

71
2ej.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE PSICOLOGIA

**ANALISIS DE CONTENIDO DE
UNA SERIE DE DIBUJOS
ANIMADOS: "LOS SIMPSONS"**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGIA
P R E S E N T A N
LAURA CRUZ SALAZAR
ARIADNA VERONICA URZUA HERNANDEZ

DIRECTORA DE TESIS:
DRA. MA. EMILY ITO SUGIYAMA



FACULTAD
DE PSICOLOGIA

MEXICO, D. F.

1997

TESIS
FALLA DE CON
60/70



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

Deseamos expresar nuestro agradecimiento a los profesores que forman parte del jurado, por su orientación, dedicación y empeño a este trabajo:

Dra. Ma. Emily Reiko Ito Sugiyama, nuestra asesora de tesis.

Mtra. Olga Bustos Romero

Dra. Gilda Gómez Pérez-Mitre

Mtra. Patricia Paz De Buen Rodríguez

Lic. Ma. de la Luz Javiedes Romero

**GRACIAS SEÑOR
POR DARMÉ
LA OPORTUNIDAD
DE VER REALIZADO
UNO DE LOS SUEÑOS
MAS IMPORTANTES
DE MI VIDA**

**MAMÁ
GRACIAS POR TU ESFUERZO
PARA FORJARME UN FUTURO
Y POR ENSEÑARME A LUCHAR
PARA SER ALGUIEN EN LA VIDA.**

**PAPÁ (:) DONDE QUIERA
QUE TE ENCUENTRES,
GRACIAS POR ENSEÑARME
A AMAR Y APRECIAR LA VIDA.**

**GRACIAS
A MI HERMANA
POR SU CARÍO.**

**GERARDO
GRACIAS POR TU CARÍO
Y APOYO INCONDICIONALES.**

**DRA. EMILY ITO,
GRACIAS POR BRINDARNOS
SUS CONOCIMIENTOS
Y GUIARNOS EN LA REALIZACION
DE ESTE SUEÑO.**

A TODOS Y CADA UNO LES DEDICO ESTE TRABAJO.

LAURA.

DEDICADO A:

A DIOS POR PERMITIRME TERMINAR UN SUEÑO MAS EN LA VIDA.

A LA MEMORIA DE LOS QUE ME FORJARON UN FUTURO: MIS ABUELITOS, JULIAN, JOVITA, FELIPE Y CARMEN.

A LOS QUE ME ENSEÑARON A Luchar Y AMAR LO QUE HAGO MIS PADRES, ALFREDO Y HABAKUK, ASÍ COMO A MI TÍA DONA.

CON TODO MI CARINO AL SOSTÉN DE LAS COSAS QUE EMPRENDO: A MIS HERMANOS, CARMEN, JOVITA, JACQUELINE, ALFREDO, HÉCTOR, EDGAR Y ANGEL.

A FAUSTO IN NOMEN AMARE FILIUS THESAUROS, GRACIAS POR TU CARINO EN LOS MOMENTOS MÁS DIFÍCILES.

A MIS NIÑOS, MARIBEL, ISRAEL Y ASHANTY, CON LA ESPERANZA DE SER SIEMPRE UN BUEN EJEMPLO PARA USTEDES.

A MI TUNA LA FEMENIL DE LA FACULTAD DE PSICOLOGÍA DE LA UNAM, POR TANTAS ANDANZAS Y POR DEJARME DESARROLLAR EL ALMA ESTUDIANTIL Y EL ESPIRITU UNIVERSITARIO; ASÍ COMO A TODOS LOS HERMANOS(AS) DE BECA Y CAPA.

A LOS MAESTROS DE LOS CUALES SIEMPRE APRENDÍ, CARMEN VÁZQUEZ (q.p.d.), MTRA. CONSUELO ARCE, LIC. PATRICIA MERAZ, LIC. RAÚL TENORIO Y UN AGRADECIMIENTO ESPECIAL A LA DRA. EMILY ITO.

A LAS MANOS AMIGAS QUE NUNCA ME DEJARON Y SIEMPRE TUVIERON UNA PALABRA DE ALIENTO PARA MÍ: A LAURA CRUZ Y SU FAMILIA, SR. ALFREDO RAMÍREZ, AMPARITO MEJÍA, CARMELITA RUIZ, MIRIAM NOVELO Y GABRIEL CAMPOS.

ARIADNA.

INDICE

	Página
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
CAPITULO 1. SOCIALIZACIÓN	
1.1 Principales Teorías	5
1.2 La Adquisición de los Roles	9
1.3 Agentes de Socialización	12
CAPITULO 2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
2.1. El Proceso de la Comunicación	14
2.2 Los Medios de Comunicación	23
2.3 Efectos de los Medios	26
2.4 Características de la Televisión	35
2.5. Las Series de Dibujos Animados	41
CAPITULO 3. ANÁLISIS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS	
3.1. Análisis de Forma	47
3.2 Análisis de Contenido	53
CAPITULO 4. MÉTODO	
4.1 Objetivos	60
4.2 Categorías	60
4.3 Muestra	61
4.4 Tipo de Estudio	61
4.5 Instrumento y Materiales	62
4.6 Procedimiento	64
4.7. Procesamiento de Datos	64
CAPITULO 5. RESULTADOS	
5.1. Características Demográficas	66
5.2 Metas de los Personajes	67
5.3 Características Psicológicas	68
5.4. Entorno	73

	Página
CAPITULO 6 DISCUSION Y CONCLUSIONES	
6.1 Discusión	75
6.2 Conclusiones	85
BIBLIOGRAFIA	89
APÉNDICES	
A Definición de Categorías de Registro	94
B Capítulos Registrados	101
C Instrumento Utilizado	104
D Tablas de Frecuencias	114
E Personajes Registrados	121

Resumen

En el presente trabajo se pretende hacer un análisis de contenido de tipo descriptivo, cuantitativo, exploratorio y directo (Ruiz, 1989), de un programa televisivo.

El objeto de estudio es el programa de dibujos animados "Los Simpsons", en el cual los personajes centrales son una familia norteamericana que se ve envuelta en situaciones de la vida cotidiana y que interactúa con diversos personajes que manejan estereotipos de la sociedad estadounidense.

El objetivo de este trabajo es describir el modelo de familia que presenta el programa de "los Simpsons", así como la interacción de la familia protagonista con la sociedad. Para ello, se hace una revisión de diferentes teorías sobre el proceso de socialización y la teoría de la comunicación, que apoyan la estructura de este análisis, ya que dan los elementos suficientes para una explicación de las conductas, actitudes, valores, estereotipos y roles que se presentan en dicha serie.

Con base en el análisis realizado, se encontró que existe un alto índice de violencia tanto física como verbal, en la mayoría de los personajes que aparecen en el programa de "Los Simpsons". El modelo de familia que se presenta es funcional pero de manera peculiar por las características de personalidad que se observan en cada uno de sus integrantes, ya que exhiben conductas fuera de lo esperado por sus roles, sin embargo se complementan buscando armonía familiar y logrando una estabilidad.

En cuanto a los ambientes externos en los que se desenvuelven los miembros de la familia como son la escuela y el trabajo, se presentan estereotipos comunes de estos lugares pero ridiculizados, es decir, se hace burla de los roles que representan los personajes en la sociedad.

Introducción

A lo largo de la vida, el ser humano aprende tanto del medio que lo rodea como de las relaciones que establece con sus familiares y amigos, los cuales a su vez han asimilado experiencias que les transmite su núcleo familiar y así el intercambio de conceptos se va enriqueciendo cada vez más. Aunque la familia es la fuente primaria de la que el ser humano toma sus primeras experiencias de aprendizaje, el medio ambiente le ofrece una mayor diversidad de estímulos con los que puede aprender; probar y modificar su conducta. El hombre se socializa por medio de distintos agentes.

En la psicología, se utilizan teorías para explicar cómo se va dando el proceso de socialización en el transcurso de la vida de los seres humanos. Existen diferentes enfoques como la teoría de los elementos de la personalidad de Sigmund Freud (1896) o el desarrollo cognitivo y del juicio moral de Jean Piaget (1954). Existe también la teoría de las etapas sociales propuesta por Erick Erikson (1959), así como también la de Albert Bandura (1977), que es la del aprendizaje social a través del modelo de imitación. Dentro de esta perspectiva se encuentra que los agentes socializantes, entre los que se encuentran los medios masivos de comunicación, influyen en la formación de patrones de comportamiento.

En la actualidad los medios masivos de comunicación juegan un papel importante en la socialización de los individuos. El que es de interés para este trabajo tiene el mayor impacto entre la colectividad por la gama de movimientos, colores, sonidos y la comodidad de encenderla dentro del mismo hogar: la televisión.

Como un medio de comunicación, la televisión es un elemento que forma parte de un proceso, es un canal por medio del cual un emisor lleva su mensaje a una audiencia bastante amplia de receptores. Cada uno de estos elementos, tiene características y funciones para que se realice dicho proceso. La "pantalla chica", como se le ha dado en llamar, no es algo necesariamente pasivo, sino que echa a andar muchos procesos intelectuales que están ligados al desarrollo cognoscitivo y social del receptor. En este aparato siempre se están comunicando significados, creencias y valores que van proyectando estereotipos que juegan ciertos roles dentro de un contexto manejado en los programas televisivos y que tienen por intención ser integrados en el comportamiento de quienes ven estas imágenes.

Dentro de la historia de la televisión, han desfilado ininidad de programas con diversas temáticas dirigidas a diferentes tipos de público, con distintas formas como películas, telenovelas, programas musicales, cómicos y el ingreso de los **cómics** (antes pertenecientes a los periódicos y revistas) ahora con movimiento, a la pantalla: los dibujos animados. Estos últimos regularmente van dirigidos al tele auditorio infantil y, con el paso del tiempo, han desarrollado diferentes temas en los contenidos del mensaje.

Dentro de los programas de dibujos animados o caricaturas, se han desarrollado diferentes temáticas que van desde la "simple comicidad", pasando por las de los "héroes superdotados" o historias rosas y dramáticas, hasta llegar a las temáticas de mayor "violencia" en las que hay actos de venganza que definen la lucha entre el "bien y el mal".

Pero nace en la actualidad una nueva manera de realizar temáticas para caricaturas en televisión, como es en la serie "Los Simpsons" en la cual se presenta una estructura que toma elementos de la vida cotidiana y de la sociedad (refiriéndose a la norteamericana); esto fue un motivo interesante para escoger esta serie como tema de análisis del presente trabajo. La serie narra la historia de la vida de una familia integrada por Homero, el padre; Marge, la madre; y sus hijos Bart, Lisa y Maggie; y su función como núcleo de la sociedad en la que viven. Los autores manejan diferentes estereotipos para representar a los personajes de la sociedad de Springfield, la pequeña población donde se desarrolla la serie.

Para analizar dicho programa de dibujos animados, se optó por seguir la técnica del Análisis de Contenido, la cual proporciona las herramientas necesarias para describir las conductas y actitudes de los personajes que participan, y por medio de esto, definir el tipo de contenido que se envía en el mensaje trabajado por los autores, sobre el modelo familiar representado en "Los Simpsons". La técnica retomada puede ser la descrita como cuantitativa, ya que toma en cuenta la frecuencia de aparición de las categorías de registro: exploratoria, en tanto busca conocer el concepto de familia y los rasgos que caracterizan a sus miembros; y directo por basarse en el contenido manifiesto¹.

¹ Contenido manifiesto: es el contenido que está presente dentro del texto del mensaje con toda claridad (Berlo, 1969)

Otro motivo que llevó a las autoras a realizar esta investigación es que los patrones de conducta exhibidos por los personajes son vistos por espectadores jóvenes, en su mayoría niños, que son los aficionados a la televisión y en particular a este programa, muchos de ellos pasan gran parte de su tiempo libre frente a la televisión y aun el niño más disperso permanece atentísimo con un simple comercial, o ante las hazañas de su héroe favorito, por ejemplo Bart Simpson. Es capaz de recordar nombres, hechos y hasta colores y formas, aunque no pueda retener las tablas de multiplicar o las capitales de Europa. Lo cierto es que la información transmitida a través de la televisión puede influir en los pequeños espectadores, alterando sus patrones de conducta y pensamientos al imitar a sus héroes.

Con el propósito de alcanzar los objetivos de esta investigación, el presente trabajo se divide de la siguiente manera:

En el primer capítulo, se hace una revisión del proceso de socialización y algunas teorías que explican de qué manera se va dando este proceso; se habla también de la adquisición de los roles y de los agentes de socialización (entre los que se encuentran principalmente la familia, la escuela y por supuesto los medios masivos de comunicación).

En el segundo capítulo, se aborda el tema de la comunicación, explicando en qué consiste y sus componentes, así como también los medios de comunicación masiva y sus efectos. Dentro de éstos últimos, se encuentra uno muy importante: la televisión, que junto con sus características ocupan una parte importante dentro de este capítulo, al igual que las series de dibujos animados a las cuales pertenece nuestro objeto de estudio "Los Simpsons".

El tercer capítulo, es uno de los más importantes. Debido a que se pretende analizar el contenido de un programa de dibujos animados, es inevitable un capítulo referente a la técnica de análisis de contenido. En este capítulo también se revisa de manera general, la técnica de análisis de forma, que aunque no será utilizada en la presente investigación, no deja de ser menos importante.

Posteriormente se presentan los capítulos referentes al método, a los resultados, a la discusión de éstos y las conclusiones a las que se llegó en este trabajo.

CAPITULO I

Socialización

Los seres humanos, a diferencia de los otros seres vivos cuya conducta está determinada biológicamente, dependen de su cultura, de roles sociales y experiencias sociales para sobrevivir. Desde niños aprenden a vivir en el ambiente que les rodea por medio de un proceso de socialización que se describe como un medio por el cual los miembros de una sociedad adquieren las normas, costumbres, creencias y valores de su cultura y actúan dentro de ellas sin perder su individualidad. Este proceso es influido por agentes socializantes entre los que se encuentran la familia, la escuela y los medios de comunicación.

Cada individuo interpreta su medio ambiente de diferentes formas y fundamenta lo que se llama su personalidad, la cual se refiere a las diferencias individuales, consistentes en patrones de pensamiento, sensaciones y actos. Toda cultura que conocemos está compuesta, en parte, de elementos culturales tomados alguna vez de otra. Se llama **aculturación** al proceso por el cual unos pueblos adquieren elementos culturales a partir de otros (Goode, 1977).

Algunos tipos de elementos o patrones culturales fluyen con mayor facilidad de un grupo a otro; asimismo, algunas clases de interacción social permiten mayor o menor aculturación. Una sociedad aceptará con mayor facilidad copiar técnicas, siendo más rápida la adquisición de éstas cuando se adaptan a una tarea a la que ya se encuentra dedicada dicha sociedad.

1.1. Principales Teorías

Las teorías de cómo se socializa a la gente son diversas, así como los autores que tratan de explicar la manera en que se va dando este proceso. Entre las más importantes se encuentran las siguientes:

Sigmund Freud: Los elementos de la Personalidad

Freud se basa en que los factores biológicos juegan un papel importante en la personalidad humana a los que llama instintos (Freud 1896, citado en 1990)

Este autor dice que la Personalidad es el Aparato Psíquico del ser humano y lo divide en tres partes

- *Ello* este aparato tiene el poderío de expresar el verdadero propósito vital del individuo: satisfacer las necesidades que ha traído consigo, los instintos surgidos de la organización somática

- *Yo* gobierna los movimientos voluntarios, su tarea es de autoafirmación y lo realiza en doble sentido. Frente al mundo exterior, aprende a conocer los estímulos, acumula en la memoria experiencias sobre los mismos y evita, por medio de la fuga, los que son demasiado intensos; enfrenta, a través de la adaptación, los estímulos moderados y finalmente aprende a modificar el mundo exterior adecuándolo a su propia convivencia.

- *Super Yo* es la instancia psíquica que refleja al mundo exterior. "observa al yo, le imparte órdenes, lo dirige y lo amenaza con castigarlo como lo hicieran sus padres, cuya plaza ha venido a ocupar, y en su función de juez lo sentimos como conciencia moral" (Freud 1895, citado en 1990). de éste, el *super yo* maneja lo relacionado con la influencia de las tradiciones y normas sociales que vienen del exterior.

Freud explica el proceso de socialización, como un equilibrio en el aparato psíquico del individuo, en el que el *Id* que es el *ello* y el *Super Ego* o *super yo*, se combinan en el *Ego* (*yo*) para el control de sus instintos.

Jean Piaget: Desarrollo Cognitivo y Juicio Moral.

El autor plantea que conforme crecen los seres humanos van desarrollando sus niveles intelectuales y de este modo, cualquier experiencia de socialización depende de cómo el niño percibe o interpreta dicha experiencia. La misma experiencia puede ser percibida en forma diferente por niños a distintos niveles cognoscitivos.

Interesado en el desarrollo de cambios del razonamiento moral. Piaget describe cómo piensan los niños acerca de los problemas morales a diferentes edades, dónde creen que se originan las reglas sociales y cómo deciden si una regla es justa o razonable (Piaget 1954, citado en 1972). Por ello menciona que existen dos niveles dentro de la construcción del juicio moral:

a) **Moralidad Heterónoma o Realismo Moral** (de tres a siete años)

Los niños se comportan de acuerdo a una moralidad de construcción, emplean una forma egocéntrica de razonamiento moral, ven a las reglas como las que provienen de figuras autoritarias y son extrañas a ellos. Son realidades inalterables, en el sentido de que siempre son así y así permanecerán. Los sujetos en este estadio igualan el castigo con la maldad, para ellos los actos erróneos se castigan.

El cambio mayor existe en los niños de edad media, es decir, de siete a nueve años.

b) **Moralidad Autónoma o Relativismo Moral** (de siete a doce años)

Los niños se comportan con base en una moralidad de cooperación, hay reglas sociocéntricas de razonamiento moral, éstas son consideradas como convenios sociales; son decisiones que toman los miembros de un grupo social. Por el hecho de participar con otros para elaborar reglas, comprenden que pueden ser hechas y cambiadas a través de la construcción de las mismas. La obediencia es necesaria para mantener el orden social. Intentan tomar la perspectiva de otros desempeñando un papel, el rol social.

Erick Erikson: Teoría de las Etapas Sociales.

Trabajó sobre el concepto freudiano del "yo", para considerar la influencia de la sociedad en el desarrollo de la personalidad. El autor hace mención de etapas en el desarrollo de la vida en un individuo, cada una de ellas en función de la resolución con éxito de una crisis o un punto de giro.

La primera etapa es la que llamó de la autonomía y confianza en sí mismo en la que el proceso de socialización es de gran importancia ya que el niño aprende que hay algunas reglas relacionadas con funciones fisiológicas de eliminación que son las propias de la edad. Esta es la etapa en la que se inicia la socialización formal. En la segunda etapa que Erikson llama de la identidad, el adolescente trata de aclarar quién es él y cuál ha de ser su papel en la sociedad. En este periodo los sujetos están preocupados por la opinión que otros tienen de sí mismos en comparación con su propia concepción, y por la cuestión de cómo lograr que las reglas y destrezas aprendidas anteriormente se enlacen con lo que en la actualidad se hace y estila (Erikson 1959, citado en 1984). En esta etapa la tarea más importante es la búsqueda de una identidad, resolver ¿quién soy yo en realidad?, por ello se enfrentan a una crisis de identidad frente a la confusión de roles.

Bandura: Teoría del Aprendizaje Social

En esta teoría el autor acentúa la importancia de la observación y la imitación, en el cual un sujeto imita las conductas que observa de otro, a este tipo de aprendizaje se le llama *modelado* (Bandura 1963, citado en 1985). Las personas cuya conducta observamos y frecuentemente imitamos, son llamados *modelos*. Bandura esquematiza con cuatro pasos el aprendizaje por observación.

- 1º Prestar atención y percibir los aspectos relevantes del comportamiento.
- 2º Recordar el comportamiento, también a través de palabras o imágenes mentales.
- 3º Convertir en acción la observación recordada.
- 4º. Estar motivado para adoptar el comportamiento.

De este modo en el proceso de socialización, se recurre a modelos en determinados roles, con actitudes, valores y estereotipos, para que sean imitados.

Bandura también utiliza el término de "representación de un rol", como un proceso por el cual, mediante la imitación de actitudes adultas, el niño adquiere el dominio de pautas de comportamiento que se espera que tenga cuando sea adulto. En términos generales, la conducta imitativa implícita en la representación de un rol y

en la conducta de rol, se da en ausencia de instrucciones explícitas de cómo deberá comportarse el observador, aunque desde luego, éste puede ayudarse de descripciones de modelos ejemplares positivos (Bandura, 1985)

En el caso de la televisión, ésta presenta modelos que son imitados por espectadores, en concreto los niños (idem)

- 1.-Los niños quieren ser como el modelo televisivo: ya sea un ídolo deportivo o un héroe de caricatura
- 2.-Los niños creen ser como el modelo televisivo adoptan parte de la personalidad del modelo, dicen los mismos chistes o pueden vestir como él
- 3 - Los niños experimentan emociones como las que el modelo televisivo siente como una heroína de una novela cuando sufre
- 4 - Los niños actúan como el modelo televisivo en los juegos, en las conversaciones a menudo adoptan las maneras, la voz y las formas de expresarse

Los conceptos que se han analizado son las diversas explicaciones a las circunstancias que suceden dentro de la temática de los programas televisivos y de las posibles consecuencias de estas temáticas para el televidente

El hecho de conocer cómo funciona el proceso de la socialización deja claro cómo se forman los conceptos sociales en el pensamiento de la gente y cómo los programas televisivos influyen en esta formación.

1.2. La Adquisición de los Roles

En el proceso de socialización, existen dos componentes que son de gran interés para este trabajo, los roles y los estereotipos, porque en el programa de televisión que se analiza, se presentan a través de los personajes que participan varios estereotipos así como los diferentes roles que éstos juegan.

La teoría de los roles (Myers, 1991) presume que la vida social se parece a la actuación teatral: hay escenas, máscaras y guiones preescritos. Los papeles o roles sociales como el de padre, estudiante, hombre o mujer sobreviven a quienes los desempeñaron. Tales roles permiten alguna libertad de interpretación a quienes lo desempeñan, aunque hay algunos aspectos de cualquier rol que deben ser cumplidos.

Un rol se refiere a una posición determinada del individuo en el contexto social, a la actitud y las funciones que se espera que asuma. "Es una forma de conducta social, lo que le corresponda hacer al individuo de acuerdo con su situación social y con los requerimientos que con respecto a la sociedad se establecen" (Sargent 1990, citado en Myers 1991).

Los roles están definidos por un grupo sustancial de normas y si se llegan a transgredir estas normas, se corre el riesgo de ser excluido de ese rol, por lo que son pocos los sujetos que se atreven a no cumplir con los requisitos básicos de su rol.

La gente depende de su situación social y también de su disposición, es por eso que responde de diferente manera ante las presiones sociales intensas. El juego de desempeñar el rol, deja de serlo a medida que el rol es absorbido en los rasgos y actitudes propios.

El proceso de socialización, es también responsable de la adquisición, formación y desarrollo de la mayoría de los roles sociales, incluyéndose por ejemplo, los que están socialmente heredados tales como madre, hijo, hermano. Los demás papeles que el individuo debe representar a lo largo de su vida, son consecuencia de las circunstancias de la interacción social que lo obliga a colocarse y que requieren de algún entrenamiento, ya sea de tipo formal o informal.

También el juego de los roles implica una serie de rasgos y características que se les atribuye a cada uno de estos papeles y que se conocen como *estereotipos*. Estos son ideas que forma un grupo de sí mismo o de otros grupos. En general, son visiones simplistas y alteradas de la realidad, influidas por prejuicios.

En 1972, Tajfel (citado en Doise et al 1980) expone que la categorización social sirve para sistematizar y ordenar el ambiente social, juega un papel en la orientación para la acción y la actualización de los valores que permite descubrir la forma en que los elementos físicos son captados de un modo diferente. La diferenciación categorial, es un proceso psicológico que permite dar cuenta de cómo las relaciones entre grupos conforman los comportamientos, representaciones y valoraciones de los individuos que participan en estas relaciones. Describe también el modo en que tales comportamientos se articulan en las dinámicas colectivas de diferenciación e integración.

Según Moscovici (1985), un estereotipo social existe cuando varios miembros de un grupo acentúan las diferencias que existen con respecto a los miembros de otro grupo, acentuando asimismo las semejanzas entre los miembros del propio grupo.

Los antecedentes para adquisición y desarrollo de los roles y estereotipos sociales, se van a encontrar en el entrenamiento adquirido durante el proceso de socialización básica que va de los 0 a los 15 años de edad, en el que se producen anticipaciones de las circunstancias futuras representadas en los tradicionales juegos de imitación: como, "jugar a las señoras", "jugar a ser chofer", "a los soldados", "a la escuela" o "a la casita". En estos juegos se adoptan los roles y estereotipos que desempeñan los adultos en la sociedad y que alguna vez corresponderán a los niños y a la vez aprenderán su desempeño.

1.3. Agentes de Socialización

Como ya se ha mencionado, en el proceso de socialización participan diferentes instituciones sociales que influyen en este desarrollo y se les llama Agentes de Socialización. El agente socializador más importante es la familia, porque es el primer círculo social al que se enfrentan desde infantes los individuos, ya que en este medio se atienden sus necesidades primarias. Típicamente, la familia es el enlace social entre el mundo y el niño.

En la familia se da el proceso central de transmisión cultural, en este medio se heredan actitudes, creencias, intereses y prejuicios. También las niñas y los niños aprenden a desempeñar labores según su sexo, enseñándoles los roles de "feminidad" y "masculinidad". Estas conductas influirán en otros medios como la escuela, el trabajo, entre otros.

El segundo círculo social es la escuela, el hecho de ingresar formalmente a ésta, demuestra que el sujeto es una persona individual e independiente de la familia, adquiere nuevas experiencias y nuevas maneras de relacionarse con los demás, ya que aprende a interactuar con otras personas y de éstas, aprenden a ver sus diferencias y semejanzas, escogiendo de entre ellos un núcleo de amistad con compañeros de clase con los que se identifica.

En esta interacción social adquieren otros patrones de conducta o simplemente otra manera de hacer las cosas, también aprenden a compartir, cooperar y organizarse en grupo con otros.

En la escuela ya existen conocimientos formales, se aprende a leer, escribir, realizar operaciones aritméticas, que ayudan al desarrollo de las actividades mentales y a utilizar la lógica en situaciones reales de su vida. Aprenden Historia y el por qué de los valores de su cultura, encuentran una explicación a sus creencias, adquiriendo así sus roles en diferentes situaciones de su existencia.

También en la escuela se realizan actividades, de tipo extraescolar, para que haya más convivencia social como: equipos deportivos, danza, música y cine clubes, en las que los sujetos aprenden a desarrollar habilidades sociales

Los medios de comunicación masiva también se toman en cuenta como agentes socializadores debido a que éstos, cualquiera que sea su forma, periódico, revista, radio o T V., envían información de tipo social a una vasta audiencia

Los medios de comunicación masiva son parte esencial de los procesos de la comunicación en las sociedades modernas. En sus descripciones e informes aportan interpretaciones de la realidad que son internalizadas por sus públicos ya que las personas pueden desarrollar construcciones subjetivas y compartidas de la realidad, a partir de lo que leen, escuchan o miran. Por tanto, su conducta personal y social puede ser moldeada en parte por las interpretaciones aportadas por los medios ante hechos y temas sociales, con respecto a los cuales las personas tienen pocas fuentes alternativas de información (Cooley, 1934)

De entre ellos, la televisión está considerada como el más poderoso medio masivo, por todos los recursos que este aparato reúne para impactar a la gente (De Fleur, 1989). Por ello, este medio ha sido profusamente estudiado. Algunos de los hallazgos han despertado la preocupación por los efectos de la televisión sobre la conducta, los pensamientos, las creencias y los valores de los espectadores.

La influencia que tienen los programas televisivos, estará condicionada, porque se encuentren los espectadores en situaciones parecidas o iguales a lo que vieron en la televisión. Así se adquieren actitudes de un determinado programa, sobre todo en el caso de los niños y de los adolescentes.

CAPITULO II

Medios de Comunicación

Los medios de comunicación además de informar, divierten y ofrecen una amplia gama de opciones para elegir la que más agrade al público, por lo que su importancia en la información, tanto de datos como de imágenes, los vuelve necesarios en la vida cotidiana. No se podrá hablar de medios de comunicación, sin antes mencionar el proceso de comunicación.

2.1 El Proceso de la comunicación

Antecedentes.

Aristóteles (384-322 a.C citado en Nixon 1963), definió científicamente la comunicación (retórica), por primera vez, como la "búsqueda de todos los medios posibles de persuasión". Organizó su trabajo en tres capítulos :

- | | |
|------------------------------|-------|
| 1. La persona que habla | QUIEN |
| 2. El discurso que pronuncia | QUE |
| 3. La persona que escucha | QUIEN |

En la década de 1930, un grupo de sociólogos, psicólogos, antropólogos y estadistas, se interesó por los estudios científicos de la comunicación. Los "iniciadores" de esta tendencia, conocidos como los "padres de la comunicación", son Lazarsfeld, Lewin y Hovland (Schramm, 1967). Posteriormente, Lasswell (citado en Schramm 1967), introduce dos elementos más, a los tres mencionados por Aristóteles, en el proceso de la comunicación: el canal en el que se transmiten los mensajes y los efectos que éstos producen:

quién dice qué en qué canal a quién con qué efectos

Más tarde, Nixon (1963), introduce dos elementos más en el proceso de la comunicación: las intenciones del comunicador y las condiciones en que se recibe el mensaje:

Con qué **intenciones** quién dice **qué** en qué **canal** a **quién** con qué **efectos** y bajo qué **condiciones**

En la actualidad, el estudio y el proceso del análisis de la comunicación continúa siendo de gran interés. La comunicación se conceptualiza como un proceso dinámico que está determinado por la estructura social a la cual pertenece y se manifiesta esencialmente a través del contenido de los mensajes involucrados en dicho proceso.

Según Prieto (1971), el proceso de comunicación inicia con el comunicador o emisor, que asume la decisión acerca de lo que va a comunicar, es decir, conoce el mensaje que va a transmitir, que es lo que quiere decir. Cada emisor tiene un código determinado, que le permite dar cierto significado al signo que emite. Para que el signo lleve el significado que le ha dado el emisor, debe el receptor tener un mismo código para decodificarlo. El mismo autor propone el siguiente esquema para el proceso de comunicación, en el cual también se describe que el significado dado a las palabras por el emisor, está relacionado con su marco de referencia, y el receptor da significado a lo recibido también en relación a su propio contexto.

Fig. 1

El Proceso de la Comunicación



Fuente: Prieto L. (1971). Lengua y connotación en lenguaje y comunicación social Argentina. Nueva Visión

En el proceso de comunicación intervienen varios factores para poder realizarse, a continuación se abordarán los tres elementos básicos Emisor, Mensaje, Receptor

El Emisor se llama así a toda persona o grupo de personas que participa en la producción de mensajes públicos destinados a la difusión por un medio de comunicación colectiva (Maletzke, 1970). En lo que concierne a sus características podemos determinar según Maletzke (idem), cuatro

- a) Cuando el emisor se expresa
- b) Modo como configura el mensaje de acuerdo a su contenido y forma
- c) A quién lo dirige
- d) Los medios utilizados

La función del emisor se remite a producir mensajes, desde el punto de vista lingüístico Verón (1971), expresa que la semantización es producto de las operaciones llevadas a cabo por el emisor del mensaje, éstas serían la selección, dentro de un repertorio de unidades significativas disponibles, y la combinación de unidades seleccionadas para formar el mensaje.

Existe entonces por parte del emisor un proceso de codificación, proceso por medio del cual los hechos de la realidad son traducidos a un código, a un conjunto de signos y símbolos que hace posible su comprensión. Para esto, el comunicador debe tener un criterio bien formado de los usos comunales, la idiosincrasia de la población, de los valores psicosociales y rasgos materiales de la cultura. Cada grupo social posee internamente una serie de rasgos materiales que la autoidentifican.

En la realidad, no se cumplen todas las funciones dadas al emisor; existen, por ejemplo, programas televisivos que transmiten, sin tomar en cuenta estos aspectos, programaciones que no coinciden con la edad, ideología o cultura de los espectadores.

1) El Comunicador: (emisor o fuente), es la persona o instrumento tecnológico y cultural que inicia el proceso de comunicación, previamente preparada.

El proceso de la comunicación se inicia con el comunicador, este rol puede ser desempeñado por cualquier persona dispuesta a manipular los elementos de su propia cultura. La ciencia de la comunicación, ha buscado la manera de especializarlo para originar procesos diseñados ya no ha nivel individual, sino a nivel de grupos sociales en diferentes categorías y en sus más variadas formas de composición

Del conocimiento total que tenga el emisor o comunicador de la cultura y de la sociedad en la que vive, depende la efectividad para hacer más dinámico el proceso de la comunicación

La actitud del tema o mensaje que debe presentar el emisor es digna de tomarse en consideración, porque generalmente proyecta estereotipos o circunstancias especiales de tipo temporal, que influyen en la emisión. El comunicador en T.V. puede ser promotor de mensajes como prejuicios, juicios de valor y estereotipos que generan ciertos significados a los receptores

El sistema económico y sociocultural de las sociedades determina el comportamiento de las personas, pero a su vez, el conocimiento que tengan las personas y su cultura, les permite interpretar mejor lo que acontece. Tener un criterio bien formado de los usos comunales, la idiosincrasia de la población, de los valores psicosociales y rasgos materiales e inmateriales de la cultura, implican para el emisor, saber identificar lo que puede o no decir en el mensaje.

Cada grupo social posee internamente una serie de rasgos materiales e inmateriales que lo autoidentifican, y que el emisor tiene que manejar conforme a ello de otro modo, el conocimiento de intergrupos de relaciones de convivencia fallan gradualmente y llegan hasta a destruir la estructura y composición misma del grupo y de la sociedad.

Cada persona en el transcurrir de la vida ocupa status diferentes, y en cada uno de ellos tiene que utilizar circunstancialmente lenguajes diferentes para hacer concurrente y entendible una adecuada comunicación (conocimiento de la cultura)

2) El Mensaje: (Parés, 1992), es lo encodificado¹ por el emisor que constituye el contenido, es transmitido y difundido, a través de un canal o de un medio tecnológico de comunicación que puede ser escrito, hablado y sonoro o audiovisual. Dicho mensaje requiere de un lenguaje que, en cuanto al canal, puede ser hablado, escrito o por signos, mientras que respecto al medio de comunicación social, debe ajustarse a las características técnicas del mismo.

Para ser comprendido, es importante que el mensaje integre ciertos elementos como:

a) Código (Prieto, 1971), es el sistema de convenciones comunicacionales que constituyen las reglas de uso y de organización de varios significantes.

El código entonces, propone sólo un repertorio semántico de donde se escogerán los signos que se usarán y pueden orientar a los fines de selección o también de la combinación en el mensaje (Ecco, 1972).

El código estará compuesto de distintas clases de señales que tendrán su correspondencia en distintos mensajes, como significado y significante².

La codificación del mensaje es parte de una práctica social del emisor y el ciclo se completa cuando el mensaje es recibido en otra práctica social que se denomina decodificación (los oyentes comprenden los códigos enviados por la fuente).

b) Contenido del mensaje: (Guarino, 1973), es la selección de datos coordinados por la fuente o transmisor. La generación de los mensajes es parte de una práctica social y como tal está condicionada, respondiendo a las reglas de

¹ Encodificación: conjunto sistemático de símbolos que se traduce en ideas, propósitos e intenciones que luego se codifican (Prieto, 1971)

² Significado: lo que quiere decir un objeto o movimiento para una persona según sus expectativas sociales (Berlo, 1985)

Significante: produce respuestas similares en más de una persona (Berlo, 1985)

funcionamiento de la sociedad a la cual pertenece. El mensaje (Guarino, 1973), por ser la cristalización de la práctica social del emisor, contiene una visión determinada de la realidad, encierra en sí mismo toda valoración social, que no siempre se hace consciente.

Aún en aquellos mensajes que tiene una apariencia de neutralidad, existe una valoración, que es el reflejo de la ideología sustentada por el grupo emisor.

En la elaboración de los mensajes se seleccionan algunos hechos de la realidad como significativos dentro de un conjunto, combinándolos de cierta forma y no de otra, todo lo cual conlleva a una valoración, un énfasis mayor para ciertos fenómenos que ocurren en la realidad.

Según Verón (1971), en un mensaje, el contenido no es lo único que significa, "cuando se dice algo, el modo como se dice y lo que no se dice y podría haberse dicho, son aspectos inseparables de lo que se dice".

c) Tratamiento del mensaje: (Bandura, 1979), es la manera en que el emisor prepara el mensaje para que el receptor lo entienda como el comunicador pretende, por lo que se vale de tres distintos factores:

1. -Factor Descriptivo-Emocional: desde el punto de vista de la semántica social es la que existe entre significado "descriptivo" y emocional de las palabras, éstas pueden diferenciarse según lo que se dirijan a objetos o que, más allá de ello, le otorguen a esos objetos una connotación positiva o negativa. La diferenciación puede demostrarse fácilmente en el lenguaje cotidiano, ya que, por medio de una adecuada elección de palabras, el lenguaje cotidiano permite que quien las usa transmita los sentimientos que le despiertan los objetos nombrados.

Los verdaderos sentimientos que se comunican por medio del uso de determinadas palabras, en determinada situación de diálogo, con frecuencia sólo pueden analizarse si se observan con exactitud la entonación y las condiciones no lingüísticas de la situación.

2- **Público-Privado:** En el curso de la socialización, el lenguaje de los educadores, lo aprenden los sujetos así como adoptar actitudes positivas y negativas ante los objetos y personas mediante los predicados que ofrece para ello el lenguaje

Según Katz (1974), la emoción persiste en las palabras a través de la asociación con los acontecimientos emocionales que nunca se hallan disociados del rótulo en sí, estas palabras condicionadas pueden utilizarse para despertar viejas emociones. La convencionalización del significado de las palabras y la alteración del significado están pues evidentemente en estrecha relación con el destino colectivo de los grupos. Los análisis del significado de las palabras, como han sido emprendidos por la llamada "historia de conceptos" adquieren así su sentido como un análisis la sedimentación en el pensamiento y en el lenguaje de los acontecimientos y los cambios de una sociedad

Existen otras variables de la historia social personal y vivencias "privadas" del individuo que estén contenidas en ella gracias a las cuales las palabras pueden adquirir connotaciones "privadas" arbitrarias que se sumen a su significado "público" estandarizado

3- **Persuasión- Manipulación** (Parés, 1992), la persuasión de la comunicación intencional que, de forma explícita o implícita, se desprende del mensaje del emisor, en el sentido que quiere transmitir la convicción de su legitimidad, en general por las razones ideológicas o de intereses al receptor y, por tanto, a la audiencia con argumentos de carácter racional, pero que en ocasiones también pueden dirigirse a los sentimientos

La socialización lingüístico-semántica se refiere al instrumental terminológico de un lenguaje y al repertorio de expresiones contenidas en él (Bandura, 1979)

Respecto a la intencionalidad en sí, según Beth y Pross (1987), resaltan la voluntad de instruir y modificar las actitudes del receptor.

Rocher (1970), concibe como un sistema de ideas y de juicios, explícito y generalmente organizado que sirve para describir, explicar, interpretar o justificar la situación de un grupo o de una colectividad y que inspirándose ampliamente en valores propone una orientación precisa a la acción histórica de este grupo o colectividad.

Existen dos tipos de intención

- a) Intenciones comunicativas lingüísticas: se alude a aquello que los interlocutores tienen la intención de comunicarse, sobre las bases alternativas expresivas existentes en el lenguaje.
- b) Intereses comunicativos no verbalizados: se entiende aquello que los interlocutores tienen la intención de provocar en el otro oyente con el uso de medios lingüísticos y no lingüísticos.

El mensaje (Beneyto, 1970) es un acontecimiento cultural y especializado, codificado formalmente, con carácter simbólico y representativo, que permite inferencias acerca de condiciones relaciones y procesos no directamente observados.

Schramm (1967), destaca su preocupación por los efectos en relación con el papel que juegan los mensajes y formula las siguientes condiciones de los mismos:

- a) El mensaje debe formularse y transmitirse de manera que logre la atención del receptor.
- b) Debe emplear signos que refiera a la experiencia común del emisor y del receptor.
- c) Debe despertar necesidades en el destinatario y sugerir formas de satisfacerlas.
- d) Para ello ha de sugerir una acción adecuada a la situación del grupo en la que se halla el receptor.

En 1952, Berelson (citado en 1966), menciona que el mensaje ocupa un lugar clave en el proceso de comunicación y lo define como aquel conjunto de significados a través de símbolos verbales, musicales, pictóricos, plásticos gestos que constituyen la propia comunicación. En este campo destaca el papel del análisis de contenido¹ como técnica de investigación en la que se trata de formular una descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto del mensaje.

3) El Receptor: (Maletzke, 1970) es toda persona que descifra un mensaje, difundido por medios de comunicación colectiva en una medida tal que el sentido del mensaje sea susceptible de interpretarlo y de comprenderlo. El receptor puede ser individual, grupal o colectivo, en cuyo caso adoptará la forma de audiencia. Es el destinatario de la comunicación, es el que decide qué actitud adoptar respecto al mensaje recibido.

En el campo de la lingüística la recepción del mensaje o su decodificación, habrá muchas variables como se mencionara anteriormente, que hará que este mensaje sea reducido en forma distinta a lo que el emisor quiere decir. El mensaje en sí mismo no aporta su significación, ya que el receptor puede agregarle nuevas significaciones dadas por el grupo social al que pertenece.

Según Maletzke (1970) menciona como factores a tener en cuenta los siguientes:

- a) La personalidad del receptor en su conjunto.
- b) Su imagen.
- c) Sus relaciones sociales generales.
- d) Sus relaciones de comunicación directa o impersonal subrayando en este contexto el papel de líder de opinión.
- e) El hecho de pertenecer a grupos.
- f) El hecho de ser parte integrante de un público disperso.

¹ Que se explicará en el capítulo 3 de este trabajo.

McQuail (1988), menciona que la audiencia es un agregado de espectadores, en el caso de la televisión, que es la aceptación más usual en la investigación aplicada y valoración cuantitativa. La audiencia es una masa amplia, heterogénea, dispersa, anónima, sin composición social y con una composición fugaz, transitoria e inconsistente. Como público o grupo social se presupone la existencia de un grupo social activo, con interacciones sociales, ampliamente autónomo, y que recibe de forma continua, mensajes procedentes de distintos medios.

Finalmente se menciona que todo proceso de comunicación se produce en un contexto cultural, social, político concreto, que según los casos, puede o no condicionar o predeterminar su desenvolvimiento. Los elementos negativos, perturbadores del mismo, se denominan ruidos.

Este proceso de comunicación debe estar presidido por la idea de la racionalidad de los que intervienen en ella, hay que tener en cuenta los efectos cognitivos, emocionales y de acción, que en general prejuzgan la racionalidad (Parés, 1992).

2.2. Medios de Comunicación

La comunicación masiva o de masas es aquella en la que a través de un medio tecnológico un sólo emisor envía un mismo mensaje, al mismo tiempo, a un público o audiencia numerosa que se encuentra en diferentes lugares (Jiménez, 1994). Las características básicas de la comunicación masiva que la distinguen de otros medios de comunicación son: contacto indirecto, dirección unilateral y relación pública.

Los canales tecnológicos de la comunicación masiva son básicamente los medios impresos (prensa, revistas, historietas), y los medios electrónicos (radio, televisión, "homepages" de internet).

La disciplina que más ha estudiado el fenómeno de la comunicación masiva ha sido la sociología. sin embargo otras ciencias como la psicología, la politología, la lingüística, la antropología y las ciencias de la información han hecho importantes colaboraciones a este campo (De Moragas, 1984)

Los paradigmas psicológicos tienen gran importancia en el estudio de los medios de masas y en fenómenos tales como las actitudes, las formas de la percepción, la imitación de la conducta de los modelos y la toma de decisiones. En la medida en que los mensajes transmitidos por los medios de comunicación masiva pueden estimular respuestas en los individuos, los paradigmas psicológicos ofrecen supuestos básicos sobre la naturaleza psicológica del ser humano que ayudan a comprender por qué un estímulo dado habrá de suscitar una forma particular de respuesta

La psicología ha desarrollado numerosos modelos para la interpretación de los esquemas individuales de conducta. El más importante para el estudio de la comunicación es un paradigma que concede abiertamente un lugar central a las actividades mentales de los seres humanos comunes en la conformación de su conducta: la orientación cognoscitiva¹.

Esta visión de la naturaleza humana ha sido desarrollada principalmente por psicólogos sociales. Este enfoque subraya una variedad de conceptos y de

¹ (De Fleur 1989). Los postulados básicos de la orientación cognoscitiva pueden ser resumidos así:

1. Los miembros individuales de una sociedad pueden ser concebidos como receptores activos de un aporte sensorial y sus respuestas de conducta ante tales estímulos son moldeadas por procesos mentales internos (cognoscitivos).

2. Los procesos cognoscitivos permiten que los individuos transformen el aporte sensorial de diversas maneras: lo codifican, lo almacenan, lo interpretan selectivamente, lo distorsionan, lo recogen para su uso posterior de decisiones de conducta.

3. Los procesos cognoscitivos que desempeñan papeles primordiales para moldear la conducta de un individuo incluyen la percepción, las imágenes, los sistemas de creencias, las actitudes, los valores. Las tendencias al equilibrio en tales factores, más el recuerdo, el pensamiento y otras numerosas actividades mentales.

4. Los componentes cognoscitivos de la organización mental de un individuo determinado son producto de sus experiencias previas de aprendizaje, que pudieron haber sido deliberadas, accidentales, sociales o solitarias.

procesos que son entendidos como parte de la estructura de la personalidad en todos los seres humanos. Una cuestión importante es cómo aquéllos operan en equilibrio o en conflicto para conformar las respuestas de la conducta. Los supuestos del enfoque cognoscitivo se consideran útiles para comprender muchos aspectos del proceso de la comunicación.

El enfoque cognoscitivo intenta comprender cómo son percibidos los mensajes, cómo se aprenden normas de acción en las descripciones de los medios, cómo las actitudes, los valores, el conocimiento, las probabilidades de conducta, pueden sufrir una alteración a través de la persuasión.

Las relaciones entre los medios de comunicación, por un lado, y los grandes sistemas sociales, por el otro, son interdependientes, porque ninguno de ellos podría alcanzar sus respectivos objetivos si no pudiera utilizar los recursos del otro. los individuos no pueden controlar y determinar los tipos de mensajes que diseminan los medios de comunicación, como tampoco pueden controlar los que no se diseminan.

Los medios de información ejercen un atractivo, quizá una fascinación relativamente independiente de su contenido. El contenido en sí reviste una importancia mayor⁵, pero cuenta poco en las motivaciones de un gran número de auditores, de espectadores o de lectores. En la comunicación masiva la combinación del sonido, la imagen y la discusión, tiene de su parte la máxima fuerza.

La radio, la televisión, el cine, imponen un ritmo al lector o al espectador, en tanto que en la lectura del periódico, la situación es inversa: es el lector quien impone su ritmo al periódico. Cada cual lee a su ritmo, relee, se detiene, vuelve a empezar, etc.

⁵ El desarrollo cultural se propone combatir la enajenación cultural, y elevar el nivel de los grandes medios, la introducción en bloque de estos grandes medios de información constituye, por sí sola, una forma de ruptura del aislamiento, de la apatía de las sociedades encerradas dentro de sí (De Fleur, 1982)

Por otra parte, podemos clasificar las numerosas formas en que los integrantes del público dependen⁶ del sistema de medios para satisfacer sus objetivos de información: la necesidad de comprender el mundo social propio, la necesidad de actuar de manera significativa y eficaz en ese mundo, la necesidad de jugar, de una pura satisfacción expresiva o de fuga frente a los problemas cotidianos y las tensiones

Cuanto mayor sea la necesidad en estos asuntos y, en consecuencia, cuanto mayor sea la dependencia, mayor será la posibilidad de que la información suministrada llegue a alterar varias formas de la cognición, los sentimientos o la conducta del público.

2.3. Los efectos de los medios

Las interdependencias establecidas entre los sistemas sociales y los medios, así como la cultura y la estructura de una sociedad, fijan importantes limitaciones y confines al sistema de medios y producen un considerable impacto sobre sus características, sus procedimientos operativos y en sus servicios de información y de entrega al público. El sistema social en su conjunto ejerce un enorme impacto sobre las personas; así como también deriva a diferencias individuales, a la integración en categorías sociales y a la participación en relaciones sociales. El sistema social también actúa creando necesidades para las personas: la de comprender el mundo propio, la de actuar y jugar en él. Finalmente las interdependencias de los sistemas sociales y los medios moldean la forma en que la gente desarrolla dependencias de los medios para satisfacer aquellas necesidades, con lo que pone en movimiento los efectos de los medios.

⁶ El grado en que los integrantes del público dependen de la información de los medios es una variable para comprender cuándo y por qué los mensajes de los medios alteran las creencias, los sentimientos o las conductas.

Los sistemas de medios cubren el flujo de sucesos que emanan de la sociedad de las personas que actúan en ella. El producto principal de la actividad de los medios, con respecto al flujo de los sucesos, es esa tarea de transmisión o publicación, dentro de una gama limitada de temas; eso constituye el total de los mensajes de los medios y es la información al alcance del público.

Los medios de comunicación, provocan diferentes efectos los cuales se ven reflejados en el público, entre ellos podemos encontrar los efectos cognoscitivos, los efectos afectivos y los efectos sobre la conducta (Parés, 1992)

2.3.1. Efectos cognoscitivos

El enfoque cognoscitivo, subraya una variedad de conceptos y de procesos que son entendidos como parte de la estructura de la personalidad en todos los seres humanos. Este enfoque intenta comprender cómo son percibidos los mensajes, la manera en que se aprenden normas de acción en las descripciones de los medios tales como las actitudes, el conocimiento, los valores, puesto que se asume que las probabilidades de conducta pueden sufrir una alteración a través de la persuasión.

Los supuestos del enfoque cognoscitivo se consideran útiles para comprender muchos aspectos del proceso de la comunicación. Dentro de este enfoque se encuentran los siguientes efectos:

a) Ambigüedad:

La ambigüedad es un problema de información insuficiente o conflictiva. Puede producirse porque las personas carezcan de la información adecuada para determinar cuál es la correcta, entre diversas interpretaciones posibles de un hecho. Los medios no tienen el poder de determinar con uniformidad el contenido exacto de las interpretaciones o "definiciones de la situación" que construya cada persona. Pero al controlar qué información es o no es transmitida, y cómo se presenta esa información, los medios pueden desempeñar un importante papel, limitando la gama de interpretaciones que pueden formular los públicos.

Cuando se producen acontecimientos inesperados, como un desastre natural o como el asesinato de un líder político, muchas personas se enteran inicialmente de ello por los canales de información en los medios de masas. Cuando la información inicial que han reunido y comunicado los medios es incompleta, se crean situaciones de ambigüedad, y los miembros del público saben que un suceso se ha producido, pero ignoran qué significan o cómo interpretarlo; probablemente la gente buscaría más información en un intento de resolver esta ambigüedad, aunque muchas veces habrá de ser resuelta por una información más completa que después ofrezcan los medios a sus públicos. En tales casos es realmente fácil ver el papel de los medios en la creación y la resolución de la ambigüedad, que puede ser resuelta en cuestión de segundos cuando la información es adecuada, o que puede persistir durante días, meses o hasta años, en la ausencia de tal información de los medios. Así, la dependencia de los medios para la resolución de la ambigüedad es fácil de comprender.

b) Formación de actitud

Puede ser particularmente común cuando los públicos se apoyan mucho en los recursos de información de los medios para estar al corriente de su cambiante mundo. Los medios impulsan un flujo interminable de acontecimientos, temas, objetos y personas, que atraen la atención pública. La gente elabora sus sentimientos hacia todo ello, a medida que se enfrenta a ese flujo.

Pueden encontrarse numerosos ejemplos de una formación de actitud que ha sido iniciada por los medios (De Fleur, 1989). Así, el público ha tomado nuevas actitudes respecto a los problemas ambientales, determinadas guerras y la corrupción política entre otros. Las nuevas actitudes se forman de continuo a medida que diversas personas llegan a ocupar las noticias: figuras políticas, personalidades deportivas, hombres de ciencia y artistas.

Hasta los objetos físicos se convierten en foco de una formación de actitudes: pueden incluir nuevos artefactos para el hogar, vestimenta, mecanismos de seguridad para el automóvil e innovaciones en la tecnología de la comunicación como las computadoras. Los medios no son monolíticos en su influencia sobre estas actitudes sino que los procesos de selección, juegan sin duda un papel en el proceso de formación de actitudes.

c) Fijación de agenda.

Aunque los medios transmiten o publican información sobre una amplia gama de temas, las personas carecen de tiempo o de energía para formarse actitudes y creencias sobre todas las cosas, por ello deben seleccionar algún conjunto limitado de temas por los cuales interesarse. Sobre este conjunto de necesidades se produce el efecto de fijación de agenda.

El público elige su interés sobre esa información en función de sus diferencias individuales en cuanto conformación personal y en función de su situación dentro de los estratos y las categorías sociales. De este sistema de variables y de factores surge una lista de temas a los que diversas personas asignan diferentes niveles de importancia.

La gente selecciona material en los medios, de formas previsibles, mismos que se relacionan con las características de su personalidad, con sus problemas y necesidades. Por ejemplo, muchas personas son asalariadas y cuentan con limitados recursos para cubrir sus necesidades. En este sentido son iguales entre sí, a pesar de las diferencias de su personalidad: comparten una preocupación sobre el aumento en los precios, sobre los impuestos, sobre el desempleo y sobre otros temas económicos que pueden alterar su nivel de vida. Estas similitudes pueden llegar a superar a sus diferencias individuales. Así, cuando los medios presentan información importante sobre temas económicos, cabe suponer que éstos se colocarán en los primeros puestos de la agenda de estas personas.

Por otra parte, quienes gusten de los animales, en cualquier nivel social, atenderán y responderán ante aquellos relatos que encuentren en los medios sobre malos tratos a animales. Asimismo, quienes gusten de la pesca, cualquiera que sea su situación en la vida, habrán de incluir en su agenda las nuevas disposiciones que adopte el organismo oficial que supervisa la caza y la pesca.

d) Ampliación

Otro efecto cognoscitivo que se produce en una sociedad dependiente de los medios, es la expansión de los sistemas de creencias de las personas. Charles H. Cooley (1934), utilizó la palabra "ampliación" para referirse a la idea de que el conocimiento de las personas y sus sistemas de creencias se expanden, ya que aprenden en los medios de masas sobre otras personas, lugares y cosas.

Por medio de la continua vigilancia del cambiante mundo social y físico en que vivimos, y de la presentación de aspectos del mismo, los medios amplían las categorías de creencias de su público y amplían sus sistemas de creencias.

Altman y Taylor (1973), explican que las creencias son organizadas en categorías. Estas categorías, que corresponden a religión, familia, política, entre otros, reflejan las zonas principales en la actitud social de una persona, esto es en los sistemas de creencias dentro de una categoría determinada.

Por ejemplo, la información nueva sobre temas ecológicos, que los medios han diseminado en los últimos años, ha impulsado seguramente una ampliación de las creencias de la gente respecto a los automóviles, a qué debe hacerse con los desperdicios, y otros temas afines. Esas creencias pueden ser incorporadas a las opiniones existentes, a las actitudes y a los valores ya existentes en el público.

e) Valores.

Los valores pueden ser definidos como creencias muy básicas de las personas respecto a "estados finales y deseables de la existencia" (la salvación, la igualdad,

la libertad) o "modos preferidos de la conducta" (modestos, tolerantes, capaces) (Rokeach, 1973). Sólo bajo muy raras condiciones podemos esperar que los medios de masas puedan alterar por sí solos estas creencias básicas. La información transmitida por los medios puede, sin embargo, desempeñar un papel importante al crear las condiciones para una clarificación de valores. Los medios lo facilitan mediante informaciones que precipitan un conflicto de valores entre los integrantes del público. Por ejemplo, los movimientos relativos a los derechos civiles de los inmigrantes mexicanos y latinos en los Estados Unidos (la reforma 187) incidieron en fundamentales conflictos de valores. El movimiento de derechos civiles planteó un conflicto entre la libertad individual y la igualdad (los derechos humanos)

En su mayor parte, sin embargo, la gente no posee el interés, la inclinación o la información que necesitaría para ver ciertos temas como conflictos de valores. La información transmitida por los medios en forma de reportajes o manifestaciones hechas por líderes del movimiento, o en forma de interpretaciones sobre motivos y acciones de ese movimiento, incluye la identificación de los conflictos en los valores.

Una vez que esos conflictos han sido planteados y clarificados por los medios, los integrantes del público son llevados a articular sus propias posiciones en cuanto a los valores. Por consiguiente, los medios ejercen indirectamente un impacto cognoscitivo sobre los integrantes de sus públicos.

2.3.2. Efectos afectivos

Los procesos afectivos son aquéllos a los que habitualmente nos referimos según varias categorías de sentimientos y de emociones. A los seres humanos les gustan y disgustan cosas, temen, odian, aman o se divierten ante diversos elementos de su ambiente. En una sociedad que para informarse ha creado una considerable dependencia de sus medios, puede anticiparse un cambio afectivo en la gente ante tales informaciones. El impacto de los mensajes de los medios sobre los

sentimientos de un público y sobre sus respuestas emocionales es uno de los tipos de efectos menos explorados (De Fleur, 1989). Entre los efectos que influyen en los sentimientos del público encontramos los siguientes:

a) Desensibilización

Se ha formulado la hipótesis de que una frecuente exposición de un contenido violento en los medios de comunicación, llega a producir un efecto de "aturdimiento" o "desensibilización" (De Fleur, 1989). Estos efectos pueden promover la insensibilidad o la carencia de un deseo por ayudar a otros cuando se presencian incidentes violentos en la vida real. Algunos datos sugieren que el nivel de excitación fisiológica provocado por las descripciones de la violencia llega a declinar con el paso del tiempo.

Como un ejemplo se puede mencionar el caso de las marchas de algún grupo social (llámense estudiantes, maestros, trabajadores, indígenas), que a su paso por las calles van causando destrozos, que se enfrentan a golpes con las autoridades y que asaltan camiones. Toda esta información es transmitida por los medios de comunicación y puede provocar en el público insensibilidad hacia el problema o peticiones del grupo que está protestando; así, cuando alguien de estos grupos pida algún tipo de ayuda en las calles, la gente no les proporcionará la ayuda e incluso tratará de evitarlos.

b) Miedo y ansiedad

La exposición frecuente a programas de noticias o incluso a dramas de ficción de televisión, donde se trate a las ciudades como selvas llenas de violencia, puede aumentar en algunas personas el miedo o la ansiedad contra la idea de vivir en una ciudad e incluso de sólo viajar hasta ella. Estos efectos se hacen particularmente probables para habitantes de zonas rurales, quienes dependen en su mayoría de los medios para obtener su información sobre los sucesos en las ciudades, careciendo de una experiencia de primera mano sobre la vida urbana.

c) Moral y alienación:

Klapp (1972), ha propuesto que en aquellas sociedades donde los medios de masas desempeñan papeles esenciales para la comunicación, la índole de la información de los medios llega a tener efectos considerables sobre la moral de la gente y su nivel de alienación. La sensación de un bienestar colectivo y de un sentimiento de algo propio que promueve la moral y el combate contra la alienación es solo un producto frágil de las buenas relaciones sociales, que no puede ser desarrollado ni mantenido si no se cuenta con eficaces sistemas de comunicación. Un elemento clave de ésta es la presencia de una información regular y positiva sobre los grupos y categorías de las personas, se trate de sociedad, comunidad, profesión o grupo étnico.

Quienes se apoyan en los sistemas de medios de masa como fuente primordial de información sobre sus grupos y categorías pueden así experimentar cambios en su moral y en su nivel de alienación cuando se producen cambios notables en la cantidad o calidad de información que los medios transmitan sobre esas agrupaciones colectivas.

2.3.3. Efectos sobre la conducta

La acción manifiesta es, desde luego, la clase de efecto que interesa a una mayor cantidad de personas. Los cambios en actitud, en creencias o en estados afectivos son también interesantes, pero importan en la medida en que influyen sobre la acción manifiesta. De los efectos sobre la conducta que pueden suscitar los mensajes de los medios, se mencionan la activación y la desactivación.

a) Activación:

Este término alude a casos en los que integrantes de un público hacen algo -a consecuencia de mensajes de los medios- que de otra manera no habrían hecho, la activación puede ser producto final de elaborados efectos cognitivos o afectivos. Se ha prestado tanta atención a las consecuencias desagradables que para la

conducta puede tener el contenido televisivo, que parece adecuado mencionar brevemente un efecto de conducta deseable. La investigación de Stein y Friedrich (1971), sugiere que los espectadores de televisión pueden ser activados para participar en una conducta prosocial tanto como antisocial. Los sujetos de su investigación que presenciaron un popular programa infantil (Mr. Rogers) aumentaron su nivel de actividad cooperativa tras algunas semanas. Los sujetos que contemplaron contenidos violentos, aumentaron, por otro lado, su nivel de actividad agresiva. Así la investigación mostró que tanto la *cooperación* como la *agresión* pueden ser activadas según la naturaleza del mensaje de televisión que se reciba.

b) Desactivación

Se refiere a lo que la gente podría hacer pero *no hace* a consecuencia de los mensajes de los medios. La mayor parte de las personas depende de los medios de información, respecto a las competencias políticas y respecto a las situaciones económicas. Las campañas políticas dependen cada vez más de los medios para llegar a comunicarse con los votantes; estas campañas pueden no modificar muchas actitudes ya establecidas respecto a los candidatos. Pueden suscitar, sin embargo, algunas respuestas afectivas, como un aburrimiento total, el disgusto o la valoración cognitiva de que no importa quién pueda ganar (De Fleur, 1989). Estos estados internos pueden culminar en la abstención del voto, o sea la desactivación de la intención de votar.

De manera similar, cuando los mensajes de los medios colaboran a crear un estado afectivo de miedo sobre el futuro económico de la nación, como la creencia de que una crisis económica será inevitable, la gente puede ser inducida a *no* comprar acciones, automóviles nuevos, ciertos alimentos o una cantidad de otros productos que normalmente habrían comprado.

Fig 2 Efectos de los medios de comunicación

Efectos Cognoscitivos	Efectos Afectivos	Efectos Conductuales
Ambigüedad		
Formación de actitud	Desensibilización	Activación
Fijación de agenda	Miedo y ansiedad	Desactivación
Ampliación	Moral y alienación	
Valores		

Los especialistas han encontrado una relación entre la violencia televisada y la conducta antisocial entre los hombres esencialmente niños, ya que regularmente el espectador tiende a imitar lo que ve. Y es que la televisión, como ya se mencionó, recurre a diversos aspectos para ser atractiva a las masas, como color, sonidos, movimientos; ya que, por muy concreto que sea un programa, da pie a la construcción de ciertos estereotipos sociales que etiquetan los roles que desempeñan los personajes aparecidos en la pantalla.

Actualmente los programas dirigen mensajes con violencia que ya es habitual observarla en el aparato de televisión y hacerla parte de la vida cotidiana. "El hombre contra el hombre" (Genovés, 1990), es una frase que indica que la violencia también es parte de la socialización y de las relaciones sociales.

2.4. Características de la Televisión

Los medios de comunicación comprenden las instituciones y las técnicas, mediante las cuales grupos especializados emplean medios tecnológicos para difundir contenidos simbólicos a las audiencias amplias, heterogéneas y dispersas.

El medio de comunicación es una organización compleja, de la cual el medio tecnológico es una parte constituyente esencial, debido a los recursos que maneja. Las fuentes que utilizan los medios reflejan la estructura social del poder y lo están en función de las exigencias de los procesos productivos de información (Wolff, 1987)

La televisión como medio de comunicación es uno de los más completos, ya que en él se conjugan imagen, sonido, iluminación, escenografía, en una palabra: es un servicio que coordina diversas formas de expresión

Según Avila (1980), la televisión es la fuerza sociológica más importante dentro de los medios de comunicación porque forma una serie de actitudes y valores sociales, fundamentos normativos ya que modifica, cambia o elimina esquemas naturales

Esto nos lleva a marcar ciertas características particulares que forman parte de este medio de comunicación:

- a) La transmisión de mensajes "a distancia", que realiza este medio, le permite un gran alcance, es decir, un programa puede ser visto y oído por muchas personas *simultáneamente*, esto puede ser empleado como un difusor de cultura y extender la influencia de un mensaje
- b) El uso combinado de imágenes y sonido, permite a la televisión traspasar barreras de espacio y tiempo trasladando a los espectadores hasta lugares lejanos; las imágenes en movimiento producen la sensación de que la gente y los hechos son traídos hasta el público. La imagen en movimiento posee la misma realidad que una presencia física, esto permite que la emisión sea vista como si se tratara de una *acción en vivo*.
- c) Por ser la televisión un medio del que se *dispone* dentro del hogar, la escuela o el sitio en que un individuo desempeña sus actividades cotidianas, sus mensajes son recibidos en un ambiente de confort e informalidad que no permiten otros medios audiovisuales.

- d) La televisión es un medio que demanda la *atención* total del espectador, impidiéndole realizar otras tareas. A través de ella, los objetos se amplían y son así percibidos de manera más clara: esto estimula la atención sostenida, puesto que reclama una observación y una audición atenta de lo que se está presentando.
- e) La coexistencia de imagen y sonido potenciado por sus propias relaciones, forman mensajes múltiples ya que transmiten varios tipos de información al mismo tiempo, aliando de este modo la información semántica y estética (Krientz, 1976).
- f) La televisión logra suspender el tiempo, el hombre se identifica con lo que ve y vive intensamente la acción que se desarrolla ante él, en cada uno de sus personajes (Guarino, 1973).

2.4.1 Limitaciones de la Televisión

Desde su nacimiento, la televisión ha sido motivo de polémica debido a las diferentes limitaciones que tiene, de las que se pueden mencionar:

- a) La televisión presenta una *realidad distorsionada* y fragmentada ya que sus imágenes están circunscritas a las posibilidades de encuadre, al tamaño del estudio, la luz y el sonido.
- b) Dado el gran alcance que tienen las emisiones de televisión, resulta casi imposible conocer a la totalidad de la audiencia de un programa. Esto ocasiona la producción de mensajes dirigidos a "*cualquier persona*" o a "*todo mundo*"; los cuales no siempre responden a las necesidades reales de la mayoría.
- c) La *brevidad* que caracteriza a las emisiones de televisión obliga a que para que un mensaje pueda ser captado, sea necesario recurrir a la redundancia en la información.
- d) Según Doménech (1981), el emisor y el medio de transmisión son quienes controlan el código, y el receptor no puede ofrecer una contrapartida o respuesta a la imagen que se le presenta; *no permite la reciprocidad* ni la retroalimentación en alud de imágenes. Solo queda una pobre experiencia y vana ilusión.

2.4.2 Funciones de la Televisión

Como muchos fenómenos tecnológicos modernos, la televisión se ha impuesto por su practicidad, comodidad y complacencia. Tradicionalmente se clasifican tres funciones de la televisión:

- a) El *entretenimiento* desarrollado como respuesta a las exigencias derivadas de un exceso de "tiempo libre", que buscó llenarse con diversión que en cierta medida presentan situaciones simples que no obliguen a pensar.
- b) Su carácter *informativo* pretende cubrir las necesidades de conocimientos y reflejar "realidades" en política, sociedad y economía del país y el mundo.
- c) En su función *educativa* señalaremos que, comprende aquellos cursos formales de estudios por televisión, tales como los elaborados para los sistemas abiertos de enseñanza, así como también incluye aquellos programas que permiten la transmisión del patrimonio cultural.

Además, la televisión es una fuerza social debido a su *rating*¹, ya que el hecho de ser vista por mucha gente simultáneamente hace que ejerza mayor influencia que los demás medios sociales. Según Guarino (1973), la finalidad televisiva debe ser educativa a todos los niveles, desde los programas educativos, informativos o de entretenimiento. Pero puede dejar un mensaje paralelo destinado a reforzar la ideología de los grupos que la dirigen.

2.4.3 Influencia de la Televisión

Es importante conocer el mundo de los valores que se intercambian a partir de mensajes televisivos, ya que comúnmente se piensa que sólo aquellos programas en los cuales el contenido es manifiesto conllevan valores. Sin embargo, dichos valores están en el plano oculto y no aparente del mensaje y son transmitidos mediante mensajes connotados: el contenido ideológico del mensaje está

¹ Rating: determina el porcentaje de receptores encendidos y también cuantos receptores eligen y mantienen un canal durante determinado periodo de tiempo (Harper, 1985).

presente en sus niveles estéticos, de información y de entretenimiento. Estos mensajes están conformados por una estructura y un sistema de reglas que los generan.

Guarino (1973) menciona que el "núcleo ideológico" al que hace referencia la estructura de un mensaje es muchas veces inconsciente. Existe entonces un juego entre lo consciente y lo inconsciente del mensaje, conteniendo en ambos aspectos de un sistema de valores.

El contenido ideológico es fuertemente rechazado por amplios sectores cuando esta ideología es planteada en un plano consciente y racional, pero es absorbida sin actitud crítica cuando viene envuelto en formas "artísticas". Es esta suspensión del juicio crítico mediante el impacto emocional lo que hace posible la persuasión masiva del auditorio.

Para causar efectos que se valen del natural interés de la población en relación al sexo, al crimen, a la lucha por el status, se muestran estos intereses magnificándolos y transformados en fuerzas favorables al mantenimiento del sistema. Esto se reiterará en la trama del *bien* contra *el mal*, siendo siempre *el bien* el que contribuye a mantener "el orden" en el sistema y *el mal* quien quiere romperlo. Las causas del éxito y el fracaso humano siempre son presentadas como producto de vicios y virtudes, no planteando en ningún momento la perspectiva de que puedan ser resultado del funcionamiento de fuerzas sociales más amplias. En consecuencia, también se crean expectativas de movilidad social, de alcanzar un mayor status.

A través de los diversos programas, el espectador se identifica con personajes distintos. El éxito de la televisión depende de esta identificación; es a partir de ella que el emisor puede hacer llegar su mensaje al receptor, y facilitar su

asimilación a un nivel subconsciente sin pensar lo que lo lleve a actuar y a identificarse frente a la pantalla del televisor

El receptor del mensaje entregado a través de la televisión, no lo recibe en estado de conciencia total ni en su mundo diario. Está, por el contrario, en el mundo que le ha sido impuesto por el medio que ve y sometido a sus reglas. En este estado de ánimo relajado se establece un particular tipo de transacción (Eco, 1968), mediante la cual se atribuye inconscientemente al mensaje el significado que se desea.

Según Guarino (1973), la televisión debe ser un medio de difusión que esté al servicio de la sociedad de cualquier país y que difunda los conocimientos de los problemas nacionales básicos. El mensaje tiene como cometido *despertar*, en vez de adormecer, introduciendo al receptor en un mundo distinto, ya no de escape, sino real y de mayor conciencia.

Por otra parte, Mattelart (1981), menciona que la comunicación es un hecho de estructura y no un fenómeno de moda. Ocupa un lugar central en las estrategias que tienen por objeto la reestructuración de las sociedades a través de las tecnologías electrónicas. En este caso, la televisión es una de las piezas clave de la reconversión de los países industrializados, acompaña el nuevo despliegue de los poderes en el marco familiar, en la escuela, en la fábrica, en la oficina, en el hospital, en el barrio, en la religión o en la nación.

Lo cierto es que la televisión se vale de un buen repertorio de símbolos de uso cotidiano y de una ideología que la constituye como el más potente modelo de comportamiento para nuestras vidas. Estos mensajes conviven con el público cotidianamente, y forman parte sustancial del pensamiento y de la imaginación (Genovés, 1990).

La televisión ha modificado las relaciones familiares por ser una fuente importante de nuevas, variadas y originales relaciones que no sólo afectan al niño sino a todos los miembros de la familia como puede modificar el aprovechamiento y disfrute del tiempo, la familia moderna está frente a una nueva opción: hacer de la televisión el catalizador que permita "evadir la realidad" a través de ella.

2.5. Las Series de Dibujos Animados

Analizando la influencia social de la televisión se encuentran en primer lugar a los niños como asiduos espectadores de la misma. La televisión es para ellos, de gran importancia en su vida, eligen programas que los divierten y donde gozan al mismo tiempo que los protagonistas, en los que hay personajes admirados por ellos y quisieran que existieran no sólo en la fantasía sino en la realidad.

A los cinco o seis años de edad los niños ya han establecido patrones tanto del tiempo que dedican a ver la televisión, como el tipo de películas y dibujos animados que son los más populares entre ellos, en los que se incluyen personajes con dotes mágicas, situaciones de aventura, peligro y violencia, series de animales, comedias de situaciones en la vida real, guerras, ataques, armas de fuego, entre otras.

Las caricaturas como actualmente se les denomina a los dibujos animados, se originaron a principios del siglo XX aunados a una búsqueda de nuevos elementos que resultaran más atractivos al público, así los medios de comunicación hacen posible el nacimiento de una de las formas artístico-industriales más importante de nuestra época: *los comics*. En un principio y durante mucho tiempo los "comics" o tiras cómicas se consideraron tan sólo como una parte recreativa de los periódicos e incluso se les asignaba con nombres como sub-literatura, infraliteratura o literatura barata, debido al escaso contenido

cultural de éstas. Entre las primeras publicaciones se encuentra "La Seducción del Inocente" de Wertham y Frederic en 1954, que fue atacada por elites sociales y culturales de la época debido a su bajo contenido cultural y poco puritano. A pesar de ello, para los lectores comunes, era una distracción mediante la que domingo a domingo se envolvían en el mundo de la fantasía: la acción o el misterio, que generaciones anteriores encontraban en las novelas de Verne o de Salgari.

En los años 30's los *comics* se comienzan a independizar de los diarios formando una industria propia, editando revistas con estas tiras cómicas. Pero aún dentro de esta comercialización del género, hubo obras cuya calidad en todos los sentidos lo elevaron al rango de arte y cuya importancia del mensaje (haciendo caso omiso de su ideología por el momento) lo sitúan como un medio masivo de comunicación.

Y es hasta los años 50's cuando se decide darle a estos gráficos un estilo de acción y movimiento y aparecen los primeros dibujos animados con "Yellow Kid" (El muchacho amarillo), y de este modo causa más impacto dentro del medio de comunicación masiva.

Las caricaturas desde el inicio y desarrollo han tenido diversos temas de contenido en los mensajes dirigidos a los telespectadores. Al principio los dibujos animados muestran "historias rosas" en las que no existen muchas escenas de violencia, son historias tranquilas que narran situaciones como encuentros donde hay magia, hadas y príncipes. Con el paso del tiempo se integran otros elementos como animación de animales y objetos los cuales dan otro significado a las imágenes que se observan.

Para los años 50's y 60's se escriben guiones para los dibujos animados en los que los protagonistas son héroes con dotes mágicas que luchan por el bien y la justicia en contra de los villanos que pretenden el mal a la humanidad.

También se crean caricaturas con historias que dejaban de tener comicidad para convertirse en obras dramáticas apareciendo así antagonistas que se encargan de hacer lo posible por provocar situaciones de sufrimiento en la vida de los protagonistas, como el caso de "Heidi", "Remi", "Candy", "Los supercampeones".

Los héroes de las series son hombres superdotados con características específicas como tener super fuerza, poder volar por encima de altos edificios o rascacielos, disponer de armas fantásticas para obligar a decir la verdad. Tal es el caso de "Superman", "Batman y Robin", "La mujer maravilla".

Existen otro tipo de caricaturas en las cuales se muestra una vanalización de la violencia, es tan constante que ya se hace habitual, el personaje puede sufrir un accidente mortal y estar otra vez en acción, por ejemplo "El correcaminos", "Bugs Bunny", "El Pato Lucas", "Porky", "La Pantera Rosa", "Animaniacs", "Tinny Toons".

En la actualidad la temática de las caricaturas presenta patrones en los que la solución de los problemas se da por medio de la violencia y la venganza (Genovés, 1990), utilizando otros puntos de gran atracción para los televidentes como humanoides, robots, rayos láser, armas de fuego con gran sofisticación, derramamiento de sangre, en la que los héroes hacen uso de éstos recursos para agredir a los enemigos y viceversa al grado de no saber algunas veces con exactitud quién representa el bien y quién el mal. Tal es el caso de "Mazinger Z", "Los Thundercats", "He man", "Caballeros del Zodiaco".

2.5.1. Los Simpsons

La serie fue creada en 1988 por el escritor de *comics* Matt Groening, quien se inicia como escritor de tiras cómicas, al principio es colaborador en "Batman", luego escribe "La vida en el infierno", que trata sobre historias con misterio, muertes absurdas, situaciones grotescas, y pretende presentar una historia

original que no tenga relación con los recursos antes presentados para los dibujos animados de la televisión. Desea "mostrar de manera *cotorra*, desenfadada e irreverente la realidad de la sociedad *gringa* en donde hay más defectos que virtudes" (Meléndez, 1996)

Groening crea inicialmente a Bart Simpson, un niño que hace travesura y se burla de la gente, después decide darle una familia. Esta se forma por Homero, Marge, Lisa y Maggie. Cada personaje utiliza ademanes por los que se caracteriza, como la exclamación de Homero *¡Ouch!*, "que representa una expresión universal de estupidez", según palabras del autor, el *¡Hay Caramba!* y *¡Yo no fui!* de Bart, o el gemido constante de desacuerdo de Marge. A parte de llevar la serie a la televisión, Matt Groening escribió *cómics* con personajes que fue incluyendo al programa televisivo, como Krusty, el payaso, Lisa, hermana de Bart, y Paty y Selma las hermanas de Marge.

Este autor es ayudado por Bill Morrison, quien es el dibujante que inventó la imagen y forma de la familia Simpson, y encontró una manera distorsionada y simpática del ser humano con un toque amarillento. El dibujante menciona que su personaje favorito es Homero ya que es el que más le divierte escribir, porque parece ser que "en todo hombre hay una parte de Homero Simpson" y en algunos casos mucho más que otros. Comenta también que existe similitud entre el pensamiento de este personaje y él mismo. Agrega que el personaje de Lisa le cuesta trabajo escribirlo ya que es un personaje muy inteligente y es el personaje más duro moralmente (Meléndez, 1996)

Por otra parte, Morrison destaca que una de las "reglas Simpson" radica en no hacerlos que envejeczan, sólo en sueños o en la imaginación de los personajes, pero sin dejar de escuchar nunca sus voces de adultos o viejos. También opina sobre sus creaciones: "son como una forma de narrar de manera chusca e irónica situaciones con mensajes dirigidos al público adulto. Finalmente este autor

menciona que no tiene hijos, pero que si los tuviese, habría muchas cosas en "Los Simpsons" que no le gustaría que ellos imitaran y que no les dejaría ver la transmisión.

La trama general de la serie "**Los Simpsons**"⁸, se desarrolla en una pequeña ciudad norteamericana llamada Springfield⁹, en la que además de los servicios comunes como son la escuela, el supermercado, la iglesia y tiendas entre otros, cuenta con una planta nuclear en la que trabaja Homero Simpson, un hombre de clase media, de 36 años de edad que no concluyó la preparatoria y a pesar de ser distraído tiene el puesto de Jefe de Seguridad en la Planta Nuclear. Homero es el padre de la familia protagonista, que además está integrada por Marge la madre, una mujer de 36 años de edad, con una educación media superior que se dedica al hogar y a su familia; sus tres hijos son Bart de 8 años, Lisa de 7 y la pequeña Maggie que tiene menos de un año de edad.

Como cualquier familia, los Simpson cuentan con más parientes como el abuelo Abraham que es el padre de Homero y vive en el asilo de la ciudad, la mamá de Marge que siempre esta viajando y de vez en cuando visita a su familia, Paty y Selma las hermanas de Marge, dos solteras de 46 años que viven juntas en un departamento; todos ellos junto con los vecinos que son los Flanders "la familia modelo" y Ruth "la feminista", conviven con la familia central de la serie.

Los miembros de la familia también se relacionan con otros personajes que habitan la ciudad de Springfield, entre los que se encuentran el Sr Burns un hombre mayor, que es muy rico pero no tiene parientes, únicamente lo acompaña

⁸ La serie de dibujos animados presenta una estructura temática en la que existe un realismo más marcado que en las anteriores, ya que no hay tanta fantasía o ficción aunque todavía existe. De hecho esta serie presenta narraciones de situaciones y mensajes dirigidos al público adulto de Estados Unidos. Según la documentación hemerográfica (Meléndez, 1996), esta serie se compró en México por IVE-VISION, hoy TV AZTECA, se transmitió a partir de 1990 al público mexicano pero esencialmente dirigido al televidente infantil, en el horario de las 20:00 a 20:30 horas de lunes a viernes.

⁹ La ciudad de Springfield realmente existe, está ubicada en el estado de Illinois en los Estados Unidos de Norteamérica.

Smithers, su secretario quien se preocupa exageradamente por él sin buscar alguna recompensa Burns es el dueño de la planta nuclear, por lo tanto el jefe de Homero a quien al igual que a los otros empleados humilla y no le permite una superación ni un desarrollo personal

Un número importante de episodios se desarrollan en la escuela pública de Springfield por ser uno de los lugares donde el personaje central de la serie, Bart Simpson, tiene importantes intervenciones, esto da pie a que surjan una variedad de personajes como son el director Skinner, que busca mantener el orden y la disciplina en la escuela, la maestra Kabaflow, que le imparte clases al cuarto grado de primaria y cuyos alumnos son Bart Simpson, Millhouse el mejor amigo de Bart, Martin el "niño estudioso", Nelson, Kevin y Jimbo quienes además de ser latinos son los "niños pandilla" o los "niños problema", y las gemelas "chismosas" Sherry y Terry Lisa Simpson asiste a la misma escuela, pero está en el tercer grado. Aparecen también en este ambiente Willy el conserje un hombre maduro, es fornido, además siempre esta enojado o de malas, y Otto que es joven, usa el cabello largo, es descuidado en su persona, es latino y les agrada a los niños pero es poco precavido para conducir

Existen otros personajes de la vida cotidiana en la pequeña población de Springfield que conviven con la familia protagonista, aunque no aparecen durante toda la serie, ellos son: el alcalde de la ciudad (Mayor Diamante), el jefe de la policía (Jefe Gorgory), el abogado Lionel Hot, el médico Nick Riviera, el psiquiatra Marvin Monroe, Abu el dueño de la tienda de abarrotes, Moe el cantinero, Barney el amigo de Homero y el reverendo Alegría. Todos estos personajes conviven y juegan diferentes roles en múltiples ambientes como el hogar, la escuela, el trabajo, las calles, la iglesia y el bar.

CAPITULO III

Análisis de Programas Televisivos

La televisión es el medio más importante para impactar a la sociedad, pues ha modificado además de hábitos de vida, los conceptos educacionales de todas partes del mundo. De un solo golpe la televisión reúne los tres aspectos importantes en la psicología de las formas y la comunicación: *visión, sonido y movimiento*, esta conjunción de formas ejerce influencia para cambiar conductas a través de la información de sus mensajes mientras divierte.

Existen dos técnicas para realizar el análisis de programas televisivos, una de ellas es el análisis de contenido, la otra es el análisis de forma.

3.2. Análisis de Forma

Un programa televisivo puede evaluarse por medio de la técnica llamada "análisis de forma", basada en lo que se denomina Psicología de la-Forma (Arnau, 1979), que nos explica que la percepción de las formas, por parte del individuo, se realiza no a partir de los mecanismos psicofisiológicos, sino a partir de los condicionamientos culturales desde los que actúa.

Las formas que se perciben son las que la previa educación, en un medio social determinado e ineludible, invita a percibir. Las formas simples son ya el resultado de una situación cultural más que una consecuencia de la propia capacidad de percibir. Por ejemplo, la observación de infinidad de dibujos infantiles ha impulsado a creer en el principio Gestáltico de "la constancia de la forma" es un principio que reposa ya en las bases de una cultura. Como ya se ha mencionado, la teoría de la Gestalt (1880-1943) es la base para el análisis de las formas, el aporte fundamental de esta teoría es su principio de que "toda percepción es global, no aislada y fuera de contexto"; es decir, que en ningún momento pueden

confundirse la sensación y la percepción, aunque no puede haber percepciones sin sensaciones; las sensaciones no tienen que ser siempre externas al cuerpo, en definitiva lo que interviene es la totalidad del sujeto

La Gestalt (1880, citado en Saborit, 1994), menciona que no sólo se perciben objetos con las implicaciones que se han señalado sino que también se percibe en relación con otros objetos y además se perciben espacios entre objetos. Estos interespacios son elementos que organizan las relaciones entre los objetos y las sensaciones a su vez son modificadas por su medio perceptivo. El espacio, ambiente o telón de fondo es el que permite la interrelación de las sensaciones, por lo que es la base de la organización de éstas

Los trabajos de Ramón Turró (1912, citado en Arnau, 1979), sobre lo que llama los primeros pasos de una fisiología del conocimiento humano, o el despertar de la inteligencia de Jean Piaget (1954, citado en Piaget, 1972) sobre la información de los esquemas de base de la inteligencia del niño, junto con la teoría de la Gestalt, han demostrado que existen formas perceptuales con un sistema de señalización, el lenguaje, que es producto de la vida social y forma la adquisición específica que permite distinguir el hombre del animal (Arnheim, 1973)

Dentro del análisis de forma en programas de televisión, se toman en cuenta aspectos de visión, sonido y movimiento que incluyen los siguientes aspectos:

Registro Visual

1. Iconicidad: Moles (1967), establece que hay una escala de iconicidad¹ con 12 grados diferentes, que Villafane (1985) resume en cuatro categorías de caracterización general:

¹ Iconicidad: es la relación aparental entre imagen y su referente. Un símbolo es un signo que refiere el objeto de referencia al que se designa cierta cantidad de percepción visual

- a) - Fotográfica: por razones culturales es la que mayor poder referencial posee, ya que el proceso de decodificación de esta imagen muestra un reflejo fiel de la realidad
- b) - Animación de objetos: es una variante de la iconicidad fotográfica, el hecho de animar artificialmente objetos inanimados altera sustancialmente la referencialidad y la verosimilitud de la imagen.
- c) - Imagen por ordenador: se ordenan imágenes según el nivel de impacto
- d) - Escritura: en algunas ocasiones la escritura representa un aspecto fundamental en la referencialidad del mensaje.

2. Objeto Los objetos aparecen como "entorno natural" y es importante saber sus valores de uso, por ejemplo unas tijeras para matar.

3. Personajes presentan modelos de comportamiento, mecanismos de identificación, como espejos deformados, aspiraciones, anhelos y deseos todos ellos dirigidos potencialmente al receptor (Buggaley-Duck, 1976)

a) - Cantidad (Saborit, 1994)

La presencia de un solo personaje plantea un modo de relación restringida entre el mensaje, personaje y el destinatario.

El poner a más personajes como la familia representa una forma de vinculación y organización interpersonal socialmente institucionalizada representa una estructura anclada en "lo real" y asociada frecuentemente a lo cotidiano.

b) - Tipo

El tipo de personajes resulta de suma importancia, hay dos tipos de especie, humanos o no humanos, en cualquiera de sus versiones, ya sea animales, muñecos, personajes de dibujos animados, la edad como un bebé, niño, adolescente, joven, adulto, maduro o viejo, la clase, por ejemplo, famosos, profesionistas, oficio, status; el sexo, asexuado, masculino, femenino.

4. Color: el cromatismo de las imágenes es una clave de importancia, hay que establecer criterios operativos (Deriberè. 1964)

- a) -Longitud de onda dominante llamado tono o matiz según el color
- b) -Saturación, es el factor de pureza con respecto al blanco o al gris
- c) -Brillo o luminancia Cantidad de luz reflejada en el color

El significado de un objeto es asociado a un color, posee raíces inmersas en los procesos simbólicos y culturales en la historia de la humanidad, en su interacción y en el intento del hombre por dominar a la naturaleza. Para ello se necesita conocer la asociación primaria establecida originalmente en cada uno de ellos y de ser posible, el proceso lógico simbólico que permitió que esa asociación inicial evolucionara y abarcara ciertas funciones específicas en el desarrollo de la humanidad y su cultura, hasta llegar a la asociación actual, que tiene uno o varios significados para cada uno de los colores (Ortiz. 1992)

En los programas se utilizan varios matices de colores los cuales dan significados psicológicos de sensaciones (Lusher, 1982) el Rojo es el deseo en toda su gama de apariencia y anhelo, es el apremio para lograr éxitos, la fuerza de la voluntad, la sangre de la conquista, la masculinidad y la sexualidad. El Amarillo es claridad, reflexión, brillo y alegría, manifiesta expansividad, desinhibición, laxitud y relajación, es exéntrico, atractivo, planificador, ambicioso, inquisitivo y sus aspectos afectivos son la expectación, la originalidad y el regocijo. El Verde temperamento austero y de voluntad constante. El Verde Azulado representa pasividad, lo concéntrico, autónomo y obstinado. El Azul, tranquilidad, pasividad, perceptivo, unificador, satisfacción, ternura, lo sensible y el afecto; representa logros, altos ideales de la humanidad: verdad, unidad, dedicación y entrega. El Negro representa el límite absoluto detrás del cual la vida cesa. El negro es el "no" en oposición al "sí" del blanco.

La psicología de los colores nos dice que el hombre ha estado rodeado de colores que han ejercido influencia sobre él; los colores de la naturaleza tienen gran influencia sobre el hombre, y esta influencia se relaciona íntimamente con su constitución física y psicológica, que ha de recibir el impacto de los colores naturales le guste o no

5. Planos (Metz, 1973) Es la unidad de análisis de la imagen televisiva: en la cuadratura, acercamiento o alejamiento de la cámara. Según sea el caso muestra al receptor las actitudes psicológicas, afectivo-perceptivas

Registro Sonoro

Los sonidos se caracterizan por desarrollar el tiempo objetivo o cronométrico al que se le agrega el tiempo "psicológico", tiempo personal, del sujeto que percibe (Winkel, 1970), esto es la base para sustentar las diferentes emociones que vive un ser humano al percibirlos, para señalar las cuestiones del sonido se divide en 4 apartados (Saborit, 1994)

- 1.- **Palabra**: las palabras no pueden ser registradas en su totalidad pero se pueden marcar las más frecuentes y el tono en que se mencionan, por ejemplo, para ofender, halagar o alentar.
- 2.- **Música**: la pertinencia de la música se sitúa en la explotación de una importante especificidad del medio televisivo. La simultaneidad de imágenes en movimiento y sonido, coherentemente articulados, constituye uno de los principales atractivos para un espectador.

En el análisis de forma se dividen varios tipos de música (Saborit, 1994)

- a). **Seria tonal**: aquella música conocida como "clásica o culta", poseen una armonía melódica, son fáciles de recordar, facilitan la fijación de un mensaje sonoro, visual, dan sensación de relajación y reflexión.
- b).- **Seria no tonal**: las alternativas de música que no siguen normas clásicas de armonía o melodía; no facilitan la retención ni el estímulo de la memoria musical;

producen por lo general sensación de caos y pleito, niegan el sentimiento al intelecto

c) - Popular, culta música no sinfónica, melódica, tonal, aceptada por el público masivamente, aun cuando la "calidad" o autoría supone aspectos culturalmente circunstanciales

d) - Popular se dirige a sectores más populares del público, es más comercial, sin ahondar en mensajes de tipo intelectual

A la música se le atribuyen valores, ya que puede actuar por medio de estructuras redundantes que remarcarán algún aspecto del mensaje visual, complementando el sentido de las imágenes, destacando uno de los posibles significados de las mismas

La música transmite sus connotaciones expresivas a una situación, produce evocaciones y sensaciones diferentes a cada espectador, transmitiendo también valores que son atribuidos por razones culturales, una determinada pieza musical puede asociarse con cualidades fijas, rígidas establecidas con anterioridad

Conviene tomar en cuenta, los distintos tipos de música que pueden acompañarse de letra, que se socia al mensaje sonoro, esta posibilidad de relación entre el mensaje verbal y musical articulan una forma de influir sobre el espectador.

3. Efectos sonoros: con el fin de impactar perceptualmente en algunos programas televisivos acompañan sus acciones de efectos sonoros creados artificialmente

4. Silencios: es un recurso sonoro, por oposición, es un carácter evocador, significativo y esencial ya que repercute en la percepción del espectador al diferenciar los sonidos uno de otro cuando interviene un silencio, ya sea corto o prolongado.

Movimiento

Es una sucesión de fotos fijas que en realidad, genera ilusión de movimiento

La imagen televisiva presenta dos tipos de movimiento (Marcel, 1980):

1.- Realidad filmada: la cámara estática, para simulaciones panorámicas de alejamiento, acercamiento, etc.

2.- Cadencia de toma: tomando en cuenta una normalidad de 25 fotogramas por segundo:

a) aceleración: muestra menos imágenes al mismo tiempo, produciendo mayor rapidez en el transcurso de éstas, suele utilizarse como elemento cómico y eventualmente exagerar la velocidad de un objeto, puede producir sensación de agobio y angustia.

b) ralentización: hace más perceptibles para el espectador detalles que de otro modo pasarían inadvertidos. Suaviza los desarrollos de movimiento dando una sensación poética, romántica o por el contrario algo de suspenso.

3.1 Análisis de Contenido

La televisión como ya se ha mencionado, es un medio masivo en el que se encuentra una variedad de programas a escoger y para todos los gustos: deportes, noticias, comedias, musicales, entre otros. Para el presente trabajo se tomó un programa de dibujos animados ("Los Simpsons"), para analizarlo mediante la técnica de Análisis de Contenido.

Los trabajos realizados con esta técnica dieron inicio con los medios impresos de comunicación (periódicos). Uno de los primeros análisis fue publicado en 1893 (Speed 1893, citado en Krippendorff 1990). La sociología comenzó a hacer amplio uso de las investigaciones mediante encuestas y sondeos de opinión. Las experiencias recogidas en el análisis de la opinión pública dieron origen al primer examen serio de los problemas metodológicos del análisis de contenido, llevado a

cabo por Woodward (1934, citado en Berelson 1966). Posteriormente, a partir de los escritos sobre la opinión pública, se incorporó al análisis de la comunicación el interés por los "estereotipos" sociales (Lippman 1922, citado en Krippendorff 1990).

Los rasgos que distinguen a los primeros análisis de contenido del análisis cuantitativo de los periódicos son los siguientes: 1) Muchos científicos sociales eminentes se incorporaron a esta evolución proporcionando ricos marcos teóricos. 2) Se definieron, y se reconocieron en los datos correspondientes, conceptos bastante específicos, como los de actitud, estereotipo, estilo, símbolo, valor y métodos de propaganda. 3) Se aplicaron al análisis herramientas estadísticas más perfectas, especialmente las procedentes de la investigación mediante encuestas y de los experimentos psicológicos. 4) Los datos provenientes del análisis de contenido pasaron a formar parte de trabajos de investigación de mayor envergadura (Lazarsfeld et al 1948, citado en Krippendorff 1990). La primera exposición sumaria de estos trabajos apareció en el volumen titulado *Content Analysis in Communication Research* (1948), del que originalmente fueron autores Berelson y Lazarsfeld y más adelante únicamente Berelson (1952, citado en Krippendorff 1990).

El principal uso del análisis de contenido es el estudio del mensaje o información manejada a través de agentes socializantes que refuerzan las normas culturales de un grupo, tales agentes son entre otros, los medios de comunicación social.

Dentro del proceso de la comunicación el contenido ocupa una posición central. El análisis de contenido es una técnica referida al estudio de las comunicaciones. Una definición de análisis de contenido de carácter descriptivo es la realizada por Bernard Berelson (1952, citado en 1966), quien propone que "El análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de una comunicación".

El autor se refiere al contenido de la comunicación como el conjunto de diferentes símbolos musicales, pictóricos, verbales, plásticos o gesticulares que constituyen la comunicación misma. Berelson hace un recuento de las posibilidades de análisis de la "sustancia" o "fondo" del contenido:

1. Para describir tendencias y cambios en el contenido de la comunicación.
2. Para averiguar la evolución de los intereses y de las actividades del pensamiento erudito.
3. Para revelar diferencias internacionales en el contenido de la comunicación.
4. Para realizar comparaciones entre diferentes medios de comunicación y entre diferentes niveles de comunicación.
5. Para analizar el contenido de la comunicación en términos de sus objetivos explícitos o implícitos.
6. Para elaborar y poner en vigor ciertos estándares de comunicación, así como examinar el contenido de las comunicaciones en términos de tales estándares.
7. Para ayudar en operaciones técnicas de investigación, como en la codificación de datos obtenidos en entrevistas u observaciones no estructuradas.

En cuanto a su "forma", el análisis permite:

1. Revelar técnicas de propaganda o persuasión.
2. Medir la legibilidad (interés, amenidad, facilidad de comprensión) de material impreso.
3. Descubrir rasgos estilísticos en lenguajes, en periodos históricos, en tipos de discurso y en autores individuales.

Los análisis de contenido cuyo objetivo principal es la descripción, se caracterizan por reproducir determinados tipos de generalizaciones. Muchas veces son generalizaciones que proceden de la comparación de contenidos de comunicaciones de distinto origen, o de comunicaciones de un único origen pero realizadas en diferentes tiempos, o de comunicaciones también de un único origen pero realizadas en situaciones distintas.

Otro posible objetivo del análisis de contenido es la realización de inferencias. Cuando el contenido de mensajes y comunicaciones es analizado con el fin de apoyar conclusiones acerca de cuestiones no relacionadas con el contenido, entonces la investigación adquiere un carácter explicativo o inferencial que sustituye, o bien se añade, al carácter descriptivo.

Hay dos grandes categorías de inferencias. La primera está formada por las inferencias que se refieren al origen, a las causas, a las condiciones antecedentes de la comunicación, y especialmente al autor de la misma, a su carácter, sentimientos e intenciones; estas inferencias responden a los interrogantes "quién" y "por qué". La segunda categoría está formada por las inferencias que se refieren a los efectos o resultados de la comunicación, y aquí el análisis responde al interrogante "con qué efecto".

Combinando las aportaciones de Berelson (1952) y Holsti (1969, citado en Berelson, 1956) obtenemos la siguiente clasificación de los análisis de contenido de carácter inferencial:

a) Análisis para realizar inferencias acerca de las causas, de los productores, o de los antecedentes de la comunicación:

1. Para identificar las intenciones y otras características de los creadores de las comunicaciones.
2. Para analizar rasgos psicológicos de individuos o determinar el estado psicológico de personas o grupos.
3. Para detectar la existencia de propaganda.
4. Para obtener información política y militar.
5. Para determinar actitudes, intereses o valores de grupos o poblaciones, así como el cambio en los mismos que haya podido tener lugar.
6. Para proporcionar pruebas jurídicas.
7. Para decidir disputas sobre paternidad literaria.

b) Análisis para realizar diferencias acerca de las consecuencias o efectos de la comunicación:

1. Para determinar qué actitudes y comportamientos son consecuencias de -o respuesta a- la comunicación.
2. Para analizar la corriente de información
3. Para medir la legibilidad de textos.

En una definición más reciente, Krippendorff (1990), propone que "El análisis de contenido es una técnica de investigación para hacer inferencias reproducibles y válidas de los datos al contexto de los mismos" Los mensajes y comunicaciones se refieren a fenómenos que no son observados directamente por los receptores de los mensajes, y es esta característica lo que obliga al receptor del mensaje o comunicación a hacer inferencias específicas a partir de los datos que observa

El análisis de contenido puede tener tanto un fin descriptivo como un fin inferencial, y puede utilizar tanto técnicas del análisis cuantitativo como técnicas de análisis cualitativo, el análisis no está limitado al contenido manifiesto de los mensajes sino que puede extenderse a su contenido latente². Otro aspecto del análisis de contenido es el que Krippendorff a llamado *estructura conceptual*, que es el conjunto de conceptos interrelacionados que sirven para guiar al investigación del mismo

Una vez identificado por el investigador el fenómeno de interés, es decir, el objeto de investigación, el primer elemento de la estructura conceptual del análisis de contenido está formado por *los datos*. Los datos constituyen la materia prima del análisis de contenido, la superficie que el investigador quiere penetrar. Debe estar claro, por tanto, qué datos van a ser analizados, cómo son definidos, y de qué universo de datos se han obtenido.

² "Contenido Latente" es el contenido que no se percibe pero que está presente en el texto del mensaje. Este permanece oculto. (Berlo, 1985)

El contexto de los datos es el segundo elemento de la estructura conceptual del análisis de contenido. El contexto de los datos es construido por el investigador y esta construcción está determinada por los intereses y los conocimientos de aquél, los cuales deben ser expuestos con claridad.

Otro elemento de la estructura conceptual es el objetivo del análisis de contenido. El objetivo, es decir lo que el investigador quiere averiguar, tendrá que estar expuesto con claridad para que sea posible juzgar si el análisis de contenido ha llegado o no a su término.

El elemento central de la estructura conceptual, es la inferencia. En todo análisis de contenido, incluso en el más estrictamente descriptivo, se realiza alguna inferencia, por rudimentaria que ésta sea. En los casos de análisis de contenido con fines puramente inferenciales, el investigador tiene que utilizar una construcción teórica de las relaciones entre datos y su contexto para poder realizar y justificar esas inferencias.

Los objetivos posibles del análisis de contenido son tres: 1. La descripción precisa y sistemática, de las características de una comunicación. 2. La formulación de inferencias sobre asuntos exteriores al contenido de la comunicación. 3. La prueba de hipótesis, para su verificación o rechazo.

Según Ruiz (1989), no existe un modelo único de llevar a cabo el análisis de contenido, sino que éste puede ser efectuado de múltiples formas según sean los intereses y objetivos, las condiciones y los textos con los que el analista afronta su trabajo. Propone seis modalidades principales:

- a) Cuantitativo vs. Cualitativo, diferencia presente en el análisis de contenido semejante a la que se da en cualquier otra técnica.
- b) Exploratorio vs. Confirmatorio, diferencia equivalente a la que se da utilizando cualquier otra técnica, según que el investigador pretenda explorar unos datos o,

más bién, intente verificar una hipótesis concreta sobre datos conocidos y operacionalizados adecuadamente

c) Directo vs Indirecto, en función de que el investigador limite su análisis al contenido representativo, esto es, el que aparece manifiesto en el texto, o busque captar el contenido instrumental, esto es, el mensaje que el autor quiere transmitir, mensaje que literalmente no se deduce del texto.

El estudio que aquí se presenta está fundamentado en la técnica de análisis de contenido según la postura de Bernard Berelson, presentada anteriormente, y tiene como objetivo describir el modelo de familia que presenta el programa de "Los Simpsons" y su interacción con la sociedad. Esta técnica, proporciona las herramientas necesarias para detectar el tipo de información que se está transmitiendo a los televidentes con dicho programa.

CAPITULO IV

Método

4.1. Objetivo General: Describir el modelo de familia y su interacción con la sociedad, representados en el programa de "Los Simpsons".

4.2. Objetivos Específicos: Identificar las actitudes, comportamientos y valores de cada personaje con respecto a

- a) La familia
- b) La escuela
- c) El trabajo

4.3. Categorías de registro: Se utilizaron las siguientes categorías de registro¹:

a) Características demográficas: se refiere a las características físicas de cada personaje y nunca varían.

- Sexo
- Edad
- Compleción
- Raza

b) Metas: se refiere al cumplimiento de las metas por parte de los personajes a lo largo de cada uno de los capítulos.

- Exitoso
- No exitoso

¹ En el apéndice A, aparece la definición de cada una de las variables consideradas.

c) **Características psicológicas:** se refiere a las conductas o actitudes de cada personaje las cuales presentan según la trama de cada capítulo.

- Rasgos de personalidad
- Conductas positivas
- Conductas negativas
- Valores personales
- Elementos para lograr propósitos

d) **Entorno:** se refiere al lugar donde se desarrollan la mayor parte de las acciones

e) **Otros Elementos:** se refiere a la presencia de hábitos perjudiciales y otros factores que están presentes o influyen de alguna manera en la trama

- 1 Hábitos perjudiciales:
 - Alcoholismo
 - Tabaquismo
 - Drogadicción
 - Apuestas
2. Racismo
3. Pensamiento mágico

4.4. Muestra: Los 93 capítulos² del programa de "Los Simpsons" traducidos al español y grabados en 8 videocassettes.

4.5. Tipo de Estudio: Investigación descriptiva (Isaac y Michael, 1981) en donde se buscó registrar de manera sistemática y detallada las actitudes, las conductas, y las características de los miembros de la familia representados en el programa de "Los Simpsons".

² En el apéndice B aparece la lista de los capítulos y el nombre de cada uno de ellos

4.6. Instrumento y Materiales:

186 formatos de registro¹, uno por cada capítulo, para cada una de las dos analistas. El instrumento² fue elaborado en el departamento de Monitoreo de Televisión en la Subsecretaría de Control Sanitario de la Publicidad en la S.S.A., para una investigación que tenía por objeto diseñar y aplicar un sistema de análisis de contenido a diferentes programas de televisión en los canales nacionales que permitiera conocer las conductas agresivas más comunes y destructivas y las razones que las desencadenan.

Como el formato de registro fue diseñado específicamente para una investigación sobre agresión y violencia en programas de televisión en general, se le hicieron las siguientes modificaciones con el propósito de adaptarlo a los objetivos de la presente investigación:

- Los reactivos 19, 20 y 21, correspondientes a la mentira, el engaño y la intriga, estaban fusionados en uno solo, pero debido a que en el material analizado se encontró una alta frecuencia de aparición de las tres categorías, se optó por manejarlos como reactivos separados.

- Se agregó un reactivo relacionado al entorno, es decir, el lugar en donde se realiza la mayor parte de la trama, el cual tiene como lugares más frecuentes:

1. La casa de la familia Simpson
2. La escuela
3. El trabajo (La Planta Nuclear)
4. El Bar.
5. Vía Pública
6. La Iglesia

¹ En el apéndice C aparece el formato de registro que se utilizó en la presente investigación.

² Francisco Brito, *Violencia y agresión en programas de televisión* (Material inédito), México, 1993.

- Si la trama se desarrollaba en la casa de la familia Simpson, se agregó un reactivo adicional, que permitiese especificar en que lugar. Este tiene como opciones:

1. La sala, 2. La cocina, 3. Las recámaras y 4. El jardín

- Además se omitió el reactivo de poderes especiales, incluido en la sección de "elementos para lograr sus propósitos", debido a que en el programa analizado los personajes utilizan elementos de la vida cotidiana para alcanzar sus metas

El instrumento está integrado por tres tipos de reactivos: abiertos, de opción y mixtos (abiertos y opción)

La primera parte contiene reactivos de tipo abierto en los cuales se describió la trama, los personajes y las conductas generales de éstos por cada capítulo que se registró. La segunda parte, se refiere a las características físicas de los personajes (sexo, edad, compleción y raza), que sólo se registraron una vez ya que estas características no cambian durante toda la serie

En la tercera parte se codificaron las conductas específicas de cada personaje (positivas y negativas), describiendo cada una de éstas tal cual aparecieron en el programa. La cuarta parte incluye las características de tipo psicológico de los personajes que aparecieron en el capítulo registrado (rasgos de personalidad, valores personales y elementos para lograr sus propósitos), y se codificaron en reactivos de opción.

La quinta parte se refiere al registro de lugares donde se desarrolló la mayor parte de la trama en cada capítulo, y esta conformada por reactivos de opción múltiple. La última parte se compone de reactivos de tipo abierto en los que se describieron los factores que tuvieron alguna influencia en el programa (alcoholismo, tabaquismo, drogadicción, apuestas, racismo y pensamiento mágico).

4.7. Procedimiento: Para el registro de cada capítulo, se prosiguió con los siguientes pasos

- 1 - La revisión del programa y su codificación en el formato se llevó a cabo por dos analistas, quienes realizaron su trabajo en cubículos separados
- 2 - Se observó el desarrollo del capítulo correspondiente, identificando las actitudes de cada personaje
- 3 - El mismo capítulo se observó por segunda ocasión y simultáneamente se registraron codificando en el formato las actitudes ya identificadas (al tener grabados los capítulos en videocassettes, se tiene la ventaja de poder detener la transmisión o regresarla cuantas veces sea necesario)
- 4 - Los datos registrados en el instrumento se vaciaron en tablas de frecuencias para efectuar el procesamiento de datos

4.8. Procesamiento de Datos: Se inició con el cálculo de la confiabilidad de los registros, que se obtuvo por medio de la Confiabilidad Interjueces (90%) En los casos en que existían diferencias, se exponían los motivos por los que se codificó el ítem de esa forma y se llegaba a un acuerdo, de lo contrario, se observaba el capítulo nuevamente

Una vez registrados todos los capítulos en los instrumentos, se vaciaron los datos en diferentes tablas⁵

Tabla 1 Características demográficas.

Tabla 2 Metas de los personajes

Tabla 3 Rasgos de personalidad

Tabla 4 Conductas positivas.

Tabla 5 Conductas negativas

Tabla 6 Valores personales.

Tabla 7 Elementos para lograr sus propósitos.

Tabla 8 Entorno.

⁵ En el apéndice D se encuentran las tablas de las frecuencias registradas

La finalidad de elaborar estas tablas fue agrupar las frecuencias por categorías de registro. Primero se elaboró una base de datos⁶ la cual contiene en los renglones los 93 capítulos que se revisaron, y en las columnas, los nombres de los 40 personajes seleccionados⁷. Una vez creada esta base de datos, se vaciaron las frecuencias correspondientes de cada categoría por personajes a lo largo de los 93 capítulos que se registraron y estas frecuencias se transcribieron en una tabla final que contiene en las columnas el nombre de cada personaje y en los renglones el nombre de cada categoría registrada. También se dividió, separando con una línea más oscura a los personajes centrales de la serie (La Familia Simpson) de los personajes secundarios.

⁶ La base de datos se introdujo en una hoja de cálculo Microsoft Excel versión 5.0

⁷ La selección de los personajes se hizo tomando en cuenta el número de apariciones que tuvieron durante toda la serie, de manera que quienes tenían una sola aparición se eliminaron, a excepción de dos personajes (Ruth y el Reverendo), porque hay un capítulo en el que la trama gira en torno a ellos y a la familia Simpson.

Capítulo V

Resultados

En el presente capítulo se presentan los resultados que se encontraron con análisis de contenido en el programa de televisión "Los Simpsons", en el cual se tomaron en cuenta únicamente las frecuencias¹ más significativas obtenidas en las tablas de registro correspondiente. Para el análisis de las tablas se realizó primeramente una descripción general, posteriormente se tomaron en cuenta los personajes principales² (La familia Simpson) y finalmente se consideraron otros datos relevantes de los demás personajes que aparecen en la serie³, esto se trabajó para cada una de las categorías de registro mencionadas en el capítulo anterior.

5.1. Características Demográficas (Tabla D-1)

En total se registraron 40 personajes, de los cuales 30 son del sexo masculino y 10 del sexo femenino. En cuanto a la edad, la frecuencia más alta fue para los personajes con edad entre 35 a 60 años (25), y le siguió el de los personajes con edad entre 6 a 12 años (8), las edades de menos frecuencia fueron los menores de 6 años (1) y de 13 a 22 años (1). Para la complexión la frecuencia más alta la obtuvo la complexión media (13), y siguieron la delgada (12), y la gorda (9). La más baja fue para la complexión flaca (2). En la característica de raza se encontró mayor frecuencia de blancos mediterráneos (23), le siguió la mestiza (14), los nórdicos (2), y la más baja frecuencia fue de raza negra (1), la que no apareció fue la raza oriental.

¹ Las frecuencias registradas se presentan anotadas entre paréntesis.

² El orden en que se muestran los integrantes de la familia Simpson es según su aparición al inicio de cada capítulo: Bart, Homero, Lisa, Marge y Maggie.

³ En el apéndice E aparecen los nombres de los personajes y quienes son cada uno de ellos.

La familia Simpson:

Bart es el personaje protagónico⁴ de la serie, es el hijo mayor, tiene 8 años de edad y es de compleción media

Homero es el padre, tiene 36 años y su compleción es gorda.

Lisa es la hija, tiene 7 años de edad y es de compleción delgada

Marge es la mamá, tiene 36 años y es de compleción media.

Maggie es la bebé, con menos de un año de edad, su compleción es delgada y al igual que toda la familia es de raza blanca mediterránea

5.2. Metas de los Personajes (Tabla D-2)

Se presentaron con más frecuencia los personajes exitosos (301) que los no exitosos (199). Dentro de éstos, 11 aparecen como exitosos, 21 como no exitosos y 8 tienen la misma frecuencia como exitosos que como no exitosos.

También se observó que las mujeres aparecen más como no exitosas que como exitosas, a excepción de Lisa y Marge, que se presentan más como exitosas. Para los hombres solamente 6 aparecen más como exitosos, 3 presentan la misma frecuencia como exitosos y como no exitosos, y los 21 restantes tienen mayor como no exitosos.

En cuanto al tipo de raza, se encontró a los blancos mediterráneos como más exitosos y a los mestizos como no exitosos. En lo que se refiere a la familia Simpson: Todos resultan ser más exitosos (228) que no exitosos (66), en comparación con los otros personajes.

Bart obtuvo una frecuencia más alta como exitoso (55), que como no exitoso (30). Homero tiene una frecuencia más alta como exitoso (65), que como no exitoso (24).

⁴ Según el autor de la serie, Bart es el primer personaje que crea y después decide darle una familia.

Lisa tiene alta frecuencia como exitosa (46), y baja como no exitosa (5).

Marge aparece más como exitosa (62), que como no exitosa (5)

Maggie aparece en 2 capítulos como no exitosa

Para los otros personajes

El Sr Burns tiene más frecuencia como no exitoso (20) Selma tiene más frecuencia como no exitosa (6) Moe aparece en 9 capítulos como no exitoso.

Net Flanders tiene más frecuencia como exitoso (6) que como no exitoso (3) El Abuelo de los niños Simpson tiene más frecuencia como exitoso (9) que como no exitoso (5) El mayor Diamante aparece más como no exitoso (5) que como exitoso (1) Krosty tiene más apariciones como no exitoso (11), que como exitoso (4) Barney aparece más como no exitoso (5) que como exitoso (3) Abu es más frecuente como exitoso (4) que como no exitoso (2). Lenin aparece en 2 capítulos como exitoso

Los personajes que sólo aparecen como no exitosos son Nelson (10), Moe (9), Kevin (3), Dr. Nick Riviera (3), el Abogado (3), El director de caricaturas (2), el Reverendo (1) y Ruth (1)

5.3. Características Psicológicas

5.3.1. Rasgos de Personalidad (Tabla D-3)

La frecuencia más alta es para el rasgo de agresividad (54), le siguieron la obesidad (50) y la ambición (44). Las más bajas fueron para conflictivo (1), audacia (1) y timidez (2)

En la familia Simpson se encontró que Bart es el más travieso (13), Homero el más ambicioso (11), Marge la más cariñosa (17) y al igual que Lisa es sensible (9); en general la familia no presenta rasgos de valentía, a excepción de Marge (1), ni de seducción, audacia o inquietud, que sólo se presentan una vez en Bart.

En esta familia los hombres registraron más rasgos de ambición, agresividad, obsesión y abuso, en tanto que las mujeres son más amables, inteligentes, sensibles y reflexivas. Hay otros rasgos como la autoridad, el optimismo y el cariño, que se encontraron en los padres, en los hijos se presentan rasgos como la inteligencia, la crueldad y la timidez.

En cuanto a los otros personajes de la serie, se encontró que la agresividad y obsesión, son rasgos de personalidad en los hombres, mientras que en las mujeres prevalece la amabilidad y el ser cariñosas.

Por otro lado, también se encontró que los niños y los adultos no difieren mucho en cuanto a la frecuencia del rasgo de agresividad. También los adultos resultan ser más obsesivos, ambiciosos y autoritarios que los niños, éstos últimos resultan ser más amigables y traviosos.

Los personajes de raza latina se muestran con una alta frecuencia en agresión y obsesión, también presentan el rasgo de abuso y seducción, mientras que la raza de blancos mediterráneos tienen rasgos como ambición, autoritarismo, amigable, seguro, bondadoso y reflexivo, además de que no son seductores.

5.3.2. Conductas Positivas y Negativas (Tablas D-4 y D-5)

En estas conductas se observó que la familia Simpson tuvo todas las conductas positivas que se registraron, pero aunque las negativas tuvieron mayor frecuencia, no se presentaron todas.

Bart es el que obtuvo más alta frecuencia en crimen (12), mentira (26), engaño (29) e intriga (12), sin sobrepasar en conductas positivas a excepción de la solidaridad (35), que aunque no fue quien obtuvo la mayor frecuencia en la familia, si presentó una frecuencia elevada.

Homero es el más protector de la familia, pero también tiene la mayor frecuencia en cuanto a la agresión verbal (75) y física (30), así como la destrucción (22), y es muy baja su frecuencia en cuanto a integridad (6) y amabilidad (6)

Lisa presenta amabilidad (19) y solidaridad (33), y en las conductas negativas su más alta frecuencia en relación con las otras que presenta es para la agresión verbal (25)

Marge tiene alta frecuencia para todas las conductas positivas, y de la familia es quien obtiene las frecuencias más altas en las conductas de integridad (45) y solidaridad (40). No presenta la conducta negativa de mentira, y es muy baja su frecuencia en destrucción (1), intriga (1) y engaño (2); sin embargo tiene alta frecuencia en agresión verbal (22)

En general toda la familia presenta una alta frecuencia en solidaridad, y en agresión verbal. Las mujeres son más amables y tienen más integridad, los hombres presentan más conductas negativas que las mujeres, y también son más protectores que las mujeres. Los padres son protectores, solidarios y buscan más la concertación que los hijos, en cambio éstos últimos tienen más integridad que su padre.

Se observa que en los otros personajes de la serie existe una similitud con los rasgos de los personajes centrales, ya que los hombres presentan más conductas negativas que las mujeres, éstas últimas son dadas a la agresión verbal y a la intriga, mientras que ellos se inclinan por la agresión verbal y física, y por la destrucción. En cuanto a las conductas positivas, las mujeres tienen frecuencias más altas que los hombres, son más dadas a la integridad y la concertación; en cambio los hombres son más protectores.

Existen personajes que presentan todas las conductas negativas como el Sr. Burns que es el villano de la serie. Otros no presentan en ningún capítulo

conductas positivas como son: el conductor de T.V., la mamá de Marge, el Intendente, Moe, el Mayor Diamante, el Director de caricaturas, Jimbo, Nelson, la Maestra de Bart, el Dr. Nick Riviera, Sherry y Terry, Kevin y Bob Patiño, todos ellos mostraron conductas negativas, si bien no las presentan todas, las que exhibieron son con altas frecuencias. Únicamente hay dos personajes que no registran conductas negativas la Esposa de Flanders y el Psiquiatra

5.3.3. Valores y Contravalores Personales (Tabla D-6)

Bart tiene como valor personal positivo la justicia (9), pero también es oportunista (5), busca el placer (16) y el reconocimiento social (8), no presenta valores como belleza, fuerza física, y valentía, pero tampoco propicia la desintegración familiar. Homero tiene como valor personal positivo la armonía familiar (25) y solidaridad social (13), se mueve por el placer (11), la riqueza (9), superioridad (3), oportunismo (4) y la venganza (6). No presenta belleza, inteligencia, valentía, maldad y temor.

Lisa tiene como valor la solidaridad social (15), la justicia (6) y la armonía familiar (17). No presenta poder, riqueza, valentía, maldad, temor y oportunismo.

Marge tiene como valor personal la armonía familiar (32), solidaridad social (16), justicia (8), y tolerancia (2). No presenta poder, venganza, reconocimiento social, belleza, maldad, obediencia, temor y oportunismo.

En general la familia siempre se preocupa por la solidaridad social y la armonía familiar; ninguno de sus miembros exhibe valentía pero tampoco promueve la desintegración familiar. En esta familia los hombres se inclinan más por contravalores como el poder, riqueza, superioridad, venganza, reconocimiento social, placer y oportunismo, y por valores como la obediencia. En cambio las mujeres tienen más inclinación por la tolerancia.

Para los demás personajes de la serie se encontró que las mujeres en general tienden al placer. En cambio los hombres presentan más tendencia hacia contravalores como la superioridad, riqueza, poder, autoridad, maldad, venganza y oportunismo. Los adultos se preocupan más por el poder, la riqueza y la superioridad, los niños por el reconocimiento social, la inteligencia y la maldad.

En cuanto a las razas se observa que los blancos mediterráneos tienen altas frecuencias en valores como justicia, solidaridad social, armonía familiar, inteligencia y tolerancia, y por contravalores como el poder y el placer. Para los mestizos se registran únicamente contravalores como riqueza, superioridad, venganza, reconocimiento social, placer, fuerza física, maldad, temor y oportunismo.

5.3.4. Elementos para lograr sus propósitos (Tabla D-7)

Para la familia central se encontró a Bart utilizando elementos como astucia (20), comprensión-compañerismo (18), burla (15), engaño (8), ambición (6) y manipulación (3). No utiliza elementos como estudios-conocimiento y coqueteo. Homero también utiliza elementos similares como burla (9), autoritarismo (5), engaño (8), ambición (11) y manipulación (3), pero emplea más elementos positivos como la reflexión (17) y comprensión-compañerismo (17), además de que no utiliza la intriga y el chantaje.

Lisa utiliza elementos como son: comprensión-compañerismo (14), reflexión (16), estudios-conocimientos (3), honestidad (3) y chantaje (2); no hace uso de valentía, fuerza física, eliminación de antagonistas, autoritarismo y ambición. Marge usa elementos de reflexión (20), comprensión-compañerismo (25), honestidad (6), autoritarismo (5) y valentía (2). No hace uso de elementos como fuerza física, eliminación de antagonistas, burla, engaño, intriga y chantaje.

En general la familia utiliza elementos de reflexión, honestidad y comprensión. Dentro de la familia los hombres utilizan más elementos de comprensión, burla, engaño, ambición y manipulación; las mujeres utilizan más elementos como reflexión, comprensión y coqueteo.

Los padres usan más elementos como reflexión, comprensión, honestidad y autoritarismo, los hijos utilizan más elementos como astucia, intriga y chantaje. Con los otros personajes se observa que las mujeres hacen uso de elementos como burla, reflexión, estudios-conocimiento y valentía. En cambio los hombres utilizan otros elementos como autoritarismo, engaño, ambición y manipulación. Los adultos utilizan elementos como autoritarismo, ambición, manipulación y reflexión; los niños en cambio hacen más uso de la burla, la fuerza física y la astucia.

Para la diferencia de las razas, se encontró que los blancos mediterráneos presentan astucia, estudios-conocimientos, honestidad y burla. Los mestizos presentan ambición, manipulación, chantaje, autoritarismo, fuerza física y coqueteo.

5.4. Entorno (Tabla D-8)

El lugar donde se desarrolló la mayor parte de la trama de la serie, es la casa de la familia Simpson (267), y siguió el de la Vía Pública (53), en cambio el entorno de la Iglesia fue muy bajo (5), es decir fue el menos proyectado a lo largo de la serie.

Personajes centrales:

Bart se presenta más en entornos como su casa (65), la escuela (7) y la vía pública (5), en los que no aparece son la Iglesia, el trabajo y el bar.

CAPITULO VI

Discusión y Conclusiones

6.1. Discusión

Una vez revisadas las frecuencias de aparición en las distintas categorías contempladas se encontró lo siguiente:

La presencia de personajes masculinos fue mucho mayor que la de los personajes femeninos; la serie fue creada por dos hombres (Matt Groening y Bill Morrison), lo que nos puede llevar a pensar en una preferencia por incluir personajes del sexo masculino; también todas las actividades o puestos importantes son ocupados por hombres y se marca el papel secundario de la mujer en la sociedad. Estas diferencias permitirían realizar otra investigación desde la perspectiva de género. Por ejemplo el dueño de la planta nuclear, el alcalde de la ciudad de Springfield, el director de la escuela el jefe de policía, son personas del sexo masculino, en cambio a las mujeres se les dan los puestos de maestras ó empleadas como las hermanas de Marge.

El tipo de raza que más se presenta en estos dibujos animados es la blanca mediterránea, y la familia central pertenece a este grupo, también predomina la raza mestiza que representa los rasgos físicos latinos. Los negros aparecen en una menor proporción y los orientales no aparecen.

En un primer momento, al pensar en la teoría de los Elementos de la Personalidad de Freud, puede hacerse un paralelo entre los elementos de la personalidad y los personajes principales de la serie. Bart y Homero representarían al ELLO ya que buscan satisfacer sus necesidades instintivas sin importar la situación en que se encuentren; Lisa fungiría como la "conciencia moral" de la familia, siendo demasiado estricta con los demás y con ella misma en

lo que hace, representando al SUPER YO, y la instancia psíquica del YO estaría representada por Marge, quien actúa como mediadora entre Bart, Homero y Lisa para lograr la estabilidad que la familia necesita para que funcione como tal.

Al profundizar el análisis se tiene que las características psicológicas de los personajes están representadas por sus rasgos de personalidad, las conductas positivas y negativas que presentaron, así como los valores personales que los movieron y los elementos que utilizaron para lograr los propósitos que tenían fijados. Dado lo anterior, se observa en la familia Simpson que cada uno de sus integrantes tienen características psicológicas marcadas según el tipo de persona.

Bart: es un niño con muchos defectos por sus travesuras, es agresivo además de que miente y engaña para manipular, lo cual ha aprendido de su padre, pero es un chico muy solidario y por ello un buen amigo. Un ejemplo de esto último se observa en su relación con su mejor amigo Millhouse, y también es un buen hermano aunque no se interesa por su arreglo personal ni por la escuela.

Homero, como padre de familia es autoritario, optimista y seguro, pero se inclina por conductas negativas como son la agresión física y verbal, la mentira y la destrucción; siempre aparece como tonto, se mueve por el placer y la ambición. Sin embargo, busca la integración familiar por lo que también es más paternal y cariñoso que su esposa.

Lisa: la más sensible de la familia, es amable, sincera y obsesiva ya que la escuela es primordial para ella. Es una niña pasiva pero cuando agrede lo hace verbalmente; se mueve por la inteligencia, la reflexión y la tolerancia, se vale de sus conocimientos y honestidad para lograr sus propósitos, aunque también es chantajista pero no tanto como Bart. No se inclina por valores superficiales como la riqueza y la ambición, sin embargo, es un personaje que tiene características

de un adolescente, en varios capítulos presenta lo que Erikson llama "búsqueda de identidad" pues le preocupa la opinión que otros puedan tener de ella, por ejemplo en cuanto a su apariencia física. Así se observó en un capítulo, que Lisa estaba deprimida porque se sentía fea, y para ayudarla a fortalecer su autoestima, su padre la inscribió en un concurso de belleza, en donde Lisa resulta ganadora

Marge como la mamá de la familia es la que busca la armonía familiar por medio del cariño y comprensión hacia los miembros de su hogar, es una persona inteligente y amable, es representada como una madre virtuosa que se inclina más por las conductas positivas de hecho, lo único negativo en ella es su manera de someter a la familia en un orden ya que lo hace a gritos, por lo que su agresión es verbal; se mueve por la justicia y la sinceridad. Trata de no mentir y no le interesan los valores de riqueza y poder

Maggie, es el bebé de la casa, por lo tanto aún no tiene definida una estructura de personalidad y por ello son pocas las características psicológicas que registró. Siguiendo el ejemplo familiar es solidaria, pero como todos los bebés busca el placer y también imita conductas negativas como la obsesión y la agresión. Esto último se observó en el capítulo en el que la pequeña veía la televisión y repetía las conductas agresivas proyectadas en la t v

En general la familia Simpson se preocupa primordialmente por mantenerse unida, a pesar de las disfunciones que presentan algunos de sus integrantes, no son personas conflictivas aunque cuando la gente de su alrededor los presiona, suelen cometer atropellos, (en la mayor parte de los casos agreden más verbalmente que físicamente). Se mueven por la solidaridad tanto para sí mismos como con sus semejantes; utilizan la reflexión y la comprensión y por lo general son poco tolerantes.

Dentro de esta familia se encontró que los padres en conjunto son los que buscan la armonía familiar y son comprensivos y reflexivos al final de cada capítulo, dando una moraleja de la trama en cada uno de éstos.

El padre de la familia es presentado como un ser tonto y negativo, de hecho él tiene mayor número de conductas negativas, por ello sus hijos no sienten respeto por él, incluso no le llaman "papá", le llaman por su nombre "Homero" o también se refieren a él diciéndole "oye viejo". Al contrario de Marge a quien siempre llaman "mamá".

Los hijos de esta familia son inteligentes, sinceros y adoptan conductas de sus padres según el sexo, por ejemplo Bart sigue algunas actitudes de Homero y Lisa, de Marge, cabe aclarar que sobresalió el dato de la subcategoría de obediencia, la cual se da en los dos hombres de la casa, lo que puede dar indicio de que a pesar que resultan ser más exitosos, terminan cediendo ante la autoridad femenina.

En cuanto a los demás personajes, se encontró un alto índice de agresividad, todos los personajes agreden sobre todo verbalmente y lo utilizan como medio de expresión con los demás aunque casi siempre es en respuesta de otra agresión. Esto es también algo exagerado, tal vez por la burla que los autores pretenden hacer de la sociedad en que vivimos, llena de violencia en cualquier lugar del mundo. Cabe mencionar que en esta serie de televisión la personalidad de los personajes se mantiene constante independientemente del ambiente en el que se desenvuelvan o en donde desarrollen sus actividades.

Por otro lado, se observó que los roles que juegan los hombres y mujeres son los "comunes", aunque también con su toque de exageración y burla, como lo es el que las mujeres se inclinan más por las cosas espirituales; las que son amas de casa, por ejemplo, utilizan elementos como la labor social, armonía familiar y

amabilidad para no dar un mal ejemplo a sus hijos, como el caso de Marge y la Esposa de Flanders. Sin embargo, también se marcan las conductas poco positivas de las mujeres como la agresión verbal hacia los hombres que demuestran Ruth y la maestra de Bart; también se presentan en las mujeres valores como la valentía y la justicia, se marca además una burla del feminismo por medio de los personajes que interpretan Marge y Ruth, incluso hay un capítulo en el que Ruth pretende protestar contra el "machismo" haciendo destrozos en la ciudad y convence a Marge para que haga lo mismo.

Los hombres que aparecen en la serie buscan la realización a través de valores más negativos que las mujeres, como el querer ser superiores o el ejercer el poder a través de la acumulación de riquezas y someter a los demás mediante la venganza y el oportunismo. Aquí se identifica una burla a la ideología de los hombres ricos y millonarios como el Sr. Burns, Krusty el payaso que representa el círculo de los espectáculos, o el alcalde Diamante quienes son ambiciosos y manipuladores.

En esta serie de dibujos animados los adultos son mayoría, aunque también aparecen algunos niños, que presentan características psicológicas contrarias a aquéllos. En el caso de los adultos, éstos son autoritarios y ambiciosos, además aparecen como los tontos, en cambio los niños se presentan como los sinceros (a excepción de Bart), e inteligentes, siempre son los que mueven a los adultos para reflexionar.

Entre los personajes que se relacionan con la familia y en consecuencia influyen en ella están:

Los vecinos: la familia Flanders, que representa el estereotipo de la familia modelo y que se apega a los principios religiosos. En contraste está Ruth, otra vecina que es demasiado liberal.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

El abuelo (el padre de Homero), es solidario, protector, trata de buscar armonía familiar, pues es sincero y bondadoso, aunque agrade mucho verbalmente

La mamá de Marge es manipuladora, busca placer y la desintegración familiar de los Simpson, separando a Homero de su hija ya que siempre que aparece en algún capítulo agrade verbalmente a Homero. Las hijas de aquella exhiben la misma conducta

En esta serie televisiva, la televisión juega un papel importante para la familia. Como a cualquier niño a Bart, Lisa y Maggie, les encanta ver televisión así como también a su padre, especialmente les llama la atención un programa, el de Krosty el payaso, en el que se gastan bromas bastante pesadas. Krosty es un payaso agresivo y autoritario, además dentro de su programa se transmite una caricatura que es por demás violenta "Tomy y Daly", en la que un ratón se la pasa haciendo hasta lo imposible por deshacerse de un gato de una manera cruel y sanguinaria. Todo este ambiente es proyectado a través de un medio masivo como es la televisión en la ciudad de Springfield, a todos los niños les gusta y en su mayoría imitan las conductas que ahí se presentan. Dentro de este medio se manejan los estereotipos del espectáculo, como el de la "estrella" (Krosty el payaso), que goza de fama; o el que quiere llegar al estrellato a costa de lo que sea, aún de llegar al crimen (Bob Patiño); también existen los empresarios de televisión como el "director de T.V.", que no les interesa si la trama de las caricaturas que transmiten es violenta con tal de alcanzar el mayor rating con sus producciones.

Entorno

En cada capítulo de la serie, la mayor parte de trama se desarrolló en la casa de la familia Simpson, ya que es el entorno principal de los protagonistas; dentro de la casa los principales lugares fueron la sala, la cocina y el comedor, aunque en las recámaras también se presentaron escenas importantes pues muchas veces Homero y Marge tenían sus reflexiones en su habitación. Por ejemplo, en un

capítulo Homero regala a Marge una bola de boliche en su cumpleaños ella decide usarla y empieza a practicar, en el boliche conoce a Jack quien empieza a enamorarla Finalmente estando en su habitación Homero hace reflexionar a su esposa y ésta se da cuenta que a quien ama es a su esposo decidiendo regresar con él

Existen otros ambientes que influyen en la familia como son

La Escuela, que principalmente afecta a Bart y Lisa, en la que las autoridades se encuentran definidas por el director de escuela, el intendente y la maestra de clases Los alumnos juegan su papel de estudiantes de primaria en la que a su vez representan diferentes estereotipos, como los "estudiosos" (Lisa y Martin), los "traviosos" (Bart y Millhouse), los "abusivos y golpeadores" (Nelson, Jimbo y Kevin). Otro rol que se maneja es el de los trabajadores de la escuela como el conserje (Willy) y el chofer del camión escolar (Otto) Hay un programa basado únicamente en la escuela y las personas que desarrollan sus actividades en ella El Director Skinner es despedido injustamente y la escuela se vuelve un desastre por la falta de disciplina, los maestros no daban clase, los "niños pandilla" hacían uso de la fuerza para someter a sus compañeros "los estudiosos" Era tal el desorden que Bart Simpson que no quiere al director Skinner porque siempre le castiga y le llama la atención para corregirlo, decide ayudarlo a recuperar su empleo y todo vuelve a la normalidad.

En relación al trabajo se encuentran los roles como el del jefe (Sr Burns), que abusa de sus empleados El secretario del jefe (Smithers), que siempre busca obsesivamente lo mejor para su jefe aún en perjuicio de él mismo, y los empleados que desempeñan su papel como tal. Para ejemplificar este ambiente se puede mencionar el capítulo en el que Lisa Simpson tiene que usar brackets para arreglar sus dientes, por lo que su padre necesita el plan dental de la compañía para cubrir el gasto. El Sr Burns les quiere quitar a sus empleados el plan dental para ahorrarse dinero y Homero les hace ver a sus compañeros que

realmente lo necesitan; se van a huelga y finalmente lo consiguen, así como también Lisa obtiene sus brackets

En cuanto al bar, se puede decir que aunque de Homero no se registra su aparición en ese lugar como su entorno principal, sí tiene visitas muy frecuentes a éste a lo largo de toda la serie. Incluso hay un capítulo en el que Homero es arrestado por conducir en estado de ebriedad y promete a Marge ya no beber más cerveza durante un mes. Homero trata de superar su alcoholismo pero Barney y Moe lo hostigan para que siga bebiendo y no deje de ir al bar. Después de pasar un mes sin beber Homero quiere celebrar y decide ir al bar a tomar una cerveza con sus amigos. Marge le suplica que no vaya pero Homero no le hace caso y al llegar al bar se da cuenta de lo mal que se ven sus amigos embriagados, y sin tomar una cerveza regresa con Marge a pedirle perdón. Moe es un personaje que presenta una alta frecuencia en el Bar, pero que a diferencia de Homero, está en este ambiente porque es su lugar de trabajo además, nunca aparece bebiendo.

La Via Pública es uno de los lugares en el que se desarrollaron algunos capítulos de la serie, entre los personajes que aparecieron se encuentran por parte de la familia Simpson: Bart, Homero y Marge, que aunque no es su entorno principal sí tuvieron acciones importantes en este ambiente. Aparecieron otros personajes con frecuencias significativas en este entorno, pero lo fueron por ser éste su lugar de trabajo, es decir el lugar en el que se desenvuelven como son el Mayor Diamante, Gorgory el jefe de policía y Otto el chofer del camión escolar.

Dentro de las opciones del entorno existe una opción abierta para registrar si es que la serie se desarrolló en algún lugar diferente a los considerados; esta opción agrupó entre otros lugares el hospital, el asilo, la casa del Sr. Burns, los estudios de televisión y la corte.

En lo que se refiere a los **hábitos perjudiciales** que se presentaron durante la serie, se encuentran:

El alcoholismo que se ve representado por Homero, el jefe de familia, quien cuando no está viendo televisión y tomando cerveza, está en el bar con sus amigos queriendo evadir sus problemas. **Barnie** es un personaje que tiene serios problemas de alcoholismo, ya que siempre que tiene una aparición en la serie está en el bar en estado de ebriedad. Incluso hay un capítulo en el que Homero y **Barnie** van a una exposición en la fábrica de cerveza de Springfield, no con el fin de conocer la producción y todo lo que esto involucra, sino por obtener cerveza gratis. Como se puede observar, este vicio solo se ve representado por personajes del sexo masculino.

El tabaquismo es otro vicio que está presente en este programa y se ve representado por personas del sexo femenino: **Selma** y **Paty** que son las hermanas de **Marge**, y por la maestra **Kabaflow** quien le da clases a **Bart**. Estos tres personajes siempre que aparecen en algún capítulo están fumando, no importando el lugar donde se encuentren.

En cuanto a la **drogadicción**, solamente se toca este tema en un capítulo y con un niño, **Bart Simpson**, quien aparece soñando con ser un cantante de rock famoso. En un principio le gusta la idea, pero su amigo de la misma edad **Millhouse**, le hace ver que terminaría hundiéndose en las drogas y el alcohol como todos los rockeros y así pasaría sus últimos días, y le aconseja que mejor siga estudiando. **Bart** se da cuenta que eso no le dejará nada bueno y decide dejar a un lado su idea de ser un rockero famoso.

El tema de las **apuestas** se centra en Homero, quien acostumbra apostar el dinero que debería destinar a su familia, incluso en un capítulo hace creer a su hija que es su favorita para que ella con sus investigaciones y pronósticos lo ayude a ganar en sus apuestas. También se tratan los juegos de azar con

Homero, ya que siempre que va a la tienda compra sus billetes de lotería instantánea con la "ilusión", que más bien parece obsesión, de ganar mucho dinero fácilmente al igual que con las apuestas.

Otro factor que se puede mencionar es el **racismo**, este programa de televisión presenta un marcado racismo hacia los personajes con rasgos físicos latinos. Homero por ejemplo, siempre insulta a este tipo de personajes, uno de ellos es Otto, a quien siempre le dice que es un flojo, un "vagales" que no sirve para nada. También los personajes de esta raza están asociados con aquéllos que se valen de su trabajo o profesión para extorsionar a la gente por ejemplo, el abogado Lionel Hot, Gorgory el jefe de policía y el Dr. Nick Riviera.

En cuanto a los niños, los que pertenecen a esta raza son presentados como los "niños pandilla" (Nelson y Jimbo), que utilizan la fuerza para atemorizar a los demás niños, además de que los personajes que pertenecen a esta raza generalmente no cumplen sus metas, es decir, no son exitosos.

Por lo que se refiere a los nombres de los personajes se detectó algo muy interesante, por ejemplo

Skinner: es el director de la escuela, se presenta como una autoridad educativa, tiene cierta asociación con el llamado "padre del conductismo" y representa todo lo contrario, mostrándose obsesivo e inseguro debido a que su madre ejerce un dominio exagerado en él.

Lenin: es un obrero de la planta nuclear y en los capítulos que aparece se presenta como un trabajador pasivo que se deja manipular fácilmente y siempre termina cediendo a la voluntad de los otros. En contraposición al personaje del cual lleva su nombre, quien fue un revolucionario del socialismo y luchó por la clase obrera.

Mayor Diamante: es el alcalde de la ciudad, y su apellido evoca poder y riqueza, la cual tiene pero a través de la corrupción.

Barne: como ya se mencionó es alcohólico y las primeras letras de su nombre lo asocian con el Bar, que es su entorno natural

Reverendo Alegría: es el sacerdote de la serie, su nombre es lo contrario a su carácter y personalidad, ya que siempre se muestra apático o enojado

Dr. Nick Riviera su nombre americano con apellido latino, es común o característico de los hijos de inmigrantes latinos a Estados Unidos. Además de que este personaje tiene rasgos latinos y nunca es exitoso

Bob Patiño: Su apellido esta asociado con sus pies, por ser estos muy grandes, además de que siempre se burlan de él por el tamaño de sus pies. También parece ser hijo de inmigrantes

6.2. Conclusiones

Con base en los objetivos de esta investigación, se procedió a analizar y describir el modelo familiar que se representa en la serie televisiva "Los Simpsons". Al respecto podemos concluir que se presenta una familia en la cual, cada uno de sus integrantes cumple con sus roles de manera "peculiar", e individualmente muestran rasgos de personalidad diversos. Por ejemplo Homero siendo el padre de la familia se comporta como un niño, que llora y hace "berrinche", en cambio Lisa siendo una niña de siete años se comporta como la "conciencia moral" de la familia y de otros elementos de la sociedad que la rodea haciéndolos reflexionar cuando cometen errores.

A pesar de estas características, la familia en conjunto es funcional, ya que todos sus elementos finalmente se inclinan por alcanzar la armonía y la unión familiar. En casi todos los personajes del sexo masculino, abundan más los intereses egocéntricos y los contravalores, esto se puede observar en Homero que no importándole la crisis económica por la que atraviesa la familia se compra unos tenis que son muy costosos, ó el Sr. Burns que no le importa humillar y explotar a

sus empleados con tal de ganar más dinero y acrecentar aún más su riqueza; mientras que las mujeres se rigen por los intereses para el bien común y social, así como por los valores positivos, como por ejemplo Marge que siempre procura el bienestar de sus hijos antes que lo monetario o Lisa que se inclina por cultivar su intelecto y por las recompensas no materiales.

Los otros personajes que forman parte de la serie, estructuran lo que es la sociedad que rodea a la familia Simpson, en ellos se observa un juego de roles y conductas estereotipadas, existen las autoridades, ciudadanos, educadores y alumnos, profesionistas, patrones y trabajadores, y los que tienen sus propios negocios, cada uno de estos personajes manejan comportamientos y valores según el medio ambiente en el que se presentan, como es la familia, la escuela y el trabajo, así como los lugares a los que tienen que acudir para cubrir ciertas necesidades como la tienda de abarrotes, la iglesia, el hospital y la vía pública.

En el programa de "Los Simpsons", los personajes representan diversos estereotipos sociales, como el de el padre, la madre y los hijos, la maestra, el alumno, el gobernante, los ciudadanos, el jefe, los empleados, con los que los autores buscan burlarse de los seres humanos (sobre todo los adultos), y también hacer una crítica a su sociedad. Sin embargo al final de cada capítulo, se intenta dar un mensaje de reflexión, ya sea que la familia continúe unida a pesar de los problemas, o que finalmente los villanos de la serie terminen acudiendo a los valores de tipo positivo para alcanzar sus metas. De hecho los personajes en general tienen rasgos de personalidad definidos, actitudes, conductas, sentimientos y emociones que muestran un lado humano dando un toque de realismo a la serie.

Esta serie de dibujos animados es exhibida a través del medio masivo más importante para impactar a la sociedad, la televisión. Como se mencionó en el capítulo II, se asume que este medio ejerce una fuerte influencia para cambiar

conductas a través de la información de sus mensajes mientras divierte. Adicionalmente "Los Simpsons" a pesar de estar escritos originalmente para un público adulto y para la cultura norteamericana, en México la serie se transmite dentro del horario de la barra infantil, no importando a la empresa televisiva el impacto que puede tener este cambio de receptores.

Para algunos teóricos (Bandura 1977 citado en 1985) cuando se es niño al observar las respuestas de otras personas se tiende a imitarlas, ya que el niño se forma una idea de cómo se ejecutan nuevos patrones de conducta y posteriormente, esto le servirá como una guía para su comportamiento futuro. Esto podría llevar a pensar que los personajes de la familia Simpson pueden ser tomados como modelos a imitar.

Se puede decir que en esta serie se presentan conductas exageradas para hacer burla de acciones acultas, que son comprendidas como una crítica chusca por los mismos adultos, pero los niños los pueden considerar éstos personajes como modelos de los que imitarían actitudes, valores y patrones de conducta que son poco compatibles con su cultura. "Los Simpsons" como modelos no son adecuados ni siquiera para los niños norteamericanos, y si consideramos las diferencias culturales, el problema se agrava más cuando se trata de modelos que pueden ser imitados por niños mexicanos.

Un punto interesante a explorar sería el intentar comprender, en lo que se refiere al estudio de la comunicación, cómo son percibidos los mensajes, cómo se aprenden normas de acción en las descripciones de los medios, y cómo las actitudes, el conocimiento, los valores y las probabilidades de conducta, pueden sufrir una alteración a través de la persuasión. Así como también, abordar el tema de los efectos que puede producir el programa de Los Simpsons en los niños.

Por otra parte, de acuerdo a la teoría del Desarrollo Cognitivo y Juicio Moral de Jean Piaget, se puede inferir que a los cinco o seis años de edad, los niños ya han establecido patrones tanto de tiempo que dedicarán a ver televisión, cómo el tipo de películas y de dibujos animados que son los más populares entre ellos. Sin embargo, mirar la televisión conlleva al niño a una actitud pasiva, disminuye la imaginación e incluso incrementa la dependencia hacia ésta, y se confunde hasta donde es real y hasta donde es lo fantástico.

Por último, se puede decir que en este programa se está retratando una sociedad con un amplio interés en la familia, ya que toda la serie gira en torno a ella o a algún integrante de ésta. Esta institución social ha sido considerada la institución básica y el primer agente socializador para el ser humano dentro de la estructura de la sociedad. La serie que se analizó induce a pensar que aunque haya problemas, existe una tendencia a mantener las relaciones sociales para conservar la estructura social, esto es, que no propone un cambio social, sino por el contrario pretende continuar lo ya acostumbrado por la sociedad.

Bibliografía

- Altman, I y Taylor A. (1973) Social Penetration New York Rinehart & Winston
- Arnau, P. (1979) Sociología de las Formas España Gustavo Gili
- Arnheim, R. (1973) Psicología de la Visión Creadora Buenos Aires EUDEBA
- Avila A (1980) El Proceso de la Comunicación Social, (1ª edición) Colombia Aiag
- Bandura, A y Walters, R (1985) Aprendizaje Social y Desarrollo de la Personalidad, (8ª edición) Madrid Alianza Universidad
- Bandura, B. (1979) Introducción a la Sociología de la Comunicación España Ariel
- Beneyto, J (1970) Información y Sociedad Madrid Revista Occidente
- Berelson, B (1966) Content Analysis F E U U Garner and Reading
- Berlo, D (1985) El Proceso de la Comunicación, (3ª edición) México El Aleneo
- Beth, H y Pross, H. (1987) Introducción a la Ciencia de la Comunicación Barcelona. Anthropos
- Buggaley Duck (1976) Análisis del Mensaje Televisivo Inglaterra Gustavo Gili
- Cooley, C. (1934) Social Organization Barcelona Paidós
- Crandall, M. (1996) Animation Art (Warner Bros. Hanna-Barbera. Walt Disney's) [Internet] host. www.2.RPA.NET/-WM COTTON/INDEX HTM
- De Fleur, M. y Ball-Rokeach, S (1989). Teorías de la Comunicación de Masas (4ª reimpresión). México Paidós.
- De Moragas, M. (1984). Teorías de la Comunicación. Investigaciones sobre los Medios en América y Europa Barcelona Gustavo Gili
- Deriberé, M. (1964) El Color en las Actividades Humanas Madrid Tenno
- Doise, W., Deschamps J., Mugny G. (1980) Psicología Social Experimental Barcelona. Hispano Europea.

- Doménech, F. (1981) El Poder de la Imagen. Barcelona: Salvat
- Downie, N. (1983) Métodos Estadísticos Aplicados. México: Harla
- Dumazedier, J. (1968) Sociología de la Comunicación Colectiva. Ecuador: De Ciespal
- Eco, U. (1968) Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas. Barcelona: Lumen
- Eco, U. (1972) Para una Indagación Semiológica sobre el Mensaje Televisivo. Uruguay: Fundación de Cultura Universitaria
- Erikson, E. (1984) El Ciclo Vital Complementado. México: Paidós
- Freud, S. (1990) Esquema del Psicoanálisis (5ª reimpresión). Buenos Aires: Paidós
- García, F. (1986) El Análisis de la Realidad Social. Madrid: Alianza Universidad
- Genovés, S. (1990) Expedición a la Violencia. México: Fondo de Cultura Económica
- Good, T. (1993) Psicología Educativa (2ª edición). México: McGraw Hill
- Goode, W. (1977) Principios de Sociología. Trillas
- Groening, M. (1996) Matt Groening History [Internet]. host: www.blender.1.1/digest.groening.2ntrm/
- Guarino, R. (1973) Comunicación Masiva, Ideológica y Trabajo Social. Argentina: Humanitas
- Harpers, A. (1985) Television Looks at Itself. E U A: ABC.
- Isaac, S. y Michael, W. (1981). Handbook in Research and Evaluation for Education and Behavioral Sciences. San Diego: EdITS Publishers
- Jiménez, J. (1994) La Ciencia de la Comunicación en América Latina. México: Quinto Sol.
- Karyl, E., Barling, J. y Kelloway, K. Predicting Retirement Anxiety: The Roles of Parental Socialization and Personal Planning (Canada, Vancouver) in the Journal of Social Psychology. No. 135, Vol. 2, p.p. 203-213.

- Katz, E. (1974) The Uses of Communication London: Sege
- Klapp, O. (1972) Currents of Unrest New York: Rinehart & Winston
- Krientz, A. (1976) Para Analizar la Mass Media España: Fernando Torres
- Krippendorff, K. (1990) Metodología de Análisis de Contenido España: Paidós
- Lasswell, H. y Casey, O. (1946) Propaganda, Communication and Public Opinion, a Comprehensive Reference Guide E U A
- Lusher, M. (1982) El Test de los Colores Barcelona: Paidós
- Maceda, E. "El dibujante de "Los Simpsons" en México" El Universal Secc. Cultural. 19 mayo 1996. México, D.F. (p. 1 y 4)
- Macionis, J. (1991) Sociology (Sociología) EUA: Pentice Hall
- Maletzke, G. (1970) Sociología de la Comunicación Colectiva Quito: CIESPAL
- Marcel, M. (1980) La Estética de la Expresión Cinematográfica Madrid: Rialp
- Martinez, F. (1989) Televisa Siga la Huella México: Claves.
- Mattelart, A. (1979) La Cultura como Empresa Multinacional México: Era
- Mattelart, P. (1981) La Televisión Alternativa España: Anagrama
- McQuail, D. (1988) Mass Communication Theory, an Introduction London: Sage.
- Meléndez, J. "El Chamuco y los Simpsons, el horror" El Universal Secc. Cultural, 1º Marzo 1996. México, D.F. (p. 1).
- Metz, C. (1973) Psicoanálisis y Cine: El Significante Imaginario Barcelona: Gustavo Gili.
- Moles, A. (1967) Sociodinámique de la Culture La Haya: Mouton
- Nichelodeon, R. (1994) The Simpsons Animation Art [Internet] host: www.cs.umanitoba.ca/~qduek/simpsons.net/
- Moscovici, S. (1985) Psicología Social I (1ª impresión castellana) España: Paidós.
- Moscovici, S. (1985) Psicología Social II España: Paidós.

- Myers, D (1991) Psicología Social. Madrid: Médica Panamericana
- Nixon, R (1963) Investigaciones sobre Comunicación Colectiva. Ouito: CIESPAL
- Ortiz, G (1992) El Significado de los Colores. México: Trillas
- Parés, M (1992) Introducción a la Comunicación Social. (1ª edición). Barcelona: Publicaciones y Promociones Universitarias
- Piccolt, J (1972) El Juicio y el Razonamiento en el Niño. Buenos Aires: Guadalupe
- Prieto, L (1971) Lengua y Connotación en Lenguaje y Comunicación Social. Argentina: Nueva Visión
- Roda, F (1989) Medios de Comunicación de Masas. España: Círculos Orcóyen
- Rocher, G (1970) Introduction à la Sociologie Générale. Y. L'Action Sociale. París: Disévil
- Rokeach, M (1973) Influencing Political Beliefs and Behavior Through Television. New York: Free Press
- Ruiz, J y Ispizua M (1989) La Descodificación de la vida cotidiana. Bilbao: Universidad de Deusto
- Saborit, J (1994) La Imagen Publicitaria en Televisión. Madrid: Cátedra
- Saizázar, M y Montero M (1980) Psicología Social. (2ª edición). México: Trillas
- Schramm, W (1967) La Ciencia de la Comunicación Humana. Ouito: CIESPAL
- Segall, M., Berry J y Poortinga Y (1990) Human Behavior in Global Perspective. New York: Pergamon Press
- Skeeter, K. (1996). Welcome to The Cartoon Factory on Line [Internet]. host www.cartoon-factory.com/
- Sprafkin, J. y Gadow, K. (1986). The Immediate Impact of Aggressive Cartoons on Emotionally Disturbed and Learning Disabled Children. The Journal of Genetic Psychology (State University of New York at Stony Brook, Department of Psychiatry) No 149. Vol. 1 p.p. 35-44.

Stein, A y Friedrich, L. (1971) Television Content and Young Children's Behavior in Television and Social Behavior (Washington D C Government Printing Office), 2 p p 202-317

Villafane, J. (1985) Introducción a la Teoría de la Imagen Madrid Piramide

Verón, E. (1971) Lenguaje y Comunicación Social, Buenos Aires Nueva Vision

Winkel, F. (1970) Architecture et Musique Spatiale Paris Universidad de Paris

Wolff, M. (1987) La Investigación en la Comunicación de Masas Barcelona Paidós.

APENDICE A

APENDICE A

DEFINICION DE CATEGORIAS DE REGISTRO

EDAD Tiempo en años que tiene una persona de haber vivido.

COMPLEXION.

Flaco Personas excesivamente delgadas, con extremidades largas y de escaso grosor con poco peso corporal.

Delgado Personas en las que la distribución de las grasas en el cuerpo no es muy acentuada, así como la de los músculos, sin embargo su delgadez no es tan notoria como en el flaco.

Media Personas que se encuentran en su peso, es decir, ni están obesos ni flacos.

Fornido: Personas que poseen una constitución atlética así como una musculatura marcada, denotando fuerza.

Gordo Personas que están excedidas de peso, sus músculos son flácidos y probablemente tengan un abdomen prominente.

RAZA

Nórdica Personas que se caracterizan por tener tez blanca, cabello rubio, ojos azules o verdes, estatura elevada, nariz recta y delgada, forma de ojos redonda y cabello ondulado o lacio.

Blanca mediterránea Personas que se caracterizan por tener tez apiñonada, cabello castaño ondulado, ojos claros u oscuros de forma redonda, nariz recta y delgada y, estatura media.

Mestiza: Personas que se caracterizan por tener tez morena, cabello castaño oscuro o negro y lacio, ojos oscuros y de forma un tanto alargada, nariz ligeramente ancha y estatura regular o baja.

Negra Personas que se caracterizan por tener tez oscura, cabello ensortijado (crespo), nariz ancha, boca grande, labios gruesos, ojos grandes y oscuros, estatura media o alta, complejión fornida en el caso de los hombres.

Oriental. Personas que se caracterizan por tener tez amarilla, cabello lacio y de color castaño oscuro o negro, ojos rasgados oscuros, estatura media o baja

RASGOS DE PERSONALIDAD

Intelectual Usar de manera preponderante los conocimientos para enfrentar cualquier situación

Amable Tratar con cortesía y buenos modales a los demás

Ambicioso Desear más de lo que se tiene sin importar como conseguirlo

Autoritario Persona que impone sus deseos a otros sin importarle lo que éstos piensen o deseen

Agresión Persona que se altera muy fácilmente y que dentro de su alteración le es igualmente sencillo atacar físicamente y provocar a otros

Optimista Persona que tiende a ver en las situaciones que vive, el aspecto más favorable

Pasivo Persona que no reacciona de ninguna manera cuando es objeto de una acción, prefiere que los demás tomen la iniciativa y esperar a los resultados

Amigable Persona que demuestra amistad o cariño entre las personas, le gusta relacionarse con los demás y establece buenas relaciones con ellos

Cruel Persona que disfruta haciendo sufrir o viendo sufrir a otros

Seguro Persona que tiene confianza en sí mismo y lo demuestra en sus acciones y forma de hablar.

Audaz Persona que se atreve a hacer algo aunque ello implique riesgo

Sincero Persona que habla diciendo lo que piensa o siente, se aplica a aquella persona que actúa sin inhibiciones

Dinámico Persona con mucha energía para actuar

Inseguro Persona que no tiene confianza en sí mismo, puede demostrarlo al no querer actuar o relacionarse con los demás

Cariñoso Persona a la que le es fácil expresar sus sentimientos a otras personas a través de caricias y mimos

Obsesivo: Persona que se afana al máximo en lograr sus metas, excesivamente cuidadoso al realizar sus labores y cuando una idea cruza por su mente, no para hasta consumarla, de la manera exacta en que la concibió.

Valiente: Persona dispuesta a afrontar los peligros y afrentas que se le presentan sin temor.

Tímido: Persona que se cobija en presencia de personas con quien no tiene confianza, regularmente se aísla, teniendo poca relación con otras personas.

Bondadoso: Persona que tiene inclinación por hacer el bien.

Inquieto: Persona que no puede permanecer en un mismo lugar por mucho tiempo.

Seductor: Persona que utiliza su atractivo y sus encantos para impresionar a la gente.

Travieso: Persona a la que le agrada gastar bromas a los demás para divertirse.

Sensible: Persona que puede percibir con facilidad el sentir de otras personas o en su caso, él mismo es capaz de recibir sus propias emociones por pequeñas que sean.

Abusivo: Persona que hace un uso excesivo del poder físico o jerárquico que tiene, al momento de relacionarse con los demás.

Conflictivo: Persona a la que le gusta poner en contra u ocasionarle problemas a las demás personas a través de sus comentarios y actitudes.

Reflexivo: Es aquella persona que piensa o razona antes de actuar.

Tonto: Escaso de entendimiento, ingenuo, distraído, que actúa con torpeza.

CONDUCTAS POSITIVAS.

Solidaridad: Es la actitud en la que el personaje se compromete y apoya al grupo al que pertenece, al buscar el beneficio del grupo busca también el propio. Quien presenta este tipo de actitud, trabaja en equipo, no de manera individual.

Amabilidad: La persona que presenta esta actitud, es aquella que atiende y apoya a los demás sin buscar el propio beneficio y la relación que establece con las demás personas es de igualdad.

Proteccionismo Esta actitud se presenta cuando la persona protege, aconseja y ayuda al que lo necesita, estableciendo una relación con los demás de superioridad y sapiencia

Concertación En esta actitud la persona procura solucionar los problemas por medio del diálogo

Integridad La persona que presenta esta actitud se caracteriza por ser honesta y congruente consigo misma y con los demás

CONDUCTAS NEGATIVAS

Agresión física Cuando se utiliza la fuerza física para hacer daño a otro o a otros, atacando o golpeando.

Agresión Verbal Cuando una persona se burla, insulta, grita, injuria o maldice a los demás

Destrucción Cuando se destruye cualquier tipo de construcción u objetos como autos, camiones, o cualquier otra pertenencia, con el objeto de agredir o causar daño a otros

Crimen Cuando se comete cualquier delito penado por la ley como el robo, rapto, fraude, asesinato, etc.

Mentira Expresión contraria a lo que se sabe, cree o piensa

Engaño Hacer creer lo que no es verdad

Intriga Enredar la verdad o manejar rumores secretos para conseguir un fin

VALORES Y CONTRAVALORES PERSONALES

Justicia Inclinar a dar a cada uno lo que le pertenece, castigar al culpable y apoyar al inocente

Solidaridad social Vínculo que representa comunidad de intereses, sentimientos o propósitos, entre un grupo mayor de personas (sociedad)

Armonía familiar Relaciones amistosas y cordiales entre los integrantes de una familia.

Poder La necesidad de una persona por tener mayor influencia tanto en el medio que la rodea como en la vida de los demás. Su necesidad se convierte en

ocasiones en una obsesión por dominar a los demás y lograr que actúen de acuerdo con lo que esta persona dispone

Riqueza Obtener de una u otra forma dinero o bienes materiales

Superioridad Excelencia o ventaja en una persona o cosa respecto a otra

Venganza Cuando la persona desea desquitarse su rencor contra aquel o aquellos que anteriormente le agravaron

Reconocimiento social Cuando el principal interés es el de lograr que los demás miembros del grupo al que se pertenece, le apoyen y acepten gracias a sus actitudes

Placer Vivir de manera agradable y procurándose situaciones que complazcan a los sentidos y le permitan gozar

Belleza Ser atractivo físicamente

Fuerza o destreza física Desarrollarse físicamente, poseer energía, vigor, resistencia, agilidad

Inteligencia Desarrollarse intelectualmente, tener buena memoria, agilidad mental y facilidad para concebir nuevas ideas o planes

Valentía Poseer el valor suficiente para sortear cualquier situación de riesgo

Maldad El móvil más importante para la persona es hacer sufrir a sus contrincantes o a todas aquellas personas que se opongan a sus deseos. Su naturaleza es ser malo, actúa con maldad sin una razón aparente

Obediencia Cumplir lo más fielmente posible con las ordenes e instrucciones que se dan por un superior, con el fin de evitar que éste le haga algún daño

Temor Infundir miedo en las demás personas a través de amenazas o actos de violencia

Tolerancia Paciencia para tratar los problemas de los demás, aguantar demasiado, su trato siempre es de paciencia

Oportunista Poder aprovechar y sacar el mayor beneficio de las situaciones que se le presenten.

Desintegración familiar Separación de los integrantes de una familia

ELEMENTOS PARA LOGRAR SUS PROPOSITOS

Astucia: Capacidad para resolver sus problemas eficazmente

Estudios-conocimientos: Se dice del proceso de percepción y de pensamiento que nos dá el conocimiento de cosas, tiene en psicología un marcado carácter de adquisición de comprensión de las cosas

Reflexión: Razonar o pensar ante un hecho antes de actuar

Honestidad: Actuar de manera correcta de acuerdo a sus principios

Comprensión-compañerismo-solidaridad: Captación de motivos y fundamentos de acciones humanas; apoyarse unos a otros

Coqueteo-sedución: Tratar de agradar o enamorar las personas de un sexo a las de otro por mera vanidad. Procurar agradar a muchos al mismo tiempo

Valentía: Atreverse a enfrentar el peligro y las dificultades sin temor

Fuerza física: Desarrollarse físicamente poseer energía vigor, resistencia, agilidad

Eliminación de antagonistas: Hacer a un lado al contrario sin importar los medios

Burla-ridiculización: Mofarse de los defectos atribuidos a los demás, desprecio

Autoritarismo: Ordenar a otros hacer algo sin importar lo que éstos piensen o deseen

Engaño: Hacer creer lo que no es verdad

Intriga: Enredar la verdad, manejo de rumores secretos para conseguir un fin

Avaricia-ambición: Acaparar bienes y desear los bienes de otros.

Manipulación: Manejar la voluntad de otros para conseguir un fin

Chantaje: Obtener un beneficio o provecho de alguien amenazándolo

ENTORNO

Casa: Vivienda de una persona o familia aunque solo sea un piso o apartamento.

Escuela: Establecimiento donde se dá cualquier género de educación

Trabajo: Lugar donde se realiza una actividad mental o física para un fin determinado.

Bar: Establecimiento con mostrador en el que se sirven bebidas para consumirlas ahí mismo, de pie o sentados en taburetes.

Vía pública: Calle, plaza o camino por donde transita el público.

Iglesia: Edificio destinado al culto de la divinidad.

Sala: Pieza principal de la casa donde se reciben visitas de cumplimiento.

Cocina: Lugar de la casa donde se preparan alimentos.

Recámara: Aposento para dormir.

Jardín: Terreno en donde se cultivan flores y plantas de adorno.

OTROS ELEMENTOS

Alcoholismo: Estado de embriaguez producido por la intoxicación aguda del alcohol, que puede llegar a la pérdida de conciencia, así como al estado de decadencia intelectual y moral crónico; se caracteriza por una disminución de la eficiencia y una negligencia de responsabilidades.

Tabaquismo: Fumar en exceso, farmacodependencia exagerada en el hábito de fumar tabaco.

Drogadicción: Estado de intoxicación periódica o crónica, dañino para el individuo y la sociedad que es producido por el consumo repetido de una droga.

Apuestas: Arriesgar cierta cantidad de dinero al resultado de un lance de juego, contienda deportiva, etc., que recobra en caso de acierto incrementada con el dinero que arriesgaron los no acertantes.

Racismo: Colocar a una raza o a un grupo social determinado en un plano de inferioridad respecto de otros, que se les agrada por causa de sus características étnicas, rechazando, despreciando o marginándoseles.

Pensamiento mágico: Situación que se debe a la influencia de espíritus o fuerzas ocultas a las que se invoca mediante ritos, prácticas de brujería, esoterismo, superstición, etc.

APENDICE B

APENDICE B**CAPITULOS REGISTRADOS**

- 1 LOS PRONOSTICOS DE LISA
2. NUESTRO MEJOR AMIGO
3. EL ROCK DE OTTO
4. LA CORRERIA DE HOMERO
- 5 UN MOMENTO DE DECISION
- 6 KROSTY VA A LA CARCEL
- 7 INTERCAMBIO CULTURAL
- 8 BART REPRUEBA
- 9 LA SOCIEDAD DE LOS GOLFISTAS
- 10 TOMMY Y DALY LA PELICULA
- 11 EL CUARTETO DE HOMERO
- 12 CABO DE MIEDOSOS
- 13 LA ULTIMA SALIDA DE SPRINGFIELD
- 14 EL INTERMEDIO
- 15 MARGE CONSIGUE EMPLEO
- 16 LA CHICA NUEVA
- 17 LA PRIMERA PALABRA DE MAGGIE
- 18 EL GRAN CORAZON DE HOMERO
- 19 MARGE CONTRA EL MONORRIEL
- 20 LA ELECCION DE SELMA
- 21 HERMANO MAYOR, HERMANO MENOR
- 22 DIA DE SAN VALENTIN
- 23 A ESTO HEMOS LLEGADO
- 24 EL DRAMA DE KROSTY
- 25 TRES HOMBRES Y UNA HISTORIETA
- 26 EL DIA DEL GARROTE
- 27 HOMERO EL ANIMADOR
- 28 BART EL AMANTE
- 29 EL PERRO DE BART REPRUEBA
- 30 EL ULTIMO TREN
- 31 EL DIA QUE CAYO FLANDERS
- 32 NUESTROS AÑOS FELICES
33. EL SUSTITUTO DE LISA
- 34 LA GUERRA DE LOS SIMPSONS
- 35 PAPA ESTA LOCO
- 36 LLAMARADA MOE
37. TARDES DE TRUENO
38. EL PEQUEÑO PADRINO

- 39 HOMERO AL DICCIONARIO
- 40 LA HISTORIA DE KRSTY EL RABINO
- 41 EL PONY DE LISA
- 42 BURNS Y LOS ALEMANES
- 43 ME CASE CON MARGE
- 44 BART Y LA RADIO
- 45 HOMERO AL BAT
- 46 VOCACIONES DISTINTAS
- 47 MILLHOUSE SE ENAMORA
- 48 HOMERO CAMP:RANO
- 49 UNA NOCHE ENCANTADORA
- 50 LA ODISEA DE HOMERO
- 51 UNA FAMILIA MODELO
- 52 EL GENERAL BART
- 53 SIMPSON Y DALILA
- 54 LA DEPRESION DE LISA
- 55 EL OSO DE BURNS
- 56 EL HEROE SIN CABEZA
- 57 LA LLAMADA DE LOS SIMPSONS
- 58 EL PEZ DE TRES OJOS
- 59 HOMERO VA A LA UNIVERSIDAD
- 60 MARGE LA REBELDE
- 61 BART EL TEMERARIO
- 62 TOMMY, DALY Y BART
- 63 FILOSOFIA BARTIANA
- 64 EL VIUDO NEGRO
- 65 AVISO DE MUERTE
- 66 LOS AÑOS QUE VIVIMOS
- 67 EXPLORADORES A FUERZA
- 68 NO ROBARAS
- 69 DON BARREDORA
- 70 LA ULTIMA TENTACION DE HOMERO
- 71 SPRINGFIELD EL PROSPERO O EL PROBLEMA DEL JUEGO
- 72 HOMERO EL HEREJE
- 73 HOMERO DETECTIVE
- 74 LA REINA DE LA BELLEZA
- 75 HOMERO Y ABU
- 76 LA PROMESA
- 77 BART SE HACE FAMOSO
- 78 MARGE ENCARCELADA
- 79 LISA CONTRA LA "STACY MALIBU"
- 80 BART ES ATOPELLADO
- 81 HOMERO EN EL ESPACIO PROFUNDO
- 82 HOMERO AMA A FLANDERS
- 83 BART GANA UN ELEFANTE

84. PINCELES CON ALMA
85. EL HEREDERO DE BURNS
86. SANGRE NUEVA
87. BART CONTRA EL DIA DE GRACIAS
88. LA CANCION DE SKINNER
89. EL NIÑO QUE SABIA DEMASIADO
90. SECRETOS DE UN BUEN MATRIMONIO
91. EL AMANTE DE LADY BOUBIE
92. HOMERO SE QUEDA SOLO
93. UNA ESTRELLA ESTRELLADA

APENDICE C

ANALISIS DE CONTENIDO DE UNA SERIE DE DIBUJOS ANIMADOS:
"LOS SIMPSONS"

FORMATO DE REGISTRO

PROGRAMA _____
CODIFICO _____ FECHA _____

1. TRAMA _____

2. PERSONAJES.

NOMBRE.

EXITOSOS.

A. _____
B. _____
C. _____
D. _____
E. _____

NO EXITOSOS.

F. _____
G. _____
H. _____
I. _____
J. _____

3. METAS.

EXITOSOS

A _____
 B _____
 C _____
 D _____
 E _____

NO EXITOSOS

F _____
 G _____
 H _____
 I _____
 J _____

4. SEXO

1. MASCULINO

E NE

2. FEMENINO

4A ___ 4F ___

4B ___ 4G ___

4C ___ 4H ___

4D ___ 4I ___

aE ___ 4J ___

5. EDAD

E NE

5.1 MENORES DE 6 AÑOS

5A ___ 5F ___

5.2 de 6 a 12 años

5B ___ 5G ___

5.3 de 13 a 22 años

5C ___ 5H ___

5.4 de 23 a 35 años

5D ___ 5I ___

5.5 de 36 a 60 años

5E ___ 5J ___

5.6 mayores de 60 años.

6. COMPLEXION

- 6.1. FLACO
6.2. DELGADA
6.3. MEDIA
6.4. FORNIDO
6.5. GORDA

E NE
6A 6F
6B 6G
6C 6H
6D 6I
6E 6F

7. RAZA

- 7.1. NORDICA.
7.2. BLANCA MEDITERRANEA
7.3. MESTIZA.
7.4. NEGRA
7.5. ORIENTAL.
7.6. OTRAS. _____

E NE
7A 7F
7B 7G
7C 7H
7D 7I
7E 7J

8. RASGOS DE PERSONALIDAD.

- 8.1. INTELIGENTE
8.3. AMBICIOSO
8.5. AGRESIVO
8.7. PASIVO
8.9. CRUEL
8.11. AUDAZ
8.13. DINAMICO
8.15. CARIÑOSO
8.17. VALIENTE
8.19. BONDADOSO
8.21. SEDUCTOR
8.23. SENSIBLE
8.25. CONFLICTIVO
8.27. TONTO

- 8.2. AMABLE
8.4. AUTORITARIO
8.6. OPTIMISTA
8.8. AMIGABLE
8.10. SEGURO
8.12. SINCERO
8.14. INSEGURO
8.16. OBSESIVO
8.18. TIMIDO
8.20. INQUIETO
8.22. TRAVIESO
8.24. ABUSIVO
8.26. REFLEXIVO
8.28. OTRO. _____

E NE
8A 8F
8H 8C
8C 8H
8D 8
8E 8J

RESPUESTAS POSITIVAS.

9. SOLIDARIDAD.

1. SI 2. NO

E NE

9A 9F

9B 9G

9C 9H

9D 9I

9E 9J

10. AMABILIDAD.

1. SI 2. NO

E NE

10A 10F

10B 10G

10C 10H

10D 10I

10E 10J

11. PROTECCIONISMO.

1. SI 2. NO

E NE

11A 11F

11B 11G

11C 11H

11D 11I

11E 11J

12. CONCERNACION.

1. SI 2. NO

E NE

12A 12F

12B 12G

12C 12H

12D 12I

12E 12J

13. INTEGRIDAD.	1.SI	2.NO	E	NE
_____			13A_	13F_
_____			13B_	13G_
_____			13C_	13H_
_____			13D_	13I_
_____			13E_	13J_

14. OTRAS CONDUCTAS POSITIVAS. & CUALES?	1.SI	2.NO	E	NE
_____			14A_	14F_
_____			14B_	14G_
_____			14C_	14H_
_____			14D_	14I_
_____			14E_	14J_

CONDUCTAS Y ACTITUDES NEGATIVAS.				
15. AGRESION FISICA.	1.SI	2.NO	E	NE
_____			15A_	15F_
_____			15B_	15G_
_____			15C_	15H_
_____			15D_	15I_
_____			15E_	15J_

16. AGRESION VERBAL.	1.SI	2.NO	E	NE
_____			16A_	16F_
_____			16B_	16G_
_____			16C_	16H_
_____			16D_	16I_
_____			16E_	16J_

17. DESTRUCCION.

1. SI 2. NO

E	NE
17A	17F
17B	17G
17C	17H
17D	17I
17E	17J

18. CRIMEN.

1. SI 2. NO

E	NE
18A	18F
18B	18G
18C	18H
18D	18I
18E	18J

19. MENTIRA.

1. SI 2. NO

E	NE
19A	19F
19B	19G
19C	19H
19D	19I
19E	19J

20. ENGAÑO.

1. SI 2. NO

E	NE
20A	20F
20B	20G
20C	20H
20D	20I
20E	20J

21. INTRIGA.	1.SI	2.NO	E	NE
_____			21A	21F
_____			21B	21G
_____			21C	21H
_____			21D	21I
_____			21E	21J

22. OTRAS CONDUCTAS NEGATIVAS. ¿CUALES?	1.SI	2.NO	E	NE
_____			22A	22F
_____			22B	22G
_____			22C	22H
_____			22D	22I
_____			22E	22J

23. VALORES PERSONALES.			E	NE
23.1. JUSTICIA.	23.2. SOLIDARIDAD SOCIAL.		23A	23F
23.3. ARMONIA FAMILIAR	23.4. PODER.		23B	23G
23.5. RIQUEZA.	23.6. SUPERIORIDAD.		23C	23H
23.7. VENGANZA.	23.8. RECONOCIMIENTO SOCIAL.		23D	23I
23.9. PLACER.	23.10. BELLEZA.		23E	23J
23.11. FUERZA O DESTREZA FISICA.	23.12. INTELIGENCIA.			
23.13. VALENTIA.	23.14. MALDAD.			
23.15. OBEDIENCIA.	23.16. TEMOR.			
23.17. TOLERANCIA.	23.18. OPORTUNISTA.			
23.19. DESINTEGRACION FAMILIAR.	23.20. OTRO. _____			

24. ELEMENTOS PARA LOGRAR SUS PROPOSITOS.		E	NE
24.1. ASTUCIA.	24.2. ESTUDIOS, CONOCIMIENTOS.	24A	___
24.3. REFLEXION.	24.4. HONESTIDAD.	24B	___
24.5. COMPRESION, COMPANERISMO, SOLIDARIDAD.	24.6. COQUETEO, SEDUCCION.	24C	___
24.7. VALENTIA	24.8. FUERZA FISICA.	24D	___
24.10. BULLA, RIDICULIZACION DE LOS DEMAS.	24.9. ELIMINACION DEL (OS) ANTAGONISTAS.	24E	___
24.12. ENGAÑO.	24.11. AUTORITARISMO.	24F	___
24.14. AVARICIA, AMBICION.	24.13. INTRIGA.	24G	___
24.16. CHANTAJE.	24.15. MANIPULACION.	24H	___
	24.17. OTRO. _____	24I	___
		24J	___

ENTORNO.

25. LUGARES DONDE SE REALIZA LA TRAMA EN GENERAL.

25.1. CASA.	25A	___
25.2. ESCUELA.	25B	___
25.3. TRABAJO (PLANTA NUCLEAR)	25C	___
25.4. EL BAR.	25D	___
25.5. VIA PUBLICA.	25E	___
25.6. IGLESIA.	25F	___
25.7. OTROS _____	25G	___
	25H	___
	25I	___
	25J	___

26. SI LA TRAMA SE REALIZA DENTRO DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON,
ESPECIFICAR EN QUE LUGAR SE LLEVA A CABO LA ACCION PRINCIPAL.

26.1.LA SALA.

26A ___ ___

26.2.LA COCTINA.

26B ___ ___

26.3.LAS RECAMARAS (CUAL) _____

26C ___ ___

26D ___ ___

26.4.EL JARDIN.

26E ___ ___

26F ___ ___

26G ___ ___

26H ___ ___

26I ___ ___

26J ___ ___

.INFLUENCIA DE OTROS FACTORES EN EL PROGRAMA.

27.ALCOHOLISMO. _____

28.TABAQUISMO. _____

29.DROGADICCION. _____

30. APUESTAS. _____

31. RACISMO. _____

32. OBSERVACIONES. _____

APENDICE D

APENDICE E

APENDICE E**PERSONAJES REGISTRADOS**

- 1 Bart Simpson (Hijo mayor y protagonista de la serie)
- 2 Homero Simpson (Papá)
- 3 Lisa Simpson (Hija mayor)
- 4 Marge Simpson (Mamá)
- 5 Maggie Simpson (Hija bebé)
- 6 Señor Burns (Jefe de Homero)
- 7 Lionel Hot (Abogado)
- 8 Smithers (secretario del Sr. Burns)
- 9 Kevin Brokman (Conductor de T.V.)
- 10 Mamá de Marge
- 11 Paty (hermana de Marge)
- 12 Selma (hermana de Marge)
- 13 Skinner (Director de la Escuela)
- 14 Willy (conserje de la escuela)
- 15 Intendente Chalmers
- 16 Ned Flanders (vecino de la familia Simpson)
- 17 Moe (cantinero)
- 18 Lenin (compañero de trabajo de Homero)
- 19 Abuelo (Papá de Homero)
- 20 Mayor Diamante (Alcalde)
- 21 Krosty (el payaso)
- 22 Roger Myers (Director de caricaturas)
- 23 Jimbo (compañero de escuela de Bart)
- 24 Jefe Gorgory (policia)
- 25 Bernie Gómez (amigo de Homero)
- 26 Millhouse (amigo de Bart)

27. **Martin (compañero de escuela de Bart)**
28. **Nelson (compañero de escuela de Bart)**
29. **Maestra Kabafflow (maestra de Bart)**
30. **Tood (hijo mayor de Flanders)**
31. **Reverendo Alegria (Pastor)**
32. **Abu (dueño de la tienda de Abarrotos)**
33. **Esposa de Flanders**
34. **Nick Riviera (médico corrupto)**
35. **Kevin (compañero de escuela de Bart)**
36. **Otto (chofer del camión escolar)**
37. **Sherry y Terry (gemelas compañeras de Bart)**
38. **Ruth (vecina de los Simpson)**
39. **Bob Patiño (asistente de Krosty el payaso)**
40. **Dr Marvin Monroe (Psiquiatra)**