 horas. El canal 8 al comprobar el éxito de Chespirito transmite el "Chavo del 8", "El chapulín colorado", y el "Ciudadano Gómez" los lunes, miércoles y viernes de 20:30 a 21 horas. También este mismo canal proyecta los jueves en el mismo horario "Las aventuras de Capulina", con Gaspar Henaine.

El único programa novedoso sobresaliente de 1974 es "Fábrica de Sonrisas", en canal 8 de 20:30 a 21 horas. En 1975 aparece Sergio Corona y José Galvez en "Hogar dulce hogar" de las 20:30 a 21 horas por canal 2. Lo señalable de 1976 es el cambio de canal (del 8 al 2) de Roberto Gómez Bolaños y sus personajes. A parte

de la participación de Eduardo Manzano con "El show de Eduardo II" en canal 2 de 21:30 a 22 horas.

En 1977 el canal 2 lanza el nuevo payaso televisivo "Cepillín", con Ricardo González, vestido más formal en comparación con aquel Bozo de hace algunos años. También surgen las "Suegras" por el mismo canal, los viernes de 20:30 a 21 horas. Este programa es preámbulo de "Las comadres" que aparecen en el mismo día y horario pero de 1978, año donde la serie con formato de dibujos animados "Cantinflas Show" es la aportación graciosa e informadora de este período.

El canal 2 en 1979 aporta tres nuevos programas: "La carabina de Ambrosio" con Alejandro Suárez, Benito Castro, Cesar Costa y Javier López "Chabelo" entre otros actores; "El mundo de Luis de Alba", cómico que logra una penetración considerable en el telespectador; y el tercero de este año es "Mi secretaria" con Lupita Lara y "Pompin" Iglesias, como elenco principal. Sus transmisiones son de 20:30 a 22 horas.

Al comenzar la década de los ochentas, Chucho Salinas y Héctor Lechuga empiezan su trabajo en la televisión estatal (canal 13) con "Cotorreando la noticia". Canal 2 aporta nuevamente a María Victoria con un humor similar al de hace años en "Mis huéspedes". Por lo que toca al canal 4 proyecta "Ensalada

de locos" en un horario de 20:30, con Manuel Valdéz y Alejandro Suárez.

En 1981 la aparición de este género se da los sábados con el "Show del loco", con Manuel Vadéz y Mauricio Garcés, un programa cómico musical. Un año después en canal 2 surge la serie con el concepto de un grupo preparatoriano: "Cachún cachún...ra,ra" emisión que acaparó la atención sobre todo de la población adolescente, inició en un horario de 20:30 a 21 horas.

En 1983 canal 2 conforma su barra de programas cómico con "Chiquilladas", el humor de Carlos Espejel y Benny Hoffman llena la pantalla; "Dos mujeres en mi casa" con Macaria y Jorge Ortiz de Pinedo; "Mi colonia la Esperanza" donde Arturo Alegre, Héctor Ortega y Polo Ortín utilizaban barrios como escenarios; "No empujen" con Raúl Astor, en el que lo atractivo reincide en las guapas mujeres que intervienen.

En 1984 Cesar Bono esta en la pantalla de canal 4 con "La hora feliz con cómicos y canciones" apartir de las 18:00 horas. Por lo que toca a canl 2, regresa María Victoria en "Las chabmas de Paquita" y la televisión estatal proyecta a Oscar Cadena y una nueva generación de actores en "Cámara Infraganti". En 1985 los cómicos de la "Carabina de Ambrosio" cambian, ahora son Luis de Alba y Jorge Arvizu los protagonistas.

En 1986 es año de nuevos cambios en el género cómico, aparecen "Las aventuras de Lenguardo" donde el actor Alfredo Alegría (que salió de Chachún Cachún...ra,ra) tiene una participación muy breve; "Chispas de chocolate" promueve el humor "negro" de Zamorita y Veronika, que nace y se desvanece rápidamente; "Cosas de casados" con Arón Hernán y Aida Pierce; "Salón de belleza" con Amparito Arozamena; la nueva versión de "Mi secretaria" con Marielena Saldaña y Flor Trujillo y por último "Qué nos pasa" con Héctor Suárez, considerado como el más exitoso y con mayor número de espectadores en los últimos años en este género televisivo.

En el subsecuente año son lanzadas por canal 2 emisiones nuevas: "Pírruris presenta" con Luis de Alba; "Las solteras del 2" en donde Marielena Saldaña y Leticia Perdigon comparten actuaciones; "Nosotros los Gómez" tratando de rescatar el éxito cinematográfico de Fredy Fernández y "Chachita", así como el "Hospital de la risa" con Aida Pierce y Amaparo Arozamena. Todas se transmitían en los horarios ya identificados de 20 a 23 horas.

En 1988 canal 2 proyecta a Jorge Ortiz de Pinedo en "Doctor Candido Pérez"; "No se rian que es en serio" con Luis Barón y Alfonso Dávila; "Papá soltero" (aunque cabe aclarar que todavía esta en duda si forma parte del género cómico) con Cesar Costa; "Anabel" con Anabel Ferreira. En este mismo tiempo la televisión

estatal consigue competir con Ausencio Cruz y Victor Trujillo en "Tienda y trás tienda" programa de variedades y diversión.

Con el comienzo de la década de los noventas canal 2 crea la "Epoca de oro" otra nueva y breve emisión. Pero es el canal estatal quien aporta los programas más exitosos como: "El guiri guiri" de Andres Bustamante y "La caravana" con Ausencio Cruz y Victor Trujillo, que crean personajes con carisma que salen de lo cotidiano los domingos de 22 a 23 horas.

En 1991 lo novedoso correspondió a la serie "Los comediantes", donde se presentaban cómicos de la televisión privada en forma de cabaret, se transmitía de 22 a 22:30; "Andale" con Francisco Estanley y Benito Castro, en un horario Vespertino y "Todo de Todo" con Alejandro Suárez y Cesar Bono, que se proyecta de 20:30 a 21 horas.

Héctor Suárez en abril de 1992 presenta su nuevo programa humorístico "Verdad o fixión?" en Imevisión, que empezó a transmitirse los martes de 22 a 23 horas. Esta serie tiene el objetivo de compartir la noticia y la información cotidiana con el público en la calle, en nuestra casa o en el trabajo, ya que como el actor señala todos somos potencialmente una noticia.

Se considera oportuno mencionar que con el cambio de programación del canal 9 en 1991, se reviven una serie de

programas de este género (tal vez Televisa lo hace para economizar), que nos permiten ver cómo ha ido evolucionando el tipo de transmisiones y hacer juicios sobre el humor exhibido por cada cómico. Este canal empieza a repetir la risa y el chiste, con lo que se adquieren muchas limitaciones.

El humor televisivo extranjero se ha hecho presente en la pantalla mexicana a través de los años, series norteamericanas como: "Mister Ed", "La familia Adams", "La isla de Gilligan" y los "Mounstruos", son algunas de las emisiones que han llenado los hogares de nuestro país. Hasta el Japón a exportado, pues la transmisión "Señorita cometa" es ejemplo de ello.

Actualmente canal 13 en su programación contempla series como "Alf" donde se estereotipa a la clásica familia americana, acompañada del humor de un "extraterrestre", y "Los años maravillosos" donde se maneja una diversión didáctica.

3.5 FORMA Y CONTENIDO

En este apartado el objetivo será contemplar en que forma son transmitidos y que contenidos manejan los programas cómicos de la televisión mexicana, al hacerlo aclararemos, que para empezar el medio no se debe entender como el mensaje, ya que uno es el modo de emisión, donde se respetan tiempos y métodos, y uno más es lo comprendido en las series televisivas.

Las series humorísticas no han variado mucho en cuanto a formas de emisión, si tomamos en cuenta que desde sus primeras apariciones la mayoría tuvo una duración standar de 30 minutos por serie, aunque algunas por el éxito conseguido han detentado una permanencia de 60 minutos, pero habrá que aclarar que desde sus inicios fueron patrocinados por productos de consumo (como la totalidad de series de entretenimiento en la pantalla) quienes les permitían su vigencia entre el espectador.

El horario de transmisiones de este género televisivo, es regularmente entre 20:00 a 21 horas, de lunes a viernes, ya que van dirigidos a varios sectores de la población, pero sobre todo a los más populares, aunque varios cuyos contenidos se han manejado como más críticos o que por su concepto, los dirigentes los asignan en calidad de series para adultos, tal vez por atribuirles una idea más suprimida, fueron y son producidos después de las 22:00 horas.

La publicidad ha sido compañera inseparable de las series cómicas y de la televisión en general, en los años cincuentas algunas hasta el nombre del producto aparecía en el apelativo del programa. Los famosos comerciales tienen ya una identificada presencia sin lugar a dudas en los hábitos televisivos del espectador.

El producto mercantil ocupa alrededor de un 30 por ciento del tiempo de duración de una emisión, aunque en ciertas oportunidades su porcentaje se incrementa. El tiempo de cada comercial en la televisión mexicana es de cerca de 20 a 30 segundos, y si tomamos en cuenta que cada corte de una serie tarda aproximadamente 2 minutos 30 segundos, esto quiere decir que observaremos de cinco a seis comerciales por pausa, y si agregamos que existen cuatro por cada 30 minutos, en tal caso miraremos cerca de 20 a 24 anuncios publicitarios por intervalo de media hora.

En cuanto a producción, con los avances tecnológicos se reforzaron básicamente los procesos de fabricación. El videotape y el apuntador electrónico trajo como consecuencia una novedosa forma de trabajo. El grabar programas se aprovecharía para tener mayor manejo en diálogos, chistes y situaciones que el cómico pudiera narrar. La dependencia del apuntador electrónico por muchos actores, origina que se desmerite su labor de actuación y si el comediante está limitado, el trabajo histriónico decae, lo

que conduce a que las series se desvaloren a pesar de que los chistes llegaran ha ser divertidos, muchas son identificadas como obras intrascendentes y repetitivas.

En relación a estos adelantos Victor Fox (escritor de series como la "Criada bien criada" y las historias de "Kaliman") ha declarado: "cuando no habia video se trabajaba en vivo, en el foro, era ciertamente una odisea realizar cada semana un programa, pues sin el apuntador ni la ventaja que concede la utilización del videotape, habia que trabajar detrás de la escenografía, donde expertos maquillistas se encargaban de transformar el personaje".(14)

Por otro lado, explicar la forma de actuación de los actores que participan en esta series de televisión, comentar sus adelantos o regresiones es un asunto que inquieta, pues habrá que reconocer las distintas modificaciones que han presentado en cuanto a sistemas de actuación. Desde las primeras emisiones humorísticas donde el cómico alterna con cantantes, o se hace acompañar de uno o más instrumentos musicales, para tratar de conseguir la risa del espectador. Varios son los actores que sólo narraban sus chistes, uno trás otro, sin preocuparse de un movimiento corporal y mucho menos de intentar diseñar un sketch cómico. Tiempo después entran a la televisión la mayoría de los humoristas carperos que aportan nuevas formas de trabajo como: el sketch, la actividad corporal e incluso un mejor empleo en cuanto

a tonos de voz (habilidad que desarrollan de modo refinado por haber estado con el público presente).

En cuanto a la censura que existe dentro de los programas cómicos y sobre todo en la televisión comercial, es un asunto que se ha venido manejando de manera estricta, ya que actualmente no se pueden pronunciar algunas palabras, porque se considera atentar contra el lenguaje. Eugenio Derbez ha manifestado: "todos los mexicanos pobres o ricos, de alguna forma hablamos caló, y siento que hay que ponerle un alto a la censura en la televisión, pues la poca calidad de las series humorísticas no es culpa de los escritores, ni mucho menos de los actores. Sinceramente, vemos poca comicidad en televisión (a no ser por las repeticiones del canal 9), por culpa de la censura, por un lado y la falta de libretos por otro. Eugenio explica que, en ocasiones los actores improvisan cosas de doble sentido que a la gente, en un momento dado, pudiera sonarle fuerte, pero no son fuertes, lo que pasa es que esa gente no está acostumbrada a oír en la pantalla chica nada que no sea absolutamente y totalmente blanco. Francamente, son cosas absurdas que no entiende. Cuenta por ejemplo, que el otro día en Anabel se le ocurrió un chiste, que dijo en plena grabación, y se rió la gente del staff; sin embargo, al momento de editar la grabación le cortaron las risas espontáneas y frescas y le metieron, en su lugar, risas grabadas.

En Televisa los cómicos nos sentimos maniatados, pues ya no nos permiten salirnos de los libretos, en "Anabel", el esfuerzo

que realizamos todos los actores, es de verdad extraordinario, pues hay muchas trabas y la comparación es inevitable, y pudiera ser que en Imevisión por eso triunfan Víctor Trujillo y Ausencio Cruz, quienes están brindándole al espectador un humor diferente. La gente prende el televisor y ve algo distinto, se ríe porque es un humor fresco, es el gag que se le ocurrió al actor en ese instante y lo expone, incluso se escuchan las carcajadas del staff que contagian a la vez. En la pantalla casera ya no podemos poner a un policía que se ha dormido o cosas por el estilo, que suceden en la vida real, y hasta se ha prohibido vestirse con el uniforme del policía, porque se considera una burla para la corporación.

La frescura es, justamente, lo que le falta a la comicidad en televisión, que debe luchar contra su propio acartonamiento y contra la censura misma, si es que desea salir adelante".(15)

La televisión es el medio de comunicación masiva más importante en nuestro país, donde millones de televidentes "se nutren" de información, entretenimiento y cultura. El esfuerzo de algunas gentes por realizar programas educativos y desenajenantes, se ve minimizado ante la enorme cantidad de series ingenuas, que son finalmente a las que está acostumbrado el telespectador.

Los programas cómicos como medio de comunicación masiva, representa una enorme fuerza de modelación social, nacen con la

finalidad de entretener y divertir al espectador. Su capacidad de penetración como medio informativo, como portador de un mensaje los convierte en uno de los elementos de lo que se ha dado a llamar "cultura de masas" y por ello mismo en un componente de difusión y penetración de ideologías por parte de la televisión mexicana.

Y es que esta cultura de masas no es tal, sino más bien le llamaríamos "subcultura para las masas", subproducto portador de un contenido panfleto, que busca lograr una asimilación de parte de los sectores populares particularmente. La gran mayoría de series humorísticas son identificadas de gozar de valores ajenos que embelesan al telespectador.

Las emisiones humorísticas en México, tienen gran difusión por ser populares y abiertas, pues permiten riquezas en temas de entretenimiento y diversión, aunque han sido cuestionadas de ser utilizadas como instrumento de manipulación y manejo ideológico.

El género cómico televisivo ha estado presente en las programaciones de diversión, prácticamente desde el nacimiento de la pantalla casera. Numerosas son las series que se han transmitido, hecho que logró acaparar un considerable auditorio para convertirlos en productos populares, pero también es cierto que son de los programas más debatidos por su estructura, así como por el deteriorado humor que manejan.

Ante este asunto Victor Fox ha afirmado: "los intentos de la televisión por realizar un humorismo diferente han fracasado, por la sencilla razón de que los escritores no crean nuevas situaciones cómicas, si el cómico lleva un buen script, puede ser el mejor comediante del mundo (salvo casos aislados como la Caravana)". (16)

Es evidente que las series humorísticas influyen en conductas y lenguajes en la población, aunque algunas personas piensen que esta repercusión se da sólo de manera superficial, y lo que está comprobado es el que el ser humano es un imitador por naturaleza ya que adopta frases y comportamientos, y si bien el autor o el artista no se proponen un influjo, éste aparecerá en los telespectadores que ven "agraciados" la pantalla chica.

Cual ha sido la verdadera risa de las series cómicas; crear personajes afines a una sociedad capitalista y consumista; el fomentar estereotipos dudosos, es decir, que se le impida al actor hacer crecer a los personajes o no se le deje desarrollar toda su capacidad, que lo mantienen "preso" en una frase de latigillo o un chiste sin sentido.

El crecimiento de un comediante pocas veces se da en un personaje limitado y maniatado a un diálogo inconcluso y en muchas ocasiones fuera de contexto, el cual es significativo ya que éste permite vaticinar las travesías de los personajes. Al

actor lo han encasillado en papeles jocosos que le impiden acrecentarse.

Sus lugares comunes cambian, las vecindades se transforman en condominios, los mercados ahora son las supertiendas y las ropas desgarradas se transmutan en sacos y corbatas o vestidos elegantes. Las carcajadas grabadas o risas de fondo en la televisión privada son ejemplos de lo restricto de sus sketches y de la necesidad de una alterabilidad que tal vez en Televisa nunca se llegue a producir.

Enjuiciados de fomentar la falta de madurez de los adultos y de impedir la inventiva de los niños, los programas cómicos han tenido un contenido poco creativo, donde sus limitaciones se muestran permanentemente, a pesar de que varios intentan a través de esfuerzo y trabajo aportar opciones que se reducen por la terrible saturación de series flojas y de mal gusto, que lo único que consiguen es la carente identidad del espectador.

Aparentemente llenos de una candidez, los programas cómicos en su generalidad, han sido cuestionados de portar una cultura contraria a la nuestra; al presentar personajes veleidosos y carentes de imaginación. En varios casos se han presentado los famosos héroes con poderes inocentes o graciosos, pero jamás han conseguido producir una reflexión a la gente.

Entonces es bueno hacer un juicio de la capacidad de penetración de las series cómicas, porque este género puede ser utilizado como medio de información y reflexión, donde al individuo se le presenten hechos e imágenes reales que lo sensibilicen con un humor crítico y sagaz.

3.6 COMICIDAD A MANERA CULTURAL

La comicidad como instrumento cultural ha sido plenamente demostrado, desde la época de los gringos, la comedia ha servido para informar, denunciar y criticar. Los programas cómicos forman parte consustancial de la televisión mexicana, si partimos de la idea de que todo lo que se ve o se oye es cultura, entonces afirmaremos que este género televisivo genera un modelo educativo no formal, que el televidente recibe aunque el actor o el escritor no se lo propongan.

el concepto cultura, incluye todos los conocimientos e instrumentos que utilizamos para relacionarnos con el medio natural y social. Usada así, cultura siempre se maneja en plural: las muchas y diferentes culturas que coexisten, se transforman y cambian. La diversidad cultural es un hecho de la realidad. Las culturas se crean y recrean permanentemente por su propia dinámica y por la interacción entre ellas. Muy poco, o casi nada, permanecen fijo, lo mismo entre culturas que superficialmente consideramos y que suponemos en vertiginoso cambio, que entre aquellas que arrogadamente calificamos de tradicionalistas y que suponemos conservadoras o estáticas. (17)

El género humorístico ha desarrollado personajes que han demostrado un lenguaje perfectamente compatible con la crítica no panfletaria y con la exposición de contenidos educativos, si bien

no necesariamente es su objetivo, pues estas series de televisión nacen con el propósito de entretener y divertir.

En algunos casos se ha tratado de aprovechar la enorme capacidad de penetración de las series cómicas, para transformarlas en un medio portador de mensajes informativos, en instrumentos didácticos, en vehículos para rectificar conductas e incluso alternativas de una realidad. Rodolfo Rodríguez ha manifestado en relación a esto: "en Chachún chachún ra...ra procurábamos ya cuando la transmisión tuvo un rating bastante alto, que por medio del humor y la diversión se educara principalmente a los niños y a los jóvenes, porque dentro de las aventuras que teníamos, existía un mensaje didáctico, una enseñanza que dejábamos al adolescente. (18)

En algunos trabajos, la comicidad televisiva intenta transmitir valores y están retomando una manera de cultura, al presentar personajes de un pueblo identificado con ellos, donde recrean una metáfora que forma parte de la gente, y si la adoptan afianzan su propia ideología.

Este género televisivo puede plantear funciones culturales y educativas tendientes a buscar el desarrollo del conocimiento en los mexicanos, cuyos contenidos promueven la realidad de nuestro país y presenten un espectáculo cultural que sirva para orientar. En relación a este asunto podemos mencionar la declaración de

Alen Pérez, productor que trabaja en la televisora angelina y que en colaboración con el Centro de Protección Legal y la Agencia de Investigaciones y Mercadotecnia Hispana (Spanish Research and Marketing), han presentado una serie de programas con la participación del actor mexicano Héctor Suárez. "Suárez muestra la realidad a la que enfrentan los inmigrantes, creemos que sus personajes podrán orientar a los inmigrantes latinos que desconocen los derechos cuando se internan a este país. El mensaje es fácil de entender y servirá para advertir y educar a los trabajadores ilegales que temen ser deportados o explotados por sus patrones, ya que no saben que están protegidos por leyes estadounidenses. Es un programa diferente, dedicado a tratar en forma divertida la realidad angelina en que vivimos a diario. (19)

La comicidad en forma cultural es un camino conjunto y simultáneo de liberación social educativa. Esta labor consiste en transformar la cultura de masas en una cultura de la población, creada por y para la gente. Para que exista una serie con mensaje cultural, debe haber un buen guión, pues este se ha dejado en manos de actores y productores y ellos no tienen que ser necesariamente guionistas. La emisión debería tener elementos muy sociales, contemporáneos, de nuestra idiosincrasia para que la gente se asemeje con él.

La comedia es una manifestación del arte, en ningún momento se le puede considerar como género menor. Por lo cual; se puede

utilizar para que las personas reflexionen, se pongan vacunas, aunque no es el fin de los programas cómicos, sin embargo una obra con contenido cultural divierte, porque hace pensar e interesa lo que ofrece.

La comedia en forma cultural, es la risa inteligente, el humor social y político es el que aporta a la gente y la motiva a un juicio. Los elementos de un buen programa deben ser, un excelente actor, que lo que este escrito sea sobresaliente y que no se subordine la esencia de entretener por el afán de educar.

N O T A S

- 1) Soler Illoenc, **La televisión**, Colección medio de comunicación en la enseñanza. Pág.9.
- 2) Cazeneuve Jean, **El hombre telespectador**, Colección punto y línea. Pág.45.
- 3) Rodríguez José María, **Los teledictos**, Editorial Laica. Pg.73.
- 4) García Jiménez Jesús, **Televisión educativa para América Latina**, Editorial porrua. Pág.18.
- 5) IBIDEM
- 6) Toussaint Florence, **Crítica de la información de masas**, Editorial trillas. Pág.81.
- 7) IBIDEM
- 8) Prieto Castillo Daniel, **Elementos para el análisis de mensajes**, México, Ilce. Pág. 19.
- 9) Prieto Castillo Daniel, **Discurso autoritario y comunicación alternativa**, Editorial Edicol. Pág. 119.
- 10) IBIDEM
- 11) Baggaley John P, **Análisis del mensaje televisivo**, Editorial Gustavo Gily. Pág. 20.
- 12) Mejía Barquera Fernando, **El Nacional**, suplemento dominical, sección días de radio y televisión, "comicidad clasista y humorismo regañón". Pág.9.
- 13) IBIDEM

14) García Javier, **El sol de México**, "la televisión requiere un nuevo tipo de humor": Víctor Fox". 29 de enero 1992. Pág.1 Espectáculos.

15) García Javier, **El sol de México**, "alto a la censura en televisión, Exige, Eugenio Derbez". 18 de febrero de 1992. Pág. 1 Espectáculos.

16) García javier, **El sol de México**, "la televisión requiere un nuevo tipo de humor: Víctor Fox:". 29 de enero de 1992. Pág. 1 sección espectáculos.

17) Harman Arturo, **El Día**, semanario el gallo ilustrado, "la diversidad cultural es un hecho de la realidad". 1 de marzo 1992. Pág. 5.

18) Véase anexo. Entrevista con Rodolfo Rodríguez.

19) Nota, **El nacional**, "inicia Héctor Suárez un programa de televisión angelina". Pág.3. Sección espectáculos, 2 de marzo de 1992.

C A P I T U L O 4

U N A P R O P U E S T A

El presente capítulo responde al intento de una propuesta dentro de los programas cómicos en la televisión mexicana, que aporte un contenido de entretenimiento, pero a la vez funcione como medio educativo no formal respetando las formas de transmisión, horarios habituales e incluso el lapso de media hora de duración, que es el tiempo estándar de cada serie, ya que éstos están establecidos y han sido aceptados por el telespectador. El objetivo de esta labor es poder diseñar un humor informativo que desarrolle la percepción crítica de manera masiva, sobre todo a nivel popular.

En la actualidad la televisión forma parte de nuestra vida moderna y ya es hora de que este medio electrónico tome realmente en cuenta las necesidades e intereses de los televidentes.

El ofrecimiento de aportar un contenido educativo en los programas humorísticos, parte de la premisa de considerar a este género televisivo con una desmesurada capacidad de penetración como medio de comunicación, y por ello en un elemento de difusión portador de mensajes ideológicos que bien podrían servir para fortalecer las aptitudes de la población en México.

Si bien es cierto que las emisiones cómicas han estado presentes en la pantalla casera casi desde su nacimiento, situación que logra retener el gusto del espectador, también es verdad que son de las series más enjuiciadas por su estructura y contenidos.

hay que mencionar que los programas de humor en México permiten momentos de diversión y entretenimiento, por lo tanto se estima que sus mensajes bien podrían adquirir un tono educativo que asista a la población, pues si una serie lleva a la reflexión, ésta será interesante y atractiva para el televidente.

El género humorístico ha desarrollado personajes que han demostrado un lenguaje perfectamente compatible con la crítica y con la exposición de contenidos didácticos, y si bien no es necesariamente el fin de estas series de televisión, si se pueden difundir emisiones que entretengan y de una manera quizás inconsciente proyecte un mensaje informativo al espectador, ya que si no es así, el público lo puede rechazar. En tal caso es preciso tomar en cuenta que en el mensaje no se subordine la esencia de divertir por el afán de educar.

En resumen, al realizar un análisis de la capacidad de penetración de las series cómicas como medio de comunicación masiva, se debe a la pretensión de utilizarlo como medio de información, donde el individuo se le presenten hechos e imágenes

reales, a través de un lenguaje popular que lo sensibilise con un humor crítico e ingenioso.

reales, a través de un lenguaje popular que lo sensibilise con un humor crítico e ingenioso.

EN BUSCA DE UN MENSAJE ALTERNATIVO

En nuestros días, la programación de la televisión mexicana en su mayoría conducen a la población a pensar en torno a ejes como el consumo, los deportes y el espectáculo; en cambio, las emisiones de reportajes, mesas redondas o noticieros, están minimizadas por los primeros. Este aspecto ha motivado a realizar esta propuesta, que gira a ofrecer una variación en los contenidos que han venido funcionando dentro de los programas cómicos en la pantalla mexicana, ya que se ha comprobado que la comedia ha sido utilizada como medio revelador de hechos y proyectos.

La búsqueda de un cambio de contenidos se debe a que nuestra sociedad necesita que sus miembros estén informados de los sucesos de su nación, porque la población requiere de una información veraz y oportuna de la realidad, y que en gran parte, podría darse en el medio de comunicación con mayor penetración que existe en el país, como es la televisión.

Antes de empezar a describir nuestra propuesta de lo que llamaríamos un mensaje alternativo dentro de las series cómicas en la televisión mexicana, consideramos pertinente el mencionar de manera breve que significado encierra el concepto alternativo, porqué hablamos y qué es lo que esperamos de él. El empeño por incluir en esta investigación la opción de un mensaje cuyo

contenido pueda entretener, pero a la vez pueda informar y hacer reflexionar al televidente; se basa en la idea de que el humor y la educación no están en rifa, ya que como se mencionó en capítulos anteriores, la comicidad ha servido para denunciar aspectos de una verdadera realidad nacional.

Qué es un mensaje alternativo?, si por ello entendemos en primer lugar que es "la opción entre dos cosas", elección de una en lugar de otra; y en segundo término, es aquel que se opone al predominio de un mensaje conservador, y por último, cabe decir que es un mensaje disyuntivo frente a otro tipo de misiva, con características y estructura propia, que tendría como fin el ser aprovechado por los distintos sectores (económicos y/o políticos) de nuestra población, sobre todo por los más populares.

Como citamos en líneas anteriores, la intención es proponer un contenido diferente aceptando las formas comerciales, ya que como nos referimos previamente éstas están establecidas y el modificarlas no es nuestro fin, incluso la aceptación del tiempo standar de 30 minutos, son reglas instituidas por la televisión mexicana (ya sea estatal o privada) y que bien o mal tenemos que admitir.

Es pertinente referirnos en primer término al nombre de nuestra propuesta y habrá que señalar que esta será una serie semanal con una duración aproximada de seis meses, es decir de

veinticuatro programas, esto con el objetivo de adecuarla a los requerimientos de la televisión mexicana.

N O M B R E

El título del programa se llamará: "Va de nuez", se eligió este apelativo por ser una frase popular, que bien podría considerarse como un apócope de "va de nuevo", aunque no precisamente lo sea, pues si bien es cierto que se suprime una letra, también se altera el penúltimo fonema. Esta es una expresión utilizada en forma graciosa y que en significado coloquial expone la repetición de alguna situación, esto pensando en que dicha serie tocaría temas de actualidad, sobre todo aquellos que le inquieten a los sectores populares, ya que se tiene considerando que los mismos hechos que viven a diario estos grupos se verían retratados en la emisión.

En esta propuesta se contempla utilizar en forma esencial un lenguaje popular, para la mejor aceptación del público, ya que al espectador se le facilita la retención del mensaje y le proporciona una situación más divertida. por otro lado se utilizarán primordialmente los mismos lugares comunes donde viven y conviven nuestros personajes (barrios suburbanos, mercados, escuelas, etc.).

En el siguiente apartado se realiza una sinopsis, donde se

menciona al personaje principal resaltando sus aspectos generales, así como los asuntos que coadyuban a visualizar la idea de la propuesta.

S I N O P S I S

El personaje central de la serie es un niño de doce años, el cual vive en un barrio de la ciudad de México, lleva el nombre de "Zeferino", vive con "Mario" su padre; "Juana" su madre; "Toña" su hermana más pequeña; y "Neto" su abuelo. En el colegio convive principalmente con sus compañeros y amigos de su misma edad: "Beto", "Quique", "Chely" y "Luisa", además de padecer a su profesor "Hipólito".

"Zeferino" tiene la particularidad de poseer un pensamiento como adulto (esto tratando de conseguir un trastrocamineto de valores, para lograr un mayor desarrollo dentro del género de la comedia), es decir, aunque se desenvuelve dentro de las actividades de un infante (escuela, juegos, etc.), él tendrá una capacidad crítica muy acrecentada y por lo tanto podrá comentar los problemas urbanos más típicos como: dificultades escolares, transporte, aumentos de precios, alimentación, vivienda, medio ambiente e incluso opinaría acerca de las labores de los sindicatos, las dependencias y la administración pública federal.

Además pensando en la censura de la pequeña pantalla se

suprimiría el referir nombres propios de cada funcionario. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el manejo de esta información no se debe realizar de una manera agobiante, sino de forma chusca y que el empeño de informar no someta al fin de divertir, porque hay que dejar claro que esta serie no se propone dar consejos o tener un matiz autoritario; ya que todo televidente tiene derecho a pensar lo que le sea sensato y él sintonizará su televisor con la idea de pasar un momento de entretenimiento.

A continuación presentaremos la psicología de los personajes de nuestra serie con el fin de que se pueda divisar algunas características.

PSICOLÓGIA

ZEFERINO: Es un niño de doce años, delgado, de cabello caído y largo, de ojos color oscuro y grandes, una peculiaridad que lo identificará es una camisa clara con una raya vertical en medio y el portar comúnmente una libreta. Él tiene un pensamiento parecido al de un adulto, tendrá una capacidad crítica muy acrecentada y podrá comentar problemas típicos de la ciudad de México.

MARIO: Es el padre de Zeferino, es un señor flaco con lentes, de mostacho pequeño, de ojos chicos y oscuros, usa ropa

desalineada, tiene un puesto de frutas y legumbres en el mercado de un barrio suburbano. El es un ser retraído, que le toma demasiada importancia a las cosas insignificantes, además de consentir a sus hijos, en particular a Luisa.

JUANA: Madre de Zeferino, de confección enflaquecida, de mediana estatura, con melena frondosa, de ojos oscuros y grandes, tiene el rasgo de usar suéters holgados y por otra parte gusta de ver la televisión y la radio. Es una mujer que le preocupa atender a su familia y que sus hijos retomen las sugerencias de los medios electrónicos ya mencionados.

TORA: Es hermana de Zeferino, es el miembro más pequeño de esta familia, usa lentes al igual que su padre y una de sus peculiaridades es utilizar las calcetas más arriba de las rodillas. Es dicharachera y consumista de todos aquellos artículos que según reflejan la moda.

NETO: Abuelo de Zeferino, de cabello y bigote cano, de cuerpo encorvado y caminar lento. Neto bebe en muchas ocasiones, pero es una persona que gusta del diálogo, sobre todo con sus nietos, le complace hacer comparaciones acerca de los tiempos de hoy con los de la época de su juventud.

HIPOLITO: Es el maestro de la escuela de Zeferino y sus compañeros, flaco y alto con una mirada autoritaria, de ojos

pequeños y oscuros, de cabello ensortijado, al cual los niños le apodan "la crisis" esto en referencia a su confección delgada. Hipólito es un ser solemne que se preocupa por enseñarles lo mejor posible a sus alumnos, pues le preocupa la situación escolar mexicana.

BETO: De cabello corto, de ojos grandes y oscuros, es de cuerpo obeso, bajo de estatura y poseedor del tono de voz más grave entre sus compañeros de colegio. Beto es negligente y pesimista, siempre busca desagradar a sus amigos, para que acepten que el mundo esta cada vez peor y no tiene caso hacer algo por él.

CHELY: De ojos color café claro, de cabello lacio, largo y negro, se caracterizará por ser una niña muy ordenada y cumplida con sus deberes, tanto en su casa como en la escuela, es simpática y creativa, posee un encanto para agradar a otras personas.

QUIQUE: De nariz pequeña, de cabello rizado y de ojos grandes y oscuros, gusta de usar ropa holgada, es flaco y con un caminar que denota tener mucha prisa. Quique es muy imaginativo y precipitado, lo que en muchas ocasiones provoca la risa de sus compañeros.

LUISA: Es rubia, de cabello lacio y largo, con ojos color verdes, con ropas muy aseadas, el prototipo de una niña bonita. Luisa es insolente e incomprometida con todas las actividades educativas,

ya que a ella le interesa ser una artista famosa, pero sin que tenga que prepararse para conseguir su meta.

Por otro lado, hay que mencionar que antes de cada corte a comerciales, aparecerán los personajes de nuestra serie, pero en forma de dibujos animados, interpretando pequeños sketches

cómicos, esto con el fin de llamar la atención de los infantes, pues este tipo de caricaturas han tenido gran acogida a lo largo de los años.

A continuación presentaremos el argumento de nuestra serie cómica que tiene como principal objetivo el entretener y divertir a la gente, pero además intenta impartir situaciones educativas como son las de informar y hacer reflexionar al televidente, tratando de hacerlo participe de los hechos que suceden a su alrededor, aunque de una forma chusca y graciosa.

Nuestro argumento lo presentamos en varios sketches cómicos donde se informa al televidente de distintos sucesos y las diferentes actividades de varios personajes. Los sketches se deben adaptar al tiempo de duración de media hora de los programas humorísticos de la televisión y considerar el tiempo de los productos comerciales que es alrededor de nueve a once minutos, asimismo algunos de los sketches se expondrán en dibujos animados como lo habíamos contemplado anteriormente.

A R G U M E N T O

SKETCH 1

Por la tarde, Zeferino regresa de la tienda, donde compró unas cosas que le ordenó su mamá para la comida, y al pasar por el parque se encuentra a Quique y a Beto jugando fútbol, extrañado que estén en el parque, ya que al otro día tienen exámenes de matemáticas, español e historia; le pregunta a Quique.

ZEFERINO: "Cómo es posible que juegen cuando mañana temprano tenemos 3 exámenes muy importantes".

QUIQUE: "No nos interesa".

ZEFERINO: "Es mejor que dejen a un lado el balón y agarren los libros".

BETO: "¡Zefe, Zefe!, que no te has dado cuenta que la próxima firma de boletas será hasta el otro año".

ZEFERINO: "Pues sí, pero no le veo el lado bueno a eso".

QUIQUE: "¡Ay hermano!, que no te ha dicho Beto que escucho en la radio que van a quitar los ceros".

ZEFERINO: "Si lo he oído, pero eso que tiene que ver".

BETO: "Que cuando quieten los tres ceros, quizás puedan ser los de matemáticas, español e historia".

SKETCH 2

Sentadas dentro del aula de la escuela, y en plena clase de geografía, donde el maestro explica la situación en el continente americano de nuestro país y el número de estados que conforman a la República Mexicana, Chely realiza un comentario a Luisa.

HIPOLITO: "México es un país de América cuyas tres partes pertenecen geográficamente a Norteamérica y el resto a Centroamérica, se divide en 31 estados y un Distrito Federal".

CHELY: "Oye manita, ya supiste que quieren aumentar la cantidad de estados de la República de 31 a 32".

LUISA: "Que maravilla, entonces hay que ir pensando en buscar un nombre bonito y atractivo para él, no crees".

CHELY: "Por supuesto, sería maravilloso que se denominara Anáhuac o Tenochtitlan, no te parece".

LUISA: "¡Vaya contigo!, siempre tan corriente, hay que buscar a toda costa que le llamen Disneylandia, así entraríamos a la élite del mundo, tonta".

SKETCH 3

Formados para comprar una torta a la hora del recreo en la escuela, Quique y Zeferino comentan que ya se acerca el día del maestro y piensan que obsequiarle al profesor Hipólito y termina el diálogo con una intervención de Beto.

QUIQUE: "Zeferino, llevo días imaginando que estaría bien regalarle al "profe".

ZEFERINO: "Te entiendo, vaya que si es difícil escoger con que deleitar a tan importante personaje".

QUIQUE: "He pensado en un portafolio, o quizás un juego de plumas. ' Ya se!, que te parece una cartera".

ZEFERINO: "Oye, no crees que eso sería como obsequiarle un par de guantes a un manco, o un par de patines a un cojo, o invitar al cine a un ciego".

BETO: (Quien pasa junto a ellos). "Dejen de complicarse la vida y regálale unos tenis para sus marchas, o una silla para sus plantones, o una cartulina para sus peticiones".

Luisa visita a Chely en su casa, pues se encuentra en muy mal estado de ánimo, su mamá la reprimió y fue engañada la protagonista de su telenovela favorita, por el malvado Luis Alfredo, galán sin escrúpulos.

LUISA: "'Ay manita!, si supieras que mal me siento, he llorado toda la tarde, primero por mi mamá y luego por esa "tonta" de María Candelaria que es tan dejada".

CHELY: "No te apures, siétate ya se te pasará, que te parece si te preparo un café y si quieres puedes leer este libro por lo pronto".

LUISA: "Bueno dámelo, veremos de que se trata".

Luisa comienza a leer el libro y empieza a sonreír, para después soltar enormes carcajadas.

LUISA: "¡Ja, ja, ja, ja !".

(Chely se asoma por la puerta y piensa para sí misma.)

CHELY: "Le habrá parecido graciosa la ley de protección al consumidor de papá".

SKETCH 5

Zeferino llega a la escuela y se encuentra con su mamá en plenos quehaceres del hogar, pero Juana nota pensativo a su hijo, por lo cual le pregunta como le fue en el colegio.

JUANA: "Bienvenido hijo, que te enseñó hoy el maestro Hipólito".

ZEFERINO: "Muchas cosas, pero sobre todo la displicencia de aquellos que llaman grandes hombres de la humanidad".

JUANA: "Porqué lo dices hijo".

ZEFERINO: Sabías que Thomás Alva Edison fue un gran inventor".

JUANA: "Sí, el inventó el fonógrafo, la lámpara incandescente y perfeccionó el teléfono".

ZEFERINO: "Allí está, si el descubrió todo eso bien pudo inventar algo contra la contaminación de la ciudad".

SKETCH 6

Quique y Zeferino caminan platicando rumbo a casa, quique se dirige a Zeferino quien mira los numerosos puestos ambulantes que hay a su alrededor.

QUIQUE: "Zeferino, supiste que el gobierno ofreció crear más fuentes de trabajo para que los profesionistas logren colocarse dentro de su especialidad".

ZEFERINO: "Qué dices?, no es posible, corre Quique hablemos con mi papá haber si él puede evitar que se instalen más puestos ambulantes".

SKETCH 7

En plena hora de clases el profesor Hipólito se dirige a sus alumnos y les comenta acerca de la reunión que tendrá el presidente de México , con sus colegas sudamericanos en nuestro país.

HIPOLITO: "Niños el próximo mes, tendremos en nuestra nación a los presidentes de los países sudamericanos".

BETO: "Y cuántos días estarán aquí maestro?".

HIPOLITO: "Dos días en pláticas de trabajo y un tercero donde se les proporcionará una comida en su honor".

ZEFERINO: "Oiga "profe" y cuando se marchen, no podrían llevarse a todos aquellos futbolistas maletas que abundan en el país, aunque se gaste un poco más en esa comida".

SKETCH 8

Mario el padre de Zeferino se encuentra recostado en el sillón de su sala pensativo, pues no fue a trabajar al mercado; entra Toña su hija y le pregunta la razón de su estado y el motivo de su presencia en casa a esas horas.

TOSA: "Papi que estás haciendo aquí, y porqué estás así de triste".

MARIO: "Hay hija mía! si supieras, fui al doctor y me recetó una medicina para la depresión".

TOSA: "Pero no le veo el problema papá, a muchos les recetan esas cosas".

MARIO: "Si hija, pero el medicamento me costó tan caro, que el quedarme sin dinero me deprimió aún más.

En el apartado posterior se mencionan los títulos de las tres primeras series de nuestra propuesta cómica, y se da una sencilla explicación del porqué se seleccionaron esos apelativos. El primer capítulo se llamará "el sujeto y el predicado", esto implicará comentar y reirse de las actividades de aquellos "sujetos" que participan en las decisiones políticas y sociales de nuestra capital. La segunda emisión se denomina "viva México", donde en forma irónica se examinarán etapas de la historia de nuestro país. El tercero se nombrará "lo que el viento no se llevó", en el cual se abordará de manera jocosa la problemática del medio ambiente.

Es preciso dar énfasis al tiempo de duración de esta serie, que sería de seis meses y realzar que para que alcanzara una verdadera aceptación entre los sectores populares es inevitable entender que la idea de entretener no se subordine a la vehemencia de educar.

Lo anterior se cita con el fin de hacer que este género colabore en una televisión de servicio, que entretenga, pero a la vez informe y reflexione; y con ello considerar la declaración de Raúl Trejo Delarbre en su libro "ver pero también leer", en el cual afirma que una televisión de servicio es necesariamente cultural, educativa, pero forzosamente informativa.

En conclusión, no se pretende, bajo ningún concepto, hacer creer que la idea de esta propuesta es la única solución o la más adecuada a los problemas que presenta este género tan participativo de la televisión mexicana; hay que apreciarla como una contribución para el asunto que nos ocupa.

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

En la vida moderna del individuo en general y no particularmente en el mexicano, la televisión se ha convertido en su refugio de entretenimiento más importante. En nuestro país existen aún gentes que no tienen un televisor, pero por motivos tan elementales como es el hecho de que no cuentan con energía eléctrica, pero no porque no quieran poseer uno.

Como medio de comunicación masiva la pequeña pantalla acerca distancias y tiempos, se aprovecha para opinar, entretener, informar, ofrecer cultura y como vehículo ideológico, inventa sueños y establece imágenes, modifica conductas, a pesar de que se diga que con sólo apagarla se evita su influencia. La televisión a pasado a "formar" parte de la familia, pues con alguna emisión la llega a agrupar como cualquier "padre" que convoca a sus hijos.

Desde su nacimiento la pantalla casera en México tuvo como eje principal el entretenimiento y la diversión, por lo cual las primeras emisiones fueron enfocadas en ese sentido, aunque pronto se comprobó que este medio comunicativo representaba un instrumento alterno de información, educación y manipulación.

Como pudimos comprobar la televisión ofrece prototipos del trabajador, del adolescente, de los deportistas, de los artistas y claro de los padres de familia, además de ser un aparato en el cual se apoyan comerciantes para infiltrar sus productos, no obstante, se le ha dado un uso educativo, que a pesar de no ser extenso es aprovechado como aparato de información.

Esta investigación incursiona en el asunto de la comunicación masiva en México, enfocándose en un grupo televisivo tan resonante como es la comedia desde la perspectiva del análisis, pero con la clara orientación a la reflexión. La comedia no sólo es una manifestación de alegría, sino también un fenómeno de complejas funciones fisiológicas y sociales; se trata de una especie de gesto social, por medio del cual la gente llama al orden a quienes se apartan del camino trazado. El género cómico establece a la risa y al ridículo como castigo ideal de conductas viciosas entendidas como antisociales, como por ejemplo: la avaricia, la fanfarronería, etcétera.

Las series cómicas en la televisión mexicana, se han distinguido como factor que influye en la conducta y en el lenguaje de la población, aunque algunas personas piensen que esta repercusión se da sólo de una manera superficial. Estas transmisiones han adquirido una gran importancia como vehículos de infiltración ideológica, sin embargo, su mensaje puede

mantener sus objetivos de entretenimiento y diversión, pero a la vez funcionar como medio educativo.

Como medio de comunicación masiva las series humorísticas pueden explotar posibilidades didácticas y educativas, basadas por supuesto en sus objetivos de esparcimiento, no obstante, hay que considerar que es preciso que la finalidad de divertir no se subordine por el afán de enseñar.

Por otro lado, es necesario resaltar la disposición y la colaboración de los actores, escritores y periodistas entrevistados y que gracias a su aportación, esta investigación está reforzada con un punto de vista que pone al descubierto una postura donde se ofrecen distintos enfoques sobre los programas cómicos. A pesar de conocer de antemano que la entrevista como género periodístico ofrece una opinión temporal, pero que incluso así nos brinda una validez fuera de discusión.

Considerando este análisis podemos expresar que las emisiones humorísticas son un instrumento importante del enorme proceso de manipulación ideológica de la televisión mexicana. Además tienen gran difusión por ser populares y abiertas, pues permiten temas de entretenimiento y diversión.

Al finalizar esta investigación logramos contemplar que las series cómicas no son tan perniciosas como pudieran parecer, pero

pueden llegar a ser mejores, más aptas y atractivas para los televidentes. Cómo conseguirlo, pues en primera instancia es necesario que este medio electrónico tome realmente en cuenta las carencias e intereses de los televidentes.

Además, si este trabajo profesional contribuye a una reflexión y consigue un interés por profundizar en el asunto por parte de quien participa en la televisión mexicana, tanto frente como detrás de las cámaras, habrá cumplido un propósito provechoso.

Asimismo, esta investigación tiene entre sus finalidades exponer la labor realizada a juicio entre los posibles lectores, ya que éstos podrán emitir una opinión muy respetable o al mismo tiempo, registrar una aceptación por este sencillo estudio, que sólo el tiempo determinará su aplicación.

A N E X O

E N T R E V I S T A S

A

E X P E R T O S

HECTOR SUAREZ: Actor. participó en series de televisión como: "La coquilla" en 1970 y "Qué nos pasa" en 1986.

"La comicidad es un estado de ánimo provocado por algo, causada por una situación o reacción física, orgánica y emocional. La comedia parte siempre de la pena ajena que es risible, por ejemplo: vamos a suponer que un hombre camina y se resbala con una cáscara de plátano y se cae, mientras se levante es chistoso, si no se levanta entonces pasa al drama. La comedia se hereda, se siente, pero también se tiene que preparar, cultivar, extenderse y eso depende del nivel personal de cada quien, del concepto que se tenga de la profesión, del amor al público, del respeto que se tenga uno mismo y a la misma comedia, el género más serio y más difícil de lo que la gente imagina.

En mi caso, personal mi comicidad nunca ha sido ñoña, no hago reír gratuitamente, siempre entre líneas, con subtexto busco decir algo importante a través del humor. Mi posición ante la comedia, disciplina que he tocado, pues no me considero un cómico, sino un actor, y la comedia es un género que aprendí a tocar al igual que manejo el drama, melodrama, tragicomedia, guiñol, astracan y retruecan. Las características como cómico en mi caso es decir un testimonio social y político.

Los programas cómicos en la televisión mexicana si influyen en el público, todo depende de quien este haciendo el tipo de

comedia. Y no nada más repercute un comediante, sino cualquier actor, por eso se tiene que tener mucho cuidado en lo que se realiza, ya que muchos niños y jóvenes van a tomar el ejemplo y si éste es nefasto, puede ser peligroso.

Yo detesto la risa ñoña, la que no aporta nada, el pastelazo es maravilloso siempre y cuando tenga una razón de existir, pero un pastelazo repetitivo no proporciona nada, en una serie de televisión que transmiten actualmente ya sabemos que se va a ridiculizar a la suegra, a bajar las escaleras con tropezones y a burlarse de la sirvienta, y eso lo venimos viendo durante años, no cambia, no dice nada. Todo cómico que quiera decir algo importante debe pensar a quién dirige su mensaje, a que sector social, que comen, su horario de trabajo, cuantos hijos tienen, todo hay que tomar en cuenta para efectuar un sketch cómico.

Claro que si se pueden realizar contenidos educativos y culturales a través de los programas cómicos, y no nada más en éstos, sino también en el drama o en el teatro, porque desde los griegos el teatro ha servido para denunciar, hablar, conversar, platicar y cuestionar. "Qué nos pasa", fue un "bum" nacional durante tres años y a mucha gente le molesta y le jode, porque no reconocen nada, pero esta serie ejerció un cambio en el público.

En el cómico de carpa, de cine, teatro y televisión, no hay diferencia, lo importante es el talento y sensibilidad para poder

expresarse dentro de la comedia. Ahora lo que hay que saber es donde esta uno parado, a quién se dirige el trabajo, si es la carpa; hay que ver que tipo de gente asiste, o si realizas cine o televisión pasa lo mismo. La comedia es como se conceptua cada quien, pero lamentablemente aquí esta saturado de "chistosos" que no aportan nada, se dan a ellos mismos.

Mi aportación como actor es mi trabajo, todo lo que hago tiene un fondo, por ejemplo: en el sketch de los 15 años la crítica es feroz, terrible, grotesca, estoy donde la gente se rie, ridiculizo a una "tradicón", que debería desaparecer en estos tiempos que todo esta tan caro y que estas personas, sobre todo la del sector medio bajo son las que más festejan esto, y que empeña "la vida" y todo lo que no tiene, para presentar a su hija; y yo me pregunto a cual sociedad.

En este espectáculo (Estoy loco), manejamos la carpa, el guífol y todas las subdivisiones de la comedia (astracan, albur, retruecan, calambur y la alta comedia). Hubó actores que eran prospectos sensacionales, pero se enfrascaron en la pelades y la vulgaridad gratuita sin razón de ser y terminaron con el cine mexicano, otros que se han comercializado y se dedican a ganar dinero sin dejar algo al público".

BERGID CORONA: Actor de teatro, cine y televisión. Participó en la serie: "Hogar dulce hogar", en 1975.

"El cómico debe ser profesional, conocer sus recursos, capacidades, facultades y todo eso aunado a una personalidad agradable, accesible, audaz, cínica, sin pasarse de lo que acepta el público, de lo que no ofende. El fin de los programas cómicos en México es que se divierta el público, que se ría, no se si la intención del autor sea provocar una concientización de algunos temas, pero el objetivo de una emisión es entretener.

La diferencia entre un cómico de carpa, teatro, cine y televisión, radica en que cada uno de estos trabajos son técnicas diferentes, ritmos distintos; en la televisión uno debe tener la conciencia de dirigirse a una masa grandísima, una cantidad grande de espectadores y televidentes y que no va a escuchar directamente su reacción; la carpa tiene la posibilidad de que le hablen y le contesten, se alterna con el público. En el teatro tiene uno que disciplinarse al libreto, respetar los diálogos de los compañeros y apoyarlos con reacciones cuando a uno le toca solamente escuchar. Son diferentes formas de trabajo y todas son atractivas; el cine son escenas que se filman y que muchas veces se interrumpen a la mitad y al otro día hay que continuar con el mismo estado de ánimo, con la misma ambientación que se sucedió la jornada anterior. todos son problemas diferentes que poco a poco con la experiencia tiene que ir uno entendiendo y aplicando.

Sí, definitivamente los programas cómicos influyen en la conducta del individuo, y no nada más estas series, sino también todo lo que ve y a todo lo que se le hace publicidad, porque nosotros como seres humanos una de nuestras debilidades es que somos imitadores, estamos copiando las cosas, modas, términos, eso de "sí mi'jo, no mi'jo", esa terminología a salido de la televisión y todas esas formas como se comunican los jóvenes se han escuchado en la pequeña pantalla. Por supuesto que sí se pueden llegar a diseñar mensajes que funcionen como medios educativos en los programas cómicos, eso depende del buen gusto del actor y del productor, que conjugan la idea del programa, quien la realiza y quien la escribe. Han existido series que fueron aciertos como en el que tuve la fortuna de intervenir como "Hogar dulce hogar", y así han aparecido emisiones que opinan, ilustran y orientan. Las transmisiones que tienen los preescolares y escuelas, los hacen con videos simpáticos y que mejor que el de Plaza Sesamo que sirve para leer y escribir, ésta es una muestra que prueba para que sirve y en lo que se puede utilizar. Mi preocupación como artista, es que el resultado de mi actividad deje y tenga algo de provecho en cuanto a optimismo, objetividad y trabajo".

AUSENCIO CRUZ: Conductor del programa tienda y trás tienda en 1988 y actor de la serie la Caravana en 1990.

"La comicidad es el lugar que encierra en el uso común el sarcasmo, la ironía y la finura, todo lo que lleva a la risa y sonrisa. No creo que haya un perfil adecuado para el comediante, cada quien tiene su nivel de percepción, su capacidad de observación, ritmo, su información de la vida y su síntesis. El objetivo de los programas cómicos en la televisión es divertir y entretener a la gente. Este tipo de emisiones sí influyen en el público porque logran una identificación, reafirman conductas, mueven a la reflexión, a veces se ven reflejados en algo, en otras invitan al cambio de actitud y en varias sólo entretienen y ya, pero tienen un campo muy reducido.

Pienso que sí es posible diseñar contenidos educativos y culturales en los programas televisivos, y para eso hay que tener en cuenta que son recursos diferentes, no es lo mismo hacer humor blanco que crítico y analítico. La elección de los temas y la forma de realizarlos es lo que incide en la percepción de cada espectador. No sé cuales sean las características de una emisión idónea, porque no hay receta, sino ya la estaríamos haciendo.

La diferencia entre cómico de carpa, cine teatro y televisión, radica en cuestiones técnicas, de variantes, tonos de voz, el lenguaje, los movimientos, el ritmo y es preciso señalar

esta desigualdad en los oficios. En el cine haces escenas y una semana después realizas otra, en la televisión no esta el público, en el teatro si, pero un buen comediante puede efectuar cada trabajo, siempre y cuando este preparado. Mi aportación como artista se puede separar en diferentes momentos, cuando colabore con Héctor Suárez, la intención era poner y resaltar ciertas cosas como: el mito de la madre, aunque no quiero decir que se logró. En la Caravana trato de realizar y subrayar ciertos asuntos, a mi me divierte y lo que me parece materia de humor lo elaboro".

VICTOR TRUJILLO: Conductor del programa Tienda y tras tienda en 1988 y actor en la serie la Caravana en 1990.

"La comicidad es una actitud ante la vida hecha oficio. El perfil adecuado de un cómico es cuando idealmente es actor de principio. Hay artistas que hacen comedia, pero también existen los cuenta chistes; lo perfecto sería que un actor realizara comedia, así el oficio tendría más recursos y horizontes. Por ahí dicen "que no hay malos actores, sino malos papeles, el buen comediante no deja caer una comedia, allí entran sus recursos y experiencias, a lo mejor el texto no es muy divertido, entonces improvisa y forma un personaje que sea llamativo, para que en el compendio de las cosas se vea algo logrado, eso es esfuerzo y trabajo.

El principal objetivo de los programas cómicos es divertir, eso en el mejor de los niveles de pretensión, si partimos de la idea de que todo es cultura: la música, la lectura y la televisión, en tal caso, si se pueden diseñar contenidos culturales para ofrecerlos, porque todo lo que se transmite es cultura. Este género televisivo influye en las conductas del receptor, no a elevación ideológica, sino a nivel de sensaciones en lo más superficial.

El buen humor, compromiso con la gente, respeto y trabajo, son las características que debe tener un buen programa cómico.

El humor es algo serio, no de ocurrencias, debe otorgar un trabajo actoral, de tema, no sólo un chiste, un remate o una frase de latigillo. El proceso debe ser serio, pero el final, el resultado no. Hacer comedia, pero tabajarla como si produjeramos tragedia.

Los cómicos de teatro, cine, carpa y televisión son similares, lo que varía son lo oficios, hay diferentes escuelas para cada uno, pero creo que un buen actor puede desempeñar todas las profesiones sin problema. La diferencia es la cantidad de gente y la actitud con la que trabaja ante el público; en la carpa te puedes meter con la galería, en el teatro no, respetas más la disciplina, la ética y las reglas teatrales.

Mi aportación como artista es en el modo y la forma de trabajo, el humorista no inventa nada, hay cosas que en boca de uno se oye de alguna manera y en otro se escucha diferente, sólo trato de ser congruente en lo que soy y lo que realizó".

LEONORILDA OCHOA: Actriz de cine, teatro y televisión, intervino en series como: "los Beverly de Peralvillo" en 1971 y "Salón de belleza" en 1986.

"La comicidad es muy amplia, pero su meta será siempre hacer disfrutar al público, es la vitamina de la vida, porque provoca la risa. Cada actor tiene diferentes formas de trabajar la comedia, el humor es muy difícil, porque depende mucho del estado de Animo, por ejemplo: si realizas drama recuerdas una etapa triste y te ayuda, pero si quieres provocar una carcajada es mucho más complicado.

El fin de los programas cómicos en los que he trabajado, fue agradar a la gente. Este género televisivo sí influye en los espectadores como lo hace también las telenovelas, porque se identifican mucho con los personajes. Creo que sí se podrían realizar series de contenidos educativos, pero sin perder el objetivo de entretener y divertir, aunque pienso que sería muy complicado. Yo aporté mi trabajo y la forma de transmitir e interpretar un personaje, para hacer feliz al espectador.

Existen actores de comedia estupendos en nuestro país como: Jorge Arvizu, Marielena Saldaña, etc. En otras naciones se les da la oportunidad a los artistas de participar en distintos géneros escénicos y en México lo encasillan en un grupo específico".

BENITO CASTRO: Actor y cantante, ha participado en emisiones como la "Carabina de Ambrosio" en 1979 y en "Andale" en 1991.

"El objetivo de los programas cómicos en la televisión es divertir a la gente, una carcajada como terapia es lo más recomendable para el corazón. Este tipo de emisiones se influyen de la gente, ahí el éxito, si no mal recuerdo el programa con más logros fue el de Héctor Suárez: hace algunos años, de los de mayor trascendencia y que hacía sino retratar a las personas que todos hemos visto y sufrido con ellas de alguna manera, entoces la misma población retroalimenta al artista y para ser un buen cómico, hay que ser muy observador y captar el como es cada quién, meterse a la cabeza a la gente, en un local, en un transporte, oírlo hablar, para después retratarlos arriba del escenario, pero lo importante del comediante es saberse burlar de si mismo.

El intento de transmitir un programa cómico con mensaje educativo, lo han llevado a cabo en diferentes épocas, los que ya tenemos cierta edad, hemos visto pasar décadas de declaraciones y podemos decir que existen otros medios para culturizar al pueblo, como los libros, audiovisuales, etc. Para realizar mensajes educativos se tiene que estar preparado, tal vez los que estudiaron ciencias de la comunicación puedan elaborarlos de la manera más objetiva posible, porque el pueblo manda y hay que darle gusto y no podemos perder el objetivo de divertirlo.

Mi aportación como artista es la risa que les saco al espectador, la relajada y aliviada que se dan, porque hay pruebas fisiológicas de este hecho; de lo saludable que es la carcajada para un corazón, ya sea sano o enfermo, por eso hay que ser amable con el público y el amor que disfrutas de ellos es lo más hermoso de esta carrera".

MARILENA SALDASA: Actriz de teatro, cine y televisión, ha participado en series como: "Mi secretaria" en 1986 y "Las soletras del 2" en 1987.

"La actriz cómica tiene que creer lo que esta haciendo, hay gente que trabaja y piensa en ser chistosa, y no, debe de sufrir los problemas que cada papel posee; en este género se tiene que ridiculizar los defectos humanos, eso es lo gracioso. En la vida cotidiana una situación que se presente chusca, no quiere decir que el señor sea chistoso, sino que la circunstancia es lo que lleva a la risa o a la carcajada. Por tanto, la actriz debe pasar todas las condiciones de un personaje y no sólo ser chusca.

El fin de los programas cómicos en la pequeña pantalla es divertir y entretener a la gente, aunque probablemente la empresa tenga otros tratando de vender anuncios, eso no lo sé. Estas emisiones definitivamente sí influyen en la población, pero hay que aclarar que no es posible crear figuras rectas o serias, porque si no nadie las vería, si en determinados momentos no nos parece que nuestros hijos tomen ciertas actitudes, no hay más que apagar el televisor o decirles "mira este es un programa y no tomes esas frases", deberíamos percibirlos con mucho criterio, porque la televisión sí es enajenante.

El realizar contenidos educativos y culturales a través de los programas cómicos, podría suceder, tendríamos que ver quién

manejaría todo eso, desde productores y escritores, no tanto el actor o la actriz, ya que acatan lo que les anotan. Entonces claro que es posible, que haya quién lo intente, no lo sé, pasa lo que en el cine podría ser de calidad, pero nadie se arriesga a producir algo diferente, por que con sólo tres pesos se efectúa cualquier cosa y lo venden que da gusto. Por tanto, un buen programa tendría que ser sutil, muy pensado, no dudo que se pueda llevar a cabo, en nuestro país existen personas que lo conseguirían".

JOSE CARLOS RUIZ: Actor de teatro, cine y televisión.

"La comicidad es un estado de ánimo, a veces uno se rie de las cosas más inverosímiles y en algunos casos puede haber chistes maravillosos y momentos verdaderamente cómicos, que luego uno no percibe o no reacciona ante ellos, porque el estado de ánimo no es propicio. Hay actores que tienen mucho ángel, son muy graciosos ya de por sí, pero pienso que también es muy importante lo que diga, que lo que este escrito sea verdaderamente chistoso, para que ese actor sea gracioso, porque muchas veces algunos asuntos teatrales, cinematográficos o televisivos se salvan porque el artista es angelado, gracioso, chistoso, por eso creo que la fusión de los dos valores, tanto de idea cómica y lo que esta escrito tengan ese perfil gracioso, agradable, humorístico y más que sustentarse en la procacidad, en la leperada, en la vulgaridad, debe estar sostenida en el ingenio, en el talento, la inteligencia y el ritmo para que pueda ser cómico.

El fin de los programas cómicos será perder el tiempo o reirse, depende de la calidad de la emisión, hay muchos que no cubren este requisito, vuelvo a lo mismo, será por falta de un buen cómico, un buen director o un buen libreto, veo muy pocas transmisiones que tengan esa calidad de comedia. El programa aquél de "Qué nos pasa" que hacía Héctor Suárez de alguna manera cumplía con estas condiciones. Todas las expresiones artísticas influyen en el pueblo, porque el artista, el creador es una

persona que ejemplifica y la gente percibe su modelo y reciente su personalidad que trata de imitar, es por esto que en la medida que el cómico o el término artistico tenga un valor así trascenderá en el espectador.

Definitivamente si se pueden llegar a diseñar contenidos educativos dentro de los programas cómicos. El mensaje, la orientación cultural, política o religiosa no debe estar reñida con la comedia, por el contrario, creo que divirtiendo es la mejor manera de orientar y enseñar al pueblo. La serie que sea entretenida, humorística o divertida, no quiere decir que sea orientadora. La verdadera debe estar hecha con capacidad, inteligencia, talento e ingenio, para que tenga dosis de todo lo que se quiere decir y para poder encauzar al pueblo. Por eso la necesidad de quien la interprete sea un gran comediante, un buen actor, no cualquiera. En México existen buenos cómicos como Héctor Suárez y Rafael Inclán".

RODOLFO RODRIGUEZ: Actor y productor, trabajó en la serie "Cachún cachún..ra..ra" en 1981.

"Mi comicidad es dar a la luz pública los dones graciosos, mi figura que es chistosa y el humor que traigo, que he tenido la oportunidad de desarrollarlo a través de las obras que realizo y de esta manera transmito mi sentido del humor. Pienso que no existe un perfil dentro del cómico, creo que eso nace, no hay características físicas específicas, el comediante no necesariamente tiene que ser deforme, es decir, no es preciso que sea enano, un gordo o un flaco altísimo, existen gentes; hombres y mujeres muy atractivos que hacen reír, es algo que tiene el actor dentro y lo echa fuera cuando se lo propone.

En el teatro, el cine, en el cabaret y en la televisión, la comicidad es la misma, los trabajos son la diferencia. En el teatro y en el cabaret existe el contacto con la gente, la televisión y el cine son más fríos y dependen los actores de su oficio y de un director que los esté orientando.

El objetivo de las series cómicas en la televisión es divertir y entretener al público. En "Cachún cachún..rá.rá" en donde intervine, procurábamos ya cuando la transmisión tuvo un rating bastante alto, que por medio del humor y de la diversión educar principalmente a los niños y a los jóvenes, porque dentro de las aventuras que teníamos existía un mensaje didáctico, una

enseñanza que dejábamos a los adolescentes.

Estas series humorísticas sí influyen en la gente, modifican conductas, porque son ejemplos a seguir, muchos querrán ser como los personajes, adoptarán lenguajes y actitudes. Nuestro programa era sano, el fin era divertir, jugar y aprender dentro del mismo trabajo de actuación y humor televisivo.

El diseñar contenidos educativos y transmitirlos a través de las emisiones humorísticas, si se puede llevar a cabo, aunque no necesariamente es el fin; existen programas cuyo objetivo sólo es divertir y son muy válidos, pero sí se pueden ofrecer argumentos que nos den una enseñanza. La pretensión mía cuando me dieron las riendas de la emisión, fue que por medio del juego y el humor comunicáramos conocimientos de historia, geografía, arte, filosofía, en fin, lo que se ve en la preparatoria, jugando y riendo a la gente se les quedaba este tipo de información.

Los rasgos de un programa educativo dentro de la comedia, deben ser la creación de personajes con características físicas similares, que exista un buen trabajo de actores y laborar un trasfondo de diversión y cultura.

Mi misión es divertir a la gente, hacerla reír, el que las cosa que escribo e interpreto queden en la gente. El oír una carcajada para mí es lo más importante".

JORGE ARVIZU: Actor a intervenido en series de televisión como: "La carabina de Ambrosio" en 1984 y en teatro a trabajado en "el tenorio cómico", en 1991.

"La comicidad es la antitesis de todo lo solemne y nos hace reírnos de lo que muchas veces no podemos protestar y burlarnos abiertamente, por eso cuando vemos a un humorista que realiza una ironía de lo formal, de todo lo que son las reglas, leyes, gozamos por eso; ya que el artista se esta burlando de todo lo serio y todo lo establecido. El buen cómico debe ser un individuo que pierda el concepto del ridículo, que no piense que si hace cualquier cosa, se pone cualquier ropa o dice frases chuscas va ser risible.

El objetivo de los programas cómicos en la televisión mexicana es divertir al público, y luego esas emisiones llevan a la explotación comercial y los anunciantes quedarán ocupar ese espacio muy visto y sus productos serán conocidos. Estas transmisiones siempre han influido al espectador, lógicamente la gente se fija en las actitudes y acciones, hasta el modo de hablar de los actores de popularidad alcanza a la población.

Si partimos de la idea de que todo es cultura, lo que se ve, se oye, entonces dentro de un programa cómico si se pueden diseñar contenidos educativos y culturales, pero es preciso que la población tenga una educación y cultura propia en su casa,

para que tenga un juicio de las cosas que observa en la pantalla casera, y pueda hacer una selección. Sin embargo es muy difícil que se lleven a cabo contenidos con estas características, ya que en este país existe mucha censura, porque precisamente es la forma de manipular al pueblo, no dejar que se informe, proteste y aprenda.

El público debe estar educado, preparado, porque si no estas series ascienden mucho a ellos, pero no porque la gente que los realiza lo haga con una tendencia, ya que en muchas ocasiones no se busca ninguna clase de pretensión social.

Los elementos de un programa educativo creo que deben ser un buen libreto, notables actores y acompañados de una sobresaliente dirección, y así lógicamente se efectuará un trabajo de calidad".

CARLOS MONSIVAIS: Escritor y periodista, autor de obras como: "entrada libre" y "crónicas de una sociedad que no se organiza". Colaborador en las revistas Proceso y Nexos.

"La comicidad más simple es la que hace reír o sonreír y la más compleja, es aquella que desentraña lo absurdo, lo paródico y lo ridículo que hay en las personas o situaciones. Lo que produce risa ahora, no hizo reír hace años, pues cada persona ha establecido su propio concepto de lo cómico y lo humorístico, por tanto existe un criterio colectivo. Las características de un actor de comedia son desde luego provocar risa, encarnar arquetipos y estereotipos con facilidad, resultar memorable, agregar personajes a la imaginaria común, introducir frases, acuñar expresiones y dar un aire de movilidad a lo que es el humor social.

El objetivo de los programas cómicos en la televisión mexicana es entretener, divertir, hacer reír, no hay otro. Estas emisiones influyen en la gente, pues adoptan gestos, mímicas, frases, perspectivas humorísticas y eso es bastante. La función del humor no es denunciar, es enloquecer, llegar a lo absurdo e introducir el aire de la poesía. Un buen programa cómico debe implantar una atmósfera de regocijo que implique la corrosión de lo que se vive y se crea.

En México existe una nueva generación de actores, que intentan un nuevo humor de filo social basado en la capacidad de recrear el mundo enloquecido de la gran urbe; entonces las cualidades de una agradable emisión, pueden ser un poco las que desarrollan estos comediantes y las características opuestas que ha presentado Televisa desde la "Cosquilla" hasta las series infames del pastelazo.

La pequeña pantalla esta convencida de que afecta a todas las edades, es un medio controlado de manera vigorosa y pensar que por un lado se permitiese la libertad del lenguaje y por otro se admitiese la capacidad critica y politica, es pensar que la televisión ya maduro o ya entró en una etapa de respeto al espectador, porque básicamente se ha caracterizado por su falta de consideración a la gente y no permitiría por ejemplo, el humor salvaje que realizaron en el teatro Ausencio Cruz y Víctor Trujillo.

La censura en la televisión en nuestro país, sigue siendo el elemento que cree coordinar las relaciones entre empresa y sociedad. Recientemente se transmiten series viejas, y ahí encuentra uno lo variable, lo mudable del sentido del humor, algunas cosas permanecen otras pierden vigencia. En este medio electrónico por falta de escritores o guionistas de calidad, el humor se ha deteriorado y habrá que tomar en cuenta que las teorías de lo cómico son infinitas".

ETHEL KRUNZE: Escritora y periodista. Conductora del programa "De cara al futuro" en 1987.

"La tragedia es lo inverso de la comedia, el sentido trágico es una cosa grave, una tabla de valores. La comedia es la contrapartida de la tragedia, pues hace un trastrocamiento de los valores que provocan la risa, lo que es bueno se pone como malo y lo que en apariencias es malo se coloca como bueno, entonces provoca un trastorno en el código de valores de la persona, y surge la carcajada por esa irrupción de valores que se contradicen.

La comedia no es una cosa chistosa o frívola, la verdadera comedia es importantísima, porque es una forma que tiene el ser humano de fingir que es libre, de sentirse una especie de dios y poder cambiar las cosas como quiera. La risa es una respuesta de libertad aunque sea momentánea o aparente. Chaplin es un mendigo que actúa como caballero, porque tiene valores trastocados. La auténtica comedia por supuesto que hace pensar, detrás de la risa hay toda una sensación de libertad y después de reflexión, porque es un espejo de lo que el hombre es y tiende a la cavilación.

Un actor de comedia debe entender la comedia, su papel es el de trastocar los valores, tiene que comprender que es un representante del público para crear un mundo propio y poseer talento para hacer creer lo que encarna y estar consciente, que

no se trata de causar risa porque si, sino motivar lo que está detrás de esa risa.

La mayoría de los programas cómicos en la televisión mexicana son nefastos, porque no tienen el sentido de la comedia, se van a la cuestión de entretenimiento con una especie de distorsión, echan mano de lugares comunes, de vulgaridades, de ñoñerías, para provocar no se si la risa, porque a mi me causan indignación y aburrimiento, pero algunas gentes se carcajean de esas tonterías, de la risa fácil, que obnubila el espíritu, no de la risa que hace robustecerse y la buena comedia siempre trae un sustrato del fortalecimiento del espíritu, entonces la mayoría son absurdos pues no conllevan esta tesis que hay detrás de una buena comedia, por eso no influyen en la población y duran lo que dura el programa, se apaga y no ha pasado nada en la integridad de la gente. Pero una buena comedia sí influiría, formaría consciencia, además de darle ese respiro de libertad que todos los seres humanos necesitamos, cosa que no somos, aunque la comedia lo permite.

La comedia no es un género menor, sino paralelo de la tragedia o de los llamados serios. Lo que pasa es que la televisión la pone al ras del suelo. Todo arte sin que el autor se lo proponga lleva implícitos contenidos educativos. El arte da un conciente del mundo más profundo e inmediato que otras disciplinas, pues lo hace al nivel de lo concreto y no de ideas

abstractas, sino de vivencias de lo que es el hombre. El artista tal vez no se lo proponga, él no es pedagogo, pero aunque no quiera si su obra vale la pena y revela lo que es el mundo, entonces los espectadores reciben una información de lo que son y eso implica una forma de educación, por eso una persona que lee literatura esta bien informada.

Creo que si es posible realizar emisiones cómicas con contenidos educativos, pero hay que tener ganas de hacer una cosa que valga la pena, en la pantalla casera sucede que esta tamizada en el matiz del comercio, los programas entran en función de los patrocinadores, ya no hay quien elabore un diseño de televisión, esto cierra la posibilidad de efectuar algo serio. Para que exista una serie con un mensaje cultural debe haber un buen guión, pues el guión se ha dejado en manos de actores o productores y ellos no tienen que ser necesariamente guionistas, el programa debería tener elementos muy sociales, contemporáneos, de nuestra idiosincrasia, para que la gente se identificara de manera veloz, un reparto de buenos actores, que los hay y muy notables, es preciso un escritor detrás, para que no se repitan las mismas frases felices".

FERNANDO MEJIA: Periodista. Ha publicado en las obras colectivas: "Televisa el quinto poder" y "Las redes de Televisa". Colaborador en el diario El Nacional.

"El sentido del humor es la capacidad para autocriticarnos, para censurar a los demás y reírnos de nosotros mismos, es decir del género humano, en este sentido lo cómico está relacionado con la crítica. La comicidad señala viciosos, hechos o situaciones que no son normales, que salen de lo cotidiano, de lo serio y que provocan la risa. Existen varios tipos de comicidad, una de las más atractivas es la política, señala los vicios, rostros, acciones, formas de hablar; eso no es sólo una catarsis para la gente, sino puede ser incluso una forma de crítica social. Otra es la que explota lo absurdo por ejemplo: las cosas tan bobas que mueven a la carcajada o al humor cruel, de cuando uno se ríe de las desgracias de otro, la que lastima, la burla a otra persona.

El perfil de un cómico debe ser la autenticidad, el género de la comedia es una forma de expresión y quien llega a él, en cualquier circunstancia que haya arribado, ante todo debe ser legítimo. Hay formas de humor muy forzado o falso, son cómicos que no son auténticos, pues explotan de burlarse de las personas. El comediante debe llegar a una forma de acción, de un estilo que lo identifique. Hay actores que aspiran hacer comedia muy fallidamente, merecen respeto porque buscan cosas y trabajan, pero les hace falta esa chispa que tienen algunos humoristas.

La influencia de los programas cómicos en la televisión es un fenómeno muy claro, sobre todo en el comportamiento cotidiano, en los gestos, movimientos y en el lenguaje, es una cuestión muy importante, habría que observar que tan rápido en los comportamientos profundos, pero en los inmediatos es muy fácil ver que sí ascienden. El lenguaje de los personajes cómicos en la televisión es altamente influyente, por lo menos en lo superficial y habría que ver si también en lo profundo, entonces empezaríamos a pensar en la intencionalidad del género cómico, si la tiene tendríamos que analizar a cada actor, que trata de expresar, si intenta burlarse de lo cotidiano o posee otro tipo de aspiraciones.

La comicidad en México parte de dos formas de expresión como espectáculo, una es la radio y otra es la del teatro de revista (la carpa), los primeros cómicos televisivos, eran actores de radio que trasladaron a la pequeña pantalla, un humor básicamente verbal que no retomaba aspectos de la mímica, que estaban muy desarrollados en el cine, la otra gran aportación es el teatro de revista y sobre todo ingresan actores excéntricos, tipos que aparecen en el escenario con ropas exageradas, dialogan con el espectador y elaboran un humor con algún instrumento, el juego verbal acompañado con la música. La pantalla casera no pudo captar el humor desarrollado en el cine y el esplendor del teatro de revista, es decir ninguno de los grandes cómicos de cine se integraron y entonces carecen de un elemento verbal.

La comicidad televisiva si transmite valores y rechaza otros, en algún tiempo recupera los personajes populares y los programas tiene escenarios comunes: vecindades, mercados, etc. Después se eliminan éstos y aparecen hombres de negocios, ejecutivos y los mercados pasan a ser condominios. Actualmente empieza un resurgimiento de la comicidad popular con nuevos actores.

Dando un recorrido por la barra de programas cómicos nos encontramos con un Gómez Bolaños, ya muy envejecido en las ideas, con la esperanza que sea capaz de realizar algo nuevo: Alejandro Suárez, no logra concretar una secuencia y desmerece mucho; Cesar Costa, no es un cómico, pero esta en la sección y podría ser un humor radical; Anabel Ferreira, es una persona esforzada, pero no logra un estilo constante; Ortiz de Pinedo, interpreta una comicidad machista. Y la alternativa esta del lado de la televisión estatal con la caravana o con Héctor Suárez.

Las características de un programa cómico con un contenido educativo, es que debe mantener la expresión humorística y no caer en el panfleto, proponer personajes ejemplares y que la comicidad no pierda su autenticidad o se subordine la esencia de entretener por el afán de educar. Si se desean hacer contenidos educativos en las series cómicas, deben ser informativos que inviten a la reflexión y no mensajes que dieran recomendaciones. Porque el televidente tiene derecho a pensar lo que sea".

FLORENCE TOUSSAINT: Colaboradora de la revista Proceso. Publicó libros como: Crítica de la información de masas.

"El humor es aquello que reflexiona sobre la realidad de manera crítica, pero jocosa, es decir aquel comentario o situación donde se produce un hecho, que por lo general son partes extremas o absurdas, un hecho humorístico es una actitud sátira ante la realidad.

Los programas cómicos de la televisión comercial son muy superficiales, recogen aspectos frívolos de la realidad, son una recreación de situaciones y hacen comentarios jocosos de las mismas, pero además el humor de Televisa está teñido de moralismo, discriminación racial y clasista. Los chistes que se realizan se basan en la mofa o el descamio de personajes o aspectos que atañen a las clases populares, donde aparecen inútiles o ignorantes, es decir todas estas características que insiste el sector dominante en achacarle a los trabajadores.

Hay series como el de "Anabel", donde la crítica es al sector medio, y es donde aparece un humor menos morboso, como que hay una comedia más fina, están mejor armados los sketches. En general las series cómicas de Televisa tienen malos guionistas, nocivos diálogos y resoluciones. "Anabel" tiene algunas cosas rescatables, como imaginación, capacidad de transformación y como que los actores son más versátiles.

Uno de los mayores aciertos de la televisión del estado, esta en los programas cómicos, la serie que ha alcanzado un alto "rating" y no porque lo diga alguna encuesta, sino porque la gente habla de él, es la Caravana, pues tiene una acidez para referirse a los temas o asuntos, los personajes son antiolembres, desmitificadores, estan en contra de las versiones conservadoras de la realidad mexicana y eso la ha hecho popular. El programa que hacia Andrés Bustamante tuvo éxito, con logros interesantes. Ahora digamos, que la limitación en las televisoras es el tema político, ahí se han atorado todos, ninguno ha incursionado verdaderamente en la sátira política, es como un terreno vedado.

Estas transmisiones si influyen en la gente con lenguajes y actitudes, pero lo más importante es que pueden ofrecer una reflexión, es un estilo muy generoso, en el sentido de que el público tiende por una inclinación social a reafirmar sus puntos de vista y creencias, es difícil hacer que la gente cambie, sin embargo el humor posee la cualidad de modificar, reflexionar, porque no existe una agresividad directa con los planteamientos, como aparentemente no es serio, entonces no se produce una respuesta cerrada y hace que en momentos se mude de opinión en cosas, temas o actitudes. Eso es lo interesante que provoca una serie de humor, siempre y cuando se lo proponga, porque se va convirtiendo en parte de la cultura del pueblo.

Por lo tanto si creo que se puedan diseñar contenidos educativos dentro de los programas cómicos, pues existen grandes escritores y guionistas que manejan muy bien el humor, y en la medida que el cómico sea versátil, podrá ser mejor actor de comedia, lo más difícil en la actuación es hacer reír, es más sencillo provocar el llanto, que la carcajada y sobre todo la que es espontánea. El comediante tiene que despertar a la reflexión y resultar convincente para que se rían con él".

HECTOR ORTEGA: Actor y director. Participó en el programa de televisión "Mi colonia la Esperanza" en 1983 y dirigió la obra de teatro "El dedo del señor" en 1991.

"La comicidad como arte es una actividad subversiva, es una crítica amable, si no hay afecto no hay humor y tiene que existir la "mala leche", sino no hay risa, pero siempre tiene que haber una acción afectuosa con lo criticado y hacer un juicio de lo que se quiere enjuiciar y todo lo que se estereotipa es motivo de cuestionamiento, por eso lo subversivo del humor, cuando los tipos se arquetipan o las cosas se desasen, aparece el humor para flagelar y sacudir el aspecto.

Las características de un actor de comedia son las que nacen con él, lo que llamamos "ángel", la "vis cómica", el tener "algo" para hacer reír, pero se tiene que desarrollar, aparte de la presencia y el oficio como arte, porque el artista se pule. Los cómicos de la radio, cine teatro y televisión son diferentes, no fácilmente un artista que hace televisión o cine puede trabajar el teatro, porque se requiere de una técnica muy especial, hay que saber moverse y lanzar la voz, los sentimientos tiene que percibirlos el público, se debe trabajar con mayor amplitud y reforzar el tono de voz y eso no es sencillo, algunas gentes lo tienen por naturaleza, pero generalmente lo tienen que adquirir. El cine aunque es similar requiere de poseer "pantalla" para proyectar ese encanto que algunos actores tienen.

Los programas cómicos evidentemente que si influyen en la gente, sobretodo en el lenguaje, aquí hay algo extraño el mensaje que recibe el espectador muchas veces no es el que se propone el actor o el escritor. La comicidad que actualmente se lleva a cabo en la pantalla casera en nuestro país, no detenta un humor popular, sino un humor desde el punto de vista de los ricos, eso es lo que permiten, porque el otro esta censurado.

Pienso que si se pueden efectuar contenidos educativos en los programas cómicos televisivos, el humor es un arte y se puede utilizar para que la gente se ponga vacunas, aunque no es el objetivo de lo cómico, su fin es entretener y divertir al público. Hay trabajos que tienen contenidos, el mensaje es una obra completa, decir que existe un mensaje es limitar la obra. Es importante llevar a cabo un humor con un contenido político, social, humano, a la conducta, a la moral, al carácter, etc.

Para que una serie cómica se le considere educativa, además de divertir y entretener, debe hacer pensar, si una obra es estúpida no me entretiene, si tiene contenido me divierte porque me mueve a pensar, me interesa lo que ofrece. Aunque se han dado casos (muy contados) de que se rien de cualquier cosa, pequeñeces, pero han tenido contenidos lúdicos. La verdadera comedia, es la risa inteligente, el humor político (explotante sin duda), el que sirve a la gente, no estoy de acuerdo con la risa ñoña, el humor estúpido hay que evitar".

G L O S A R I O

ALBUR: Juego de palabras utilizadas para abusar de la gracia de las personas, manejo del diálogo en forma coloquial.

ALTERNATIVO: Opción entre dos cosas, elección de una cosa en lugar de otra, mensaje disyuntivo frente a otro tipo de misiva.

ANALISIS: Investigación realizada a una obra, va de lo compuesto a lo sencillo.

ANALITICO: Relativo al análisis. Que procede por medio del análisis.

ANALOGIA: Relación que existe entre dos cosas, semejanza.

ANTITESIS: Consiste en contraponer dos cosas o frases. Lo contrario de otro.

ANUNCIANTES: Es aquel que divulga, en la televisión son los dueños de los productos que se exponen, con el propósito de vender.

APELATIVO: Dícese del nombre que se le impone a un objeto, especie o individuo. Apellido de alguna persona.

APOCOPE: Supresión de letras al fin de algún vocablo: gran por grande.

ARQUETIPO: Modelo o ejemplo ideal.

ASTRACAN: Farsa teatral disparatada y grosera.

AUDIENCIA: Admisión o presencia de algún medio de comunicación con su público.

AUTOPROMO: Anuncio para promover algún producto o quizás una serie televisiva, para su mejor aceptación.

BUFA: Dicho propio para burlarse de la gente, actitud chocarrera, brosa pesada.

BURLESQUE: Pequeño teatro donde aparecen cómicos representando algo ridículo y jocoso.

CABULA: Aquellas personas que hacen trampas y se aprovechan de la pena ajena son llamados cábulas, gentes chistosas y graciosas.

CALAMBUR: Juego de palabras que en ocasiones son contradictorias que buscan la risa de la gente.

CALO: Lenguaje adoptado por el sector popular, lenguaje del hampa o truhanería picaresca, voces como: chale, nomas, ai, no hijo y chido son cálo.

CAMAROGRAFO: En la televisión es aquel que se diestra para el manejo de la cámara televisiva.

CARCAJADA: Risa violenta y ruidosa, soltar la risa.

CARPA: Escenario paralelo al teatro de revista, sitio muy parecido al circo, eran la principal diversión de un gran sector de la población, se presentaban un sínfin de variedades como: cómicos, bailarinas, cantantes y ventrilocuos. Era una tienda puesta en el suelo desnudo usando panales de madera para improvisar el escenario y construyendo asientos a base de simples tablones.

CATARSIS: Psicoterapia destinada a liberar el inconsciente de recuerdos traumáticos.

CAVILAR: Pensar mucho en alguna cosa.

CENSURA: Funciones que tienen algunas personas para suprimir las obras artísticas, corregir, reprobar y criticar un trabajo.

CHISTE: Dicho agudo y gracioso, broma jocosa, suceso que utilizan los comediantes para divertir al público en sus espectáculos.

CINE: Medio de comunicación donde se componen y realizan películas para proyectarlas. Sala de espectáculos.

CINISMO: Impudencia, procacidad. Portarse con ironía con la demás gente.

CLASISTA: Partidario de la discriminación hecha por una clase o sector social privilegiado con respecto a otra.

COBERTURA: Es el alcance que tienen los medios de comunicación, éstos pueden ser de mayor o menor medida dependiendo de su tecnología electrónica o impresa.

COLECTIVO: Es lo formado por varias personas o cosas. Lo que presenta la idea de un conjunto, dentro de la comunicación es un término que se utiliza para señalar a una gran cantidad de personas.

CULTURA: Desarrollo intelectual o artístico. Incluye todos los conocimientos e instrumentos que utilizamos para relacionarnos con el medio natural y social. Usada así, cultura siempre se maneja en plural: las muchas y diferentes culturas que existen, se transforman y cambian. La diversidad cultural es un hecho de la realidad. Las culturas se crean y se recrean permanentemente por su propia dinámica y por la interacción entre las culturas que superficialmente consideramos y que suponemos en vertiginosos cambios, entre aquellas que arrogadamente calificamos de tradicionalistas y que suponemos conservadoras o estáticas.

COMEDIANTE: Es un cinico potencial que se ve hundido en una

guerra entre el dominio y el sometimiento, con sus rutinas, sketches, excentricidades, gags y chistes, logra la carcajada del espectador que arremete en contra del farsante y posteriormente en oposición de las personas que ha censurado.

COMICIDAD: Tiene un desempeño arduo y difícil en pos de lograr su finalidad que es hacer reír. Es la revelación del ridículo de un cómico. Es la antítesis de todo lo solemne.

COMICO: Es aquel individuo que pierde todo concepto del ridículo que no piense que si hace cualquier cosa, se pone ropa chusca o dice todo tipo de frases o expresiones verbales dará una imagen grotesca. Debe tener la virtud de hacer reír y encarnar prototipos.

COMUNICACION: Acción de informar, enlace de dos puntos. Son cinco elementos indispensables para que el proceso de comunicación se cumpla: emisor, receptor, mensaje, canal y código.

COMUNICACION DE MASAS: Proceso de producción y transmisión social de la información.

CONDUCTA: actitudes de un ser humano con sus semejantes. Forma de comportarse del individuo dentro de la sociedad en que vive.

CONDUCTA DELICTIVA: Actitud reprehensible del ser humano con su propia sociedad.

CONGLOMERADO: Reunión de varias personas, cuando se unen los individuos en busca de un fin.

CONTENIDO: Lo que tiene un mensaje, éste puede llevar una ideología para el receptor, el contenido es manejado y manipulado por quien realiza o por quien tiene el poder de emitirlo.

CONTESTARIO: Es aquella persona que responde o declara los derechos de los ciudadanos que viven en la misma sociedad. El hombre en muchas ocasiones es un ser impugnador o contestatario.

CONTEXTO: Trasfondo literario de toda obra, permite apreciar las ideas ambiguas del autor.

CORTINILLAS: Dentro de la televisión se utilizan como medio publicitario de algún producto o para señalar un programa nuevo.

CRITICA: Arte de juzgar las obras artísticas o literarias, juicio emitido sobre ellas.

DEBATIR: Discutir una obra o un trabajo entre varias personas.

DEJUDO: Valor o calidad de ciertas gentes o de los objetos.

DESMITIFICAR: Quitar el carácter fabuloso o heroico de alguna obra realizada por el ser humano.

DIFUSION: Acción de informar, distribución de algunos mensajes entre un grupo de personas. Transmisión de misivas por cualquier medio de comunicación.

DISTORSIONAR: Deformación de algunos mensajes en cualquier medio de comunicación, alteración de una obra.

DIVERGENTE: Situación en la que se apartan dos cosas. Diversidad de opiniones.

DOBLE SENTIDO: El comediante hace uso de este juego de palabras para provocar la risa, muchas de estas frases llevan consigo la leperada.

DRAMA: Acción teatral, pieza de teatro cuyo asunto puede ser a la vez cómico o trágico. Suceso terrible.

E.C.O: Empresa de Comunicaciones Orbitales.

EDUCACION: Acción de desarrollar las facultades físicas, intelectuales y morales del ser humano. Instrucción para beneficiar aptitudes y actitudes tanto cognitivas como psicomotrices del individuo.

EDUCACION FORMAL: Es aquella que basa su enseñanza en planes de estudio así como horarios establecidos, un ejemplo es : la escuela.

EDUCACION NO FORMAL: Es aquella que se ofrece a través de experiencias vividas o de manera autodidacta.

EFECTO: Resultado en el comportamiento o en la ideología de las personas que observan la televisión.

EMBELEBAR: Que transforma los sentidos, que cautiva a los espectadores.

EMISION: Programa de televisión, Acción y efecto de difundir cualquier tipo de mensaje por medio de la comunicación.

ENAJENAR: Privar al ser humano de su posibilidad como ser pensante. Distracción o embelesamiento a través de un mensaje.

ENREDO: Travesura de algún cómico para conseguir la risa del espectador, nudo en una obra dramática.

ENTRETENIMIENTO: Acción de divertir y distraer al espectador. El cómico busca la alegría del público a través de chistes o situaciones chuscas.

EPIGRAMA: Composición poética satírica, los epigramas son una crítica o una burla mordaz e ingeniosa. Entre los antiguos inscripción que se ponía en un monumento.

ESCENOGRAFIA: Arte de poner en perspectiva una obra o de pintar

decoraciones escénicas.

ESTEREOTIPO: Imagen o idea aceptada por un grupo, opinión o concepción muy simplificada de algo o alguien.

FARANDULA: Profesión de los comediantes, compañía cómica, componiese la farándula siete hombres y tres mujeres.

FARANDULERO: Artistas que hacen uso de la farsa, se le llama así al cómico.

FLAGELAR: Acción de censurar severamente, la comedia flagela los vicios del ser humano.

GABS: Situación cómica representada por un artista en el escenario.

GALERIA: Público que ocupa un lugar o una localidad para presenciar un espectáculo.

GUIOL: Escenario donde se presentan titeres o cómicos para divertir al público.

GUION: Escrito que sirve como guía. Argumento de todo trabajo artístico expuesto en todos sus detalles para su cabal realización.

HUMOR: Acción para provocar la risa, es una manifestación de alegría, establece al ridículo como castigo ideal de conductas viciosas.

HUMORISMO: Actividad de los cómicos para provocar la carcajada.

IDEOLOGIA: Ciencia de las ideas, sistema que considera a las ideas entre sí. Conjunto de las ideas de algún grupo social.

ICONOCLASTA: Aquel que destruye las imágenes. Se aplica al que no respeta los valores tradicionalistas.

IMAGEN: Reproducción de una figura por medio del cine o la televisión. Opinión que se tiene de un personaje o una institución.

INEVISION: Instituto Mexicano de Televisión.

INFLUENCIA: Acción que ejerce un medio de comunicación sobre una persona o sobre un grupo de individuos.

INFORMACION: Acción y efecto de comunicar, contenido de los mensajes transmitidos por algún medio de comunicación.

IRONIA: Burla o sarcasmo que consiste en dar entender lo contrario de lo que se dice. Contraste fortuito que parece una burla.

JUJULARIA: El ejercicio de las personas que se ganaban la vida recitando versos y tocando música en la Edad Media.

LEPERADA: Acción grosera o dicho indecente, juego verbal utilizado por algunos cómicos.

LENGUAJE: Empleo de palabras para expresar ideas. Conjunto de señales para dar a entender una cosa. Hay tres clases: el hablado, oral y escrito.

LEVITA: Vestidura de hombre, con faldones largos.

MAJADERIA: Voces utilizadas por algunos cómicos para provocar la carcajada, son palabras molestas e incómodas. Necesidades.

MANIPULAR: Manejar o dirigir a una persona o a todo un grupo de individuos, para que hagan lo que se desea.

MASIVO: Que agrupa a un gran número de personas, un medio de comunicación puede llegar a ser masivo.

MEDIO DE COMUNICACION: Es toda aquella manera en que el ser

humano se informa de lo acontecido, como por ejemplos: la radio, el cine o la televisión.

MEDIO ELECTRONICO: Es un término utilizado como sinónimo de radio o televisión.

MELODRAMA: Drama acompañado de música, ópera. Drama de carácter popular y que despierta emociones fuertes.

MENSAJE: Significado profundo de toda obra artística o aportación personal de un artista. Información facilitada por un ordenador. Es un instrumento fundamental en el proceso de comunicación, ya que en él se plasma y se expresa la intencionalidad del emisor.

MEQUINDAD: Que carece de lo necesario. Obra muy pequeña.

MISIVA: Que envía o emite algún mensaje. Mensaje de una obra.

MISTERIOS: Conjunto de doctrinas que dieron a conocer los iniciadores. Que encierra un sentido oculto.

MITO: Relato de los tiempos fabulosos o heroicos. Tradición alegórica que tiene como base un hecho real, histórico o filosófico.

MOFA: Actividad de burla, ejercicio de ciertos cómicos para conseguir la risa.

MONOPOLIO: Posesión exclusiva para explotar una industria, con fines particulares.

MUDABLE: Actitud variable e inconstante del ser humano.

NEFASTO: Actitud indigna. Muy mala y de pésimo gusto.

NEOFITO: Algo nuevo o recién convertido.

NONERIAS: Actitud tonta o absurda.

OPERA: Poema dramático con acompañamiento de música y cuyo texto

es todo cantado. Poema dramático jocoso en el que se alterna el canto con el diálogo es una ópera cómica.

OPERA: Obra teatral de escenas cantadas y declamadas, de carácter frívolo y alegre.

PANFLETO: Escrito o trabajo infame.

PARADOJICO: Opinión contraria a la común, contradicción a la que la gente llega en ciertos casos. Palabras o frases al parecer inconciliables.

PARODIA: Imitación burlesca de una obra artística, cualquier imitación burlesca de una cosa seria. Representación teatral para ridiculizar algo serio.

PELADEZ: Actitud grosera o lépera del ser humano.

PERCEPCION: Discernimiento de algún mensaje emitido.

PERFIL: Contorno de alguna persona. Características personales de un artista.

PERIODICO: Medio de comunicación impreso que se publica periódicamente.

PERSUADIR: Hacer alguno creer alguna cosa que le conviene a sus intereses. Convencer de algo.

PICARDIA: Acción baja y vil. Obrar con mucha astucia. Acción deshonesto utilizada por algunos cómicos.

POPULAR: Relativo y propio del pueblo. Existen lenguajes y actitudes populares.

PRECURSOR: Precededor de alguna actividad humana.

PRELACION: Referencia de una cosa respecto a otra.

PROCACIDAD: Actitud de insolencia o desvergüenza.

PROGRAMAS TELECOMICOS: Género televisivo que se basa en los chistes y el humor para provocar la risa de la gente.

PROPUESTA: Acción de hacer una proposición para un empleo o beneficio.

PROTOTIPO: Modelo de una cosa. El original de una obra.

PSICOLOGIA DE MASAS: Manera de pensar de un grupo considerable de personas o de un pueblo.

PUBLICIDAD: Conjunto de medios empleados para dar a conocer un producto mercantil. Conjunto de anuncios empleados para divulgar hechos.

PUBLIRELACIONISTA: Persona versada en la actividad de la publicidad.

RACIONALISMO: Doctrina filosófica que rechaza la revelación y pretende explicarlo todo por medio de la razón.

RATING: Cantidad o capacidad de aceptación de algún programa de radio o televisión, se realiza a través de encuestas con el público.

RECEPCION: Acción de recibir algún tipo de mensaje emitido por un medio de comunicación.

REFLEXION: Meditar acerca de una obra, juicio que resulta de haber contemplado una actividad.

REPETIDORA: Reprodutor de mensajes emitidos por un aparato electrónico como la televisión.

RETORICA: Arte que enseña las reglas del bien decir, giro que cambia la expresión del pensamiento para hacerlo más claro o más fácil de comprender.

RETRUPECANO: Juego de palabras utilizadas por muchos y variados artistas.

RIDICULIZAR: Burlarse de otra persona. Los cómicos se burlan de sus propios vicios.

RISA: Movimiento de la boca y del rostro que denota alegría, la risa es propia del hombre. Tomar a risa es no dar crédito o importancia.

R.T.C.: Radio Televisión y Cinematografía.

SARCASMO: Burla sangrienta, ironía mordaz empleada por ciertos cómicos.

SATIRA: Composición poética que censura o ridiculiza personas o cosas. Discurso dicho o escrito agudo, picante y mordaz.

SCRIPT: Argumento que utiliza el actor para su puesta en escena.

SKETCH: Escena corta de teatro o cine.

SLOGANS: Frase o expresión empleada para promover un programa de televisión.

SOCIEDAD: Estado de los hombres que viven sometidos a leyes comunes.

SPOTS: Labor artística de la publicidad en televisión para anunciar un producto mercantil o algún serial informativo o de entretenimiento.

STANDAR: Tiempo regular que se emplea para un programa de televisión. Horario establecido de antemano.

SUBVERSIVO: Dícese de lo que es capaz de corromper al hombre.

SUPERFICIAL: Actitud frívola de algunas gentes, cosas que se toman sin darles importancia.

TANDA: Revista musical mexicana. Grupo de artistas que alternan en una carpa, División de algún espectáculo teatral.

TAMIZAR: Pasar o escoger lo que solamente reúne ciertas cualidades.

TEATRO DE REVISTA: Lugar donde se representan obras dramáticas o se ejecutan espectáculos. Es una herencia española. En México aparecen hasta fines del siglo pasado.

TELEAUDITORIO: Se les llama de esta manera a todas las personas que acostumbran a ver televisión.

TELESPECTADOR: Sinónimo de teleauditorio. Persona que gusta de mirar el televisor.

TELEVISA: Televisión Vía Satélite.

TELEVISION: Es la fusión de la imagen móvil a distancia con el sonido.

TELEVISION COMERCIAL: Es aquella que esta dirigida por la iniciativa privada.

TELEVISION ESTATAL: Es aquella a la cual la administra el gobierno federal.

TENDENCIA: Fuerza que impulsa a una inclinación. Elemento fundamental de la vida psicológica, en particular afectiva. Fin de un grupo organizado para dirigir su mensaje a los demás.

TINTERILLO: Dentro del espectáculo se le llama al cómico gracioso y chistoso que consigue la risa del público.

TRAGICOMEDIA: Poema dramático que representa incidentes cómicos o cuyo desenlace no es trágico. Suceso que provoca risa y piedad.

TRANSMISION: Acción de emitir un mensaje y su efecto. Propagación

de misivas para que el público las reciba. Difusión por medio de la radio y la televisión.

UNIVERSALISMO: Opinión que no reconoce más autoridad que el reconocimiento general, que se extiende o se aplica.

VIDEO TAPE: Grabación pregrabada en una cinta para después ser transmitida por televisión, en el horario que más convenga. Con el video tape se pueden evitar posibles yerros.

VIS COMICA: Fuerza o calidad cómica de algún artista de teatro, cine y televisión.

VULGARIDAD: Calidad banal de ciertos individuos, expresarse a base de trivialidades es hablar vulgar. Manera de hablar y comportarse de las personas incultas.