



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ACATLÁN**

**ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL MENSAJE TELEVISIVO DE  
“LOS SIMPSON”: LA FAMILIA Y SU ENTORNO.**

**TESINA PROFESIONAL**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN PERIODISMO Y  
COMUNICACIÓN COLECTIVA**

**PRESENTA**

**RUBÉN MARTÍNEZ GARCÍA**

**ASESOR: LIC. DAVID FRAGOSO FRANCO**

**AGOSTO 2006**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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**

### **A DIOS**

Gracias Señor por caminar de la mano conmigo, dejar que las cosas vengan como deben venir y aceptarlas como vienen y por permitir que este sueño se cumpla.

### **A MIS PADRES**

**María Cristina García Hernández  
Antonio Martínez Covarrubias**

Por enseñarme que la felicidad no es un camino, ni un lugar, ni un metal precioso que con dinero se pueda comprar. La Felicidad simplemente es, porque la pusieron en mí y no necesité buscarla. Por mostrarme que hay que descubrirla y disfrutarla y saber que no hay más secreto que ése. Los Amo.

### **A LA MEMORIA DE MI MAMÁ**

Quien con dulzura encaminó mi vida y mis anhelos. . . Gracias Mamá por darme la vida. Guarda mi Amor por Siempre, hasta que estemos juntos.

### **A MI PAPÁ**

Quien con toda su sabiduría y su experiencia, me ha comprendido y me ha dado su apoyo.

## **A MI HERMANO**

Por compartir su enseñanza y creer en mí.

## **A TODA MI FAMILIA**

Porque las promesas se cumplen y aquí está.

## **A MIS AMIGOS**

Porque siempre estuvieron conmigo, escuchando mis palabras y compartiendo la vida.

## **A LA FAMILIA IRIGOYEN GARCÍA**

Por los buenos tiempos y su valiosa Amistad.

## **AL DOCTOR CARLOS IRIGOYEN**

Por compartir la vida y sus conocimientos.

## **A LAURA CECILIA GARCÍA SALAS**

Por su apoyo, comprensión y consejos. Por inyectarme el coraje y los deseos de seguir adelante.

## **A ABRAHAM IRIGOYEN GARCÍA**

Por los juegos, risas y alegrías.

## **A CARLOS IRIGOYEN GARCÍA**

Por su alma y los buenos recuerdos que nos quedan.

## **A LAURA ELENA IRIGOYEN G.**

Por albergar mi corazón,  
por inspirarme, por el coraje, por la paz,  
por las ilusiones, comprensión y los sueños.  
Por esa forma extraña de ser y saber que  
hay alguien a quien le importo.

## **A MI ASESOR**

Por recibir de él todos los  
conocimientos necesarios, que son  
fundamentales para poder ser un  
excelente profesional. Por su  
convicción a la educación, por su  
motivación, por su tiempo,  
dedicación, pero sobretodo, por su  
paciencia y amistad.

“No suframos por lo poco que nos falta,  
hay que gozar por lo mucho que tenemos”.

**G R A C I A S**

## ÍNDICE

	Página
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I    TEORÍAS Y MEDIACIONES</b> .....	11
1.1    Teoría de los Sistemas.....	13
1.1.1    Aplicaciones a la Comunicación.....	15
1.1.2    Teorías Específicas.....	19
1.1.3    La Mediación como un Integrador Cognitivo.....	20
1.2    Mediación Estructural.....	25
1.3    Mediación Cognitiva.....	27
1.4    Modelos de Análisis de las Mediaciones.....	28
1.4.1    Diseño de la Selección del Acontecer Público.....	29
1.4.2    Diseño del Análisis de la Mitificación.....	30
1.4.3    Diseño del Análisis de la Ritualización.....	32
1.5    Unidades de Análisis de las Mediaciones.....	33
1.6    Los Actores de la Comunicación.....	37
1.6.1    Las Funciones de los Actores.....	38
1.6.2    Descripción de los Actores.....	42
<b>CAPÍTULO II    LA TRAYECTORIA DE LOS SIMPSON</b> .....	45
2.1    Antecedentes de los Dibujos Animados.....	46
2.1.1    El comienzo (1900 – 1940).....	48
2.1.2    La llegada de la Pantalla Chica ( 1940 – 1950).....	51
2.1.3    Época de Consagración (1950 – 1970).....	54
2.2    Familias Prototipo más famosas de la Televisión.	
2.2.1    Los Munsters.....	55
2.2.2    Los Locos Addams.....	56

2.2.3	Los Picapiedra.....	58
2.2.4	Los Supersónicos.....	60
2.3	Cuando las caricaturas perdieron su inocencia.....	61
2.4	Historia de Los Simpson.....	63
2.4.1	Matt Groening.....	67
2.4.2	El Surgimiento de Los Simpson en la Sociedad Norteamericana....	69
2.4.3	La Llegada de la serie de Los Simpson a México.....	71
2.4.4	Más de una Década de Trayectoria de Los Simpson.....	73
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>LOS ACTORES PERSONAJES DE UNA FAMILIA DE SPRINGFIELD.....</b>	<b>79</b>
3.1	Presentación de los Productos Comunicativos en la Televisión.....	81
3.1.1	Los Actores de la Comunicación.....	83
3.1.2	Las Funciones de los Actores.....	84
3.1.3	Descripción de los Actores.....	86
3.2	Análisis de Contenido.....	88
3.2.1	Elaboración del Instrumento para el Análisis.....	89
3.2.2	Uso del Instrumento.....	94
3.2.3	Ejemplificación del Instrumento para el Análisis de los Actores Personajes.....	95
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>LOS SIMPSON EN AMARILLO.....</b>	<b>111</b>
4.1	Análisis de Resultados.....	114
4.2	El Mensaje de Los Simpson.....	117
<b>CONCLUSIONES.....</b>		<b>121</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>		<b>131</b>
<b>HEMEROGRAFÍA.....</b>		<b>133</b>
<b>VIDEOGRAFÍA.....</b>		<b>135</b>

<b>PÁGINAS DE INTERNET.....</b>	<b>143</b>
<b>APÉNDICE I.....</b>	<b>145</b>
<b>APÉNDICE II.....</b>	<b>179</b>



## ÍNDICE DE ABREVIATURAS

<b>INTER.</b>	Intérprete
<b>ACT.</b>	Actor y/o Actores
<b>ANTI.</b>	Antihéroe
<b>COOPERA.</b>	Cooperante
<b>MANDAT.</b>	Mandatario
<b>ACONT.</b>	Acontecer
<b>COM.</b>	Comunicación

## INTRODUCCIÓN

Muchas veces, los que estudiamos comunicación y posteriormente nos dedicamos a otras cosas, ignoramos o no hacemos mucho caso en abordar problemáticas que no se relacionan con estudios sobre medios: Cine, Televisión, Prensa y Radio; como si esto fuera lo único posible, probable o digno de ser tratado desde el enfoque metodológico de la comunicación. Sin restar la importancia y el respeto que estas problemáticas tienen, pienso que existe multiplicidad de prácticas culturales que desde el enfoque de la comunicación también pueden y deben ser abordadas si tomamos en cuenta, el punto de vista de la semiótica, la cual es una intercesora entre las disciplinas de la significación, en diferentes proyectos, ya sea en el sentido social y cultural que determinada práctica encierra en sí misma. Por ende, la semiótica es una ciencia descriptiva de la realidad, porque esa es la naturaleza desconocida de ella, más allá de los lenguajes existentes, verbales o no verbales, ya que considera los hechos socioculturales como signos.

La semiótica como disciplina tiene la característica fundamental de la Semiología, como práctica de las connotaciones ideológicas presentes de uno u otro modo en el sistema de signos.

Umberto Eco, partiendo de las proposiciones de Ferdinand de Saussure “la vida de los signos en la vida social” en materia lingüística, desarrolla más ampliamente a la semiología y precisa que en la semiótica, “no se trata sólo del estudio de los signos, pues en el sentido saussuriano se dejarían fuera de este campo semiológico, aspectos tales como la cibernética y la música entre otros”.

El campo específico de la semiótica está compuesto por todos los procesos culturales en los cuales se da un proceso de comunicación; es decir, toda cultura se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación.

El producir una señal, que como tal deberá ponerse después en correlación con un contenido, es producir una función semiótica: una palabra o una imagen no están en correlación con su contenido de la misma forma.

La creciente influencia de los medios tecnológicos se vuelve evidente en todos los espacios de la vida humana. Los modos de entender y percibir la realidad han cambiado. La forma de cómo se conoce y se concibe el mundo ya no es igual que antes. Sin duda alguna, los medios han modificado nuestra relación con el entorno.

Los dibujos animados son considerados como medios de diversión en apariencia. Esta investigación se enfoca y recae en el estudio de una serie de televisión, que forman parte de nuestra vida de adolescente y de adulto, Los Simpson, vistos como una manera diferente de hacer dibujos animados.

Se determinó al medio conocido como Televisión, porque en este medio masivo existen diversas y muy variadas formas de narrar al público televidente, el acontecer social y su forma de realizar la interpretación de lo sucedido.

La Televisión es una máquina técnica que produce objetos culturales: los iconos. Con ella, nace un medio capaz de transformar la cultura, apto para fundar el lenguaje de la comunicación en signos icónicos (imágenes). Los llamados signos icónicos, son analizables en unidades pertinentes y codificados, y luego permiten una articulación múltiple como los signos verbales. Se puede considerar que los llamados signos icónicos están codificados culturalmente sin por ello dar a entender necesariamente que estén en correlación arbitraria con su contenido ni que su expresión sea analizable de modo discreto.

La semiótica pretende demostrar que, bajo los diversos procesos culturales hay sistemas constantes que permanecen ocultos. Esas constantes, en el caso de los medios de comunicación o mensajes, tienen características comunes que permanecen invisibles y se manifiestan de diferentes formas en el mensaje.

Un signo completamente icónico debería ser a su vez, un doble del objeto en cuestión y los Simpson, es la razón por la cual se escogió para hacer un análisis acerca de dichos dibujos animados, debido a su gran aceptación tanto en su país de origen, los Estados Unidos, como en México.

Con lo que se puede afirmar, entonces, que los signos icónicos (los Simpson no tienen las mismas propiedades físicas del objeto (Seres Humanos), pero estimulan una estructura semejante a la que estimularía el objeto imitado.

Existe una definición del iconismo que es la propuesta por Pierce, la cual dice que un signo es icónico cuando puede representar a su objeto sobre todo por semejanza. Decir que un signo (los Simpson) es semejante a su objeto (Seres Humanos) no es lo mismo que decir que tiene las mismas propiedades.

En la historia de las artes visuales se encuentran representaciones "icónicas" que no conseguían que se les aceptase como tales y que después, a medida que iban acostumbrándose los destinatarios, quedaban convencionalizadas\* hasta el punto de parecer más naturales que los propios objetos, de modo que posteriormente la percepción de la naturaleza quedaba filtrada por el modelo icónico dominante y tal parece que ahora está sucediendo con este programa de televisión.

Así que representar icónicamente al objeto significa transcribir mediante artificios gráficos o de otra clase las propiedades culturales que se le atribuyen.

---

\* La definición del signo icónico como el que posee algunas propiedades del objeto representado pasa a ser todavía más problemática, ya que el signo puede poseer entre las propiedades del objeto las ópticas (visibles) las ontológicas (presuntas) y las convencionalizadas (convertidas en modelo, conocidas como inexistentes, pero como eficazmente denotantes).

Una cultura al definir sus objetos, en este caso la cultura mexicana, recurre a algunos códigos de reconocimiento que identifican rasgos pertinentes y caracterizadores del contenido de los Simpson. Por ello, se puede concretar que un código de representación icónica establece qué artificios gráficos corresponden a los rasgos del contenido o a los elementos pertinentes por los códigos de reconocimiento.

También en el caso de las imágenes se tiene que ocupar de bloques macroscópicos, a los cuales son llamados textos y que el programa de los Simpson los presentan, cuyos elementos articulatorios son indiscernibles.

En otras palabras, aquí se encuentra el fenómeno de textos que todo el mundo comprende de algún modo sin conseguir explicar el por qué. En las representaciones icónicas las relaciones contextuales son tan complejas, que parece imposible separar las unidades pertinentes discretas, pero cuando están individuadas, parecen disolverse sin poder funcionar en un nuevo contexto. A veces existen vastas configuraciones, a veces pequeños segmentos de línea, puntos, zonas oscuras, como el dibujo esquemático de un rostro en que dos puntos inscritos en un círculo pueden representar los ojos, mientras que un pequeño semicírculo representa la boca; pero basta cambiar el contexto o incluso las simples relaciones de orden entre esos elementos para que todo de un giro, por lo que esta investigación está sustentada en la Mediación Social de Manuel Martín Serrano, de donde se extrae el marco metodológico nombrado por el autor, dentro del cual se lleva a cabo un estudio de los actores personajes del relato. A partir de este marco metodológico se describe la estructura de solamente dos episodios representativos de la serie: Una Familia Modelo y Familia Peligrosa, en donde se comparan entre sí fenómenos diversos, reduciéndolos a un mismo sistema de relaciones, cambiando su forma a través de los personajes, objetos, objetos-personajes, situaciones, lugares, etc., Debido a esto, se presenta una propuesta de estudio de la serie Los Simpson, para analizar los elementos que contiene su mensaje, y así poder ubicar las expresiones que ofrece la propia caricatura acerca de la Familia, con respecto a su entorno social, en función de la Religión, Política, Medios de Comunicación, Educación y la Sexualidad.

Independientemente de los cambios, la estructura tiene elementos que, aunque parezcan contradictorios, son iguales, permanentes e invariables, de tal manera que el todo del mensaje, al tener un determinado orden, provocará diferencias y semejanzas que, cuando no aparecen, habrá que descubrirlas para encontrar, por este medio, el significado del mismo.

Los dibujos animados, al igual que otras formas de comunicación, ofrecen campos más profundos para el individuo que el simple entretenimiento de una serie de comedia. Estos pueden educar, enseñar y arrojar elementos que se ven inmersos directamente en la cultura que los crea y en nuestra cultura, presentando formas de vida, compartiendo relaciones, valores sociales y otros campos que otorgan un enfoque global del hombre, en el ámbito individual y en el colectivo.

Por lo que hablar de todos estos elementos llama directamente al estudio del mensaje televisivo de dicha serie.

El análisis del mensaje puede ser: todo el mensaje o las partes que lo integran: personajes, letras, encuadres, situaciones. Dichas partes adquirirán sentido por las relaciones que se establezcan entre ellas.

Para el estudio del Mensaje Televisivo, se han seleccionado los dos episodios ya mencionados.

Estos se eligieron de acuerdo a la presente investigación. Además de que en ellos se manejan diversas situaciones que caracterizan al programa, así como la interpretación de los protagonistas (La Familia Simpson), como de los personajes secundarios importantes. La elección recae, en el hecho de que resulta imposible realizar un análisis de cada uno de los episodios que conforman la serie, sobre todo si tomamos en cuenta que hoy en día ésta cuenta con 350 episodios, en 16 temporadas.

El teórico español Manuel Martín Serrano, tras haber obtenido cuatro doctorados en Ciencias Sociales (Filosofía, Epistemología, Sociología y Psicología) se abocó a las tareas de revisar y sistematizar algunos de los conceptos básicos de las Ciencias Sociales. Tomando como base los fenómenos comunicativos, logró profundizar y consolidar la Teoría de la Mediación Social de la Comunicación (TSC) la cual no aspira a ser la “ciencia” de la Comunicación, pero si pretende aportar consideraciones y elementos científicos al momento funcional de esta ciencia.

La Teoría Social de la Comunicación propone hacer de la comunicación una ciencia multidisciplinaria, es decir, que frente a todo objeto de estudio proponga diferentes acercamientos de las ciencias sociales de la comunicación.

La TSC, además sintetiza las aportaciones más significativas de las ciencias sociales al estudio de los fenómenos de producción social de comunicación, los cuales aparecen en el momento que se institucionaliza una organización especializada, cuyo objetivo es producir comunicación. Por lo anterior, aquello que afecta a la sociedad, a la comunicación en su conjunto y a la interacción de ambas, puede ser estudiada al abordarse la Institución de Comunicación Pública.

En general, la Teoría Social de la Comunicación propone estudiar los procesos Mediadores de los productos informativos, dado que estos contienen los modelos del mundo que propone los “mass-media”. Para su instrumentación, la teoría social de la comunicación utiliza conceptos como actores, personajes, roles, funciones, mediación, principalmente.

La Mediación es definida por el doctor Manuel Martín Serrano como una función ecológica fundamental, que propone un modelo de coherencia entre el hombre, su sociedad y la naturaleza.

Dicha teoría busca constituirse como una disciplina autónoma y también ir más allá de los fenómenos estrictamente comunicativos mediante modelos, como el de las funciones de los actores del relato entre otros.

El autor Martín Serrano propone estudiar la Mediación que se realiza cuando un hecho determinado se da a conocer al público televidente. De ahí se desprenden dos vertientes diferentes: el acontecimiento como tal, como un conjunto de acciones realizadas por uno o varios agentes sociales, las cuales de alguna manera modifican el ambiente o el entorno: la otra, es lo que se dice sobre lo sucedido en ese acontecimiento, que no es lo que pasó sino una selección o interpretación por parte de quien elabora el relato y que puede estar traducido.

Es indudable que quien escribe la narración de cualquier hecho, vertiendo lo que ha seleccionado o interpretado, lo hace a partir de un conjunto de puntos de vista que pueden ser individuales o colectivos. Lo que ese narrador hace, es seleccionar del acontecimiento una serie de particularidades que considera digno de ser narrado. Lo digno de ser narrado es un conjunto de valores, posiciones, ideas, creencias, que el narrador ha asumido precisamente como suyos. Por esta razón, la mediación atraviesa niveles de realidad, los cuales al delimitarse como sistemas abiertos interactuantes, quedan de la siguiente manera: Sistema Cognitivo (SCo), Sistema de Comunicación (SC), Sistema Social (SS), Sistema Ecológico y Sistema Histórico. Es así como los productos culturales y comunicativos se articulan entre sí y en su interior, en referencias ordenadas.

Este es el momento en el que Manuel Martín Serrano propone analizar la relación entre Sistema Social y el Sistema de Comunicación, como instancias de la Mediación, que resultan las características constitutivas de este modelo, en tanto elementos de control y cohesión social, lo cual permite reunir los elementos a niveles manejables.

Un Sistema es una totalidad de elementos interactuantes que tienen la característica de relacionarse y transformarse sistemáticamente de manera regulada. Por medio del tratamiento del actor en los relatos, es como se permite al relator interpretar las recíprocas interacciones de los sistemas: Sistema Social, Sistema de Comunicación y Sistema de Referencia, como también el relato mismo.



El Sistema Social atiende a las necesidades del grupo social en las que se refiere a los tres niveles de observación conocidos como: el nivel de la Superestructura, donde se encuentran las ideas y creencias; el nivel de la Estructura, que incluye la organización de la familia y el trabajo para la producción y reproducción social, y el nivel de la Infraestructura, que corresponde a los instrumentos, insumos, herramientas y equipos para la producción de bienes y servicios sociales. Por lo anterior, el Sistema Social se puede considerar un Sistema Abierto, ya que se autorregula en función de otros sistemas del exterior.

El Sistema Comunicativo depende del mundo real, es decir, de los referentes que se presentan en los tres niveles de observación: por lo que respecta al nivel de la Superestructura, se da una visión de lo que acontece en el interior de los relatos; en el nivel de la Estructura, se encuentran las organizaciones especializadas como son la Prensa, la Radio y la Televisión, que conforman lo que se denomina, grupos de empresas.

Finalmente en el nivel de la Infraestructura, se incluyen los aparatos de la producción, difusión y recepción del mensaje de la comunicación. Resulta claro que en consecuencia, el nivel de la comunicación es también un sistema abierto.

Ambos sistemas, el Social y el Comunicativo son autónomos, al estar abiertos a otros sistemas buscan un fin, un objetivo y tienen que estar permanentemente abiertos a la racionalización histórica entre sí, debido a que son resultado de la interacción de valores y normas.

La Mediación busca esclarecer la producción del sentido que se da de la observación y reinterpretación de los mensajes en oposición al modelo propuesto por éstos. Puede darse en muchas esferas: en la familia, la escuela, la política y una de sus formas es la mediación comunicativa, desarrollada por los medios de Comunicación Masiva (MCM), que como las instituciones anteriores, cumple una función enculturizadora.

Dicha mediación se presenta en tres niveles: A) el nivel de los sujetos, que se refiere a las representaciones cognitivas e interpretaciones que el sujeto hace influidas por otras personas o instituciones; B) el nivel de los relatos, los cuales contienen representaciones sociales que son la propuesta de una determinada interpretación de lo que sucede o existe; C) el de los productos comunicativos, cuando las representaciones sociales producidas por una institución mediadora, adquieren el valor de representación colectiva aceptable.

Conforme al segundo nivel de los relatos, se abordarán los relatos audiovisuales del presente trabajo, previa delimitación que posteriormente se mostrará.

El problema teórico-práctico en el análisis, es la delimitación de los objetos mismos que se van a analizar. Según Roland Barthes\*, hay dos niveles generales en el estudio de los problemas: el que se refiere a la selección propia del objeto de entre todo un cúmulo posible de objetos de estudio y la delimitación interior del objeto, que tiene por finalidad señalar diferencias y semejanzas, para lo cual hay que dividir el todo de la estructura en elementos que permitan el estudio de sus partes.

Con lo anterior, se quiere decir que no se analizan las relaciones entre el Sistema Social, el Sistema Comunicativo y el Sistema de Referencia, ni las maneras como se producen las expresiones; ni tampoco se estudia el ambiente o entorno en el cual se desarrolló la serie. En lo único que este trabajo se centra es en la identificación (Funciones de los Actores) que algunos mediadores le asigna a Los Simpson.

Cabe hacer mención aquí, que la semiótica no se ocupa de cosas reales, dado que no es más que un trabajo sobre los signos, sino de la problemática de las relaciones entre el signo y la realidad, es decir, del problema de la verdad en la referencia entre los signos, por un lado, y el referente, por el otro.

Y la pregunta de investigación que sustenta esta tesina es la siguiente: ¿Cuáles son los componentes del mensaje televisivo de *Los Simpson* que ofrecen expresiones de la Familia y de la relación que tiene ésta, con su entorno social?

A partir de esta pregunta, se plantea el Objetivo General: Analizar, la organización de los elementos del mensaje televisivo de Los Simpson, de dos capítulos representativos, para interpretar los resultados y ubicar las expresiones que dicha serie ofrece de la relación de la Familia con el entorno social.

Tomando como indicadores las investigaciones realizadas en España por el teórico Manuel Martín Serrano, esta tesina representa la validación de una serie de conceptos comprobados en ese país. Con ello se pretende fortalecer la Teoría de Martín Serrano, ya que si es aplicable a la televisión, debe serlo a todas.

Sólo se aborda en este trabajo, lo referente a los actores personajes, sin tocar el capítulo que se refiere a los roles asignados a los actores dentro del relato. Ello se debe a que existen diferencias considerables en la designación de funciones y roles. La diferencia principal consiste en que el rol es el título que se le da al personaje por realizar una acción definida; por ejemplo, los roles de padre, madre, etcétera, mientras que la función es la acción directa del actor, la función del padre es la de trabajar; la de la madre, cuidar a los hijos, etcétera. Se dice que las funciones son asignadas a los actores personajes del relato, mientras que los roles son asignados a los agentes del Sistema Social, sistema no abordado en este trabajo.

---

\* BARTHES Rolan, Elementos de Semiología, en Comunicaciones, número dedicado a la Semiología, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1972.



Se puede decir que función, como definición de la actuación, puede sustituir al rol, ya que aquella puede variar según el acontecer que se vaya a analizar, mientras que el rol siempre permanecerá en el agente.

En la delimitación del trabajo, sólo se relacionan las funciones que los relatores designan a los actores personajes, sus implicaciones y referencias, sin tocar la asignación de roles, ya que esta última es tan extensa en su análisis, como el análisis mismo del relato (Actores Personajes).

La proposición de la cual se parte es la siguiente: "Las Relaciones que ofrece el Mensaje Televisivo de Los Simpson, de la Familia con su entorno social, son representativas en las características que los actores personajes tienen, cuya finalidad aún con su crítica irónica, es defender su unión como Familia".

Para desarrollar tal proposición se utilizó a la Mediación Social con el fin conocer el modelo comunicacional, que se manejará en los dos capítulos del programa de Los Simpson, a través de la técnica de análisis de contenido, que contiene los conceptos técnicos de los actores personajes.

El producto comunicativo media entre todo lo que pasa en un conjunto de sistemas (Sistema Histórico, Sistema Ecológico y Sistema Social) los cuales en el nivel productivo del mensaje, se convierten en referentes conformando el denominado Sistema de Referencia. Ahora bien, el mensaje, pasado por un Sistema Cognitivo (Representaciones) tiene como finalidad proponer un modelo de acción a los agentes con respecto al Sistema de Referencia.

Tras la definición de la teoría de la Mediación Social, es necesario también explicar, qué son los Actores que aparecen en el Sistema Social, cuáles son los Sistemas de actuación (Sistema Social, Sistema de Comunicación y Sistema de Referencia) los cuales son utilizados por Manuel Martín Serrano en su Teoría Social de la Comunicación.

Establecer cuáles son los niveles de actuación, es otro de los puntos que se deben también definir, ya que en estos se puede localizar a los Actores agentes del Sistema Social, los actores Comunicantes del Sistema Comunicativo y los Actores Personajes del Sistema de Referencia.

Todo lo anterior servirá para conocer los elementos centrales de la Teoría Social de la Comunicación, de la cual sólo se abordarán los relatos manejados por el Sistema de Referencia. Se abordará sólo a éstos, ya que el trabajo busca conocer cuáles fueron los mensajes y las funciones designadas a los personajes de los Simpson, en los dos capítulos más representativos de esta serie.

Al analizar el mensaje se puede encontrar en su interior instrumentos, actores, representaciones y expresiones, por lo que es necesario separar las funciones, que los actores pueden llevar a cabo según el sistema en el que actúan para averiguar cómo los Medios de Comunicación Masiva operan con personajes del Sistema de Referencia, cómo se manifiestan con los agentes del Sistema Social y con los comunicantes del Sistema de Comunicación.

Con los conceptos principales de esta teoría de la Mediación, se analizará al relato, que es parte del Sistema de Referencia. El siguiente paso es la metodología de las técnicas propias de esta posición.

Con la intención y la responsabilidad como estudiante de Ciencias de la Comunicación, de poder contribuir de alguna manera a lo antes mencionado, la presente investigación, comprendida en cuatro capítulos, persigue la finalidad de identificar algunos elementos que puedan ayudarnos.

En mi primer capítulo, se presenta un marco teórico-metodológico donde se habla de la Teoría de los Sistemas, de la Mediación como un integrador cognitivo, de las Mediaciones Estructural y Cognitiva; así como el marco metodológico que se enfoca en los actores de la comunicación, la función y descripción.

En el segundo capítulo se desarrolla el contexto histórico que aborda el inicio y desarrollo de los dibujos animados, antes de la aparición de Los Simpson y hasta el surgimiento de ellos. Este capítulo permite ubicar las características generales y el desarrollo histórico de esta forma de comunicación llamada animación.

La metodología con los instrumentos de análisis está integrada en el tercer capítulo de la tesina. Aquí describo cada uno de los pasos realizados mediante los cuales se llevó a cabo la investigación. Recalcando la importancia de la investigación en este tema. Asimismo, se desarrolla el Análisis de Contenido de un episodio como ejemplificación del instrumento.

Enseguida se encuentra en el cuarto capítulo, la interpretación de la información obtenida de los episodios analizados, para manifestar las funciones de los actores en el relato.

Posteriormente se encuentran las conclusiones, que no son más que el análisis de toda la información obtenida a lo largo del desarrollo de esta investigación, aunada a mi inquietud por poder generar una propuesta.

Al finalizar la tesina se anexa en el Apéndice I los cuadros de resultados obtenidos en la aplicación del instrumento de análisis de contenido de los dos episodios seleccionados y en el Apéndice II se encuentran los aspectos de la creación de Los Simpson.

El fin de este trabajo es proponer otras formas de análisis y de acercamiento a los dibujos animados. Además con los objetivos mencionados, el alcance principal de esta investigación señala, que los dibujos animados no sólo son formas para entretener, sino que encierran un mundo diferente y por lo tanto siempre tienen algo que narrar.

Un creador, escritor e historietista, da vida a personajes, mundos e historias y por eso este trabajo busca encontrar a esos personajes...

## 1.1 TEORÍA DE LOS SISTEMAS.

En este capítulo, se presenta el marco teórico-metodológico donde se hablará de la Teoría de los Sistemas, de la Mediación como un integrador cognitivo, de las Mediaciones Estructural y Cognitiva; así como el marco metodológico que se enfoca en los actores de la comunicación, la función y descripción de los mismos.

Una de las ramas de la Comunicación es la Comunicación de Masas, que es un proceso que determina y ubica roles categóricos del emisor y del receptor, a través de un medio que sea rápido (Televisión, Radio, Prensa, etcétera), con el mayor alcance para los públicos, de este modo se reduce o elimina la dimensión de las relaciones interpersonales y tiende a separar a los individuos de su entorno social.

En los Medios de Comunicación Masiva (MCM), el proceso de comunicación se desarrolla a partir del número mayor de individuos y elementos que intervienen en ella, es decir, el medio o entorno social transmite un cúmulo de mensajes en forma masiva, cifrado para un público distante y heterogéneo.

Para que un Medio Masivo sea calificado como tal, debe ofrecer la posibilidad de comunicación por vía de un dispositivo mecánico o electrónico y utilizarse de modo efectivo para comunicarse desde un único medio con los receptores, quienes asimilan un mensaje seleccionado que provocará una representación de la realidad preestablecida.

En alusión a lo anterior, un Medio Masivo por excelencia es a lo que llamamos Televisión, el cual es un medio icónico que puede seracrónico o sincrónico, que utiliza la Comunicación Masiva para emitir y recibir mensajes compuestos por voces, rumores, música e imágenes en blanco y negro o a color, además de ser parte del progreso técnico que permite al público estar en contacto con un panorama que está más allá de nuestro horizonte inmediato.

A través de dicho medio, se emite un Mensaje, el cual consiste en una construcción obtenida con elementos tomados por el emisor entre un repertorio de signos (cumpliendo un carácter mediador entre la representación del mundo y las relaciones sociales), es decir, un conjunto de ideas extraídas de un hecho determinado o de una realidad completa, concretizándose en un Producto Comunicativo, el cual es un objeto fabricado que contiene información de lo que acontece o de lo que las instituciones comunicativas desean que se reproduzca; tiene un valor de uso y de cambio para quien lo fabrica, pero además, se encuentran puntos de vista y valores, que responden a los intereses de los receptores;

un ejemplo de un producto comunicativo son los programas de entretenimiento, que son el formato que se le da a una emisión televisiva o radiofónica que tiene como fin divertir placenteramente a alguien, para provocar que dedique un tiempo específico a entretenerse a través de los programas producidos por los medios, siendo más determinante la televisión.

La aplicación de una Teoría específica como la de la Mediación, debe explicar las aportaciones de la Teoría General de los Sistemas, ya que permite conocer a través de ella, el camino que conduce al Análisis Mediacional.

La Teoría de los Sistemas propone explicar la organización del objeto de estudio partiendo del supuesto de que existe un orden dentro de dicho objeto; de acuerdo con lo que dice el autor español Manuel Martín Serrano, esta teoría puede ser aplicada en el campo de la Comunicación, entendiéndose por ésta, como el proceso de interacción social por medio del cual, los mensajes<sup>1</sup> pueden codificarse formalmente, puesto que hay información, ideas, emociones, habilidades, etcétera, además de una intención comunicativa con el otro y/o también es el proceso de intercambio de información entre dos o más seres vivos de la misma o de diferente especie, por lo que es necesario que se acepte a la Comunicación como un sistema que interactúa con el Sistema Social.

El Sistema Social (SS) está ordenado de manera que puede transformar materias, energías e información, a fin de alcanzar la satisfacción de las necesidades individuales y colectivas de los miembros de una sociedad. Y el Sistema de Comunicación (SC) está ordenado para manejar esos mismos elementos del Sistema Social, pero su punto de partida son los acontecimientos, es decir, todo aquello que sucede, deja de suceder y afecta a una sociedad.

Todas estas implicaciones, llevan a la formulación de un modelo sistémico, que incluye los siguientes aspectos:

- La relación comunicativa entre cualquier ser vivo que interactúa con otro u otros seres vivos, intercambiando información, que denomina Martín Serrano como Actores<sup>2</sup>, parten de la imagen de sí mismos y de sus atributos.
- Las relaciones de los actores ante la imagen de otro.
- Las representaciones de cada actor ante los fines que persigue el otro.
- La manera en que cada actor interpreta los fines que el otro valora.

---

<sup>1</sup> El “**Mensaje**” se puede entender como una construcción obtenida con elementos tomados por el emisor entre un repertorio de signos; conjunto de ideas extraídas de un hecho determinado o de una realidad completa.

<sup>2</sup> MARTÍN Serrano, Manuel, **Teoría de la Comunicación**, 1. Epistemología y Análisis de la Referencia, 2ª ed. ENEP Acatlán, México, 1993, Pág. 13

La relación existente entre el Sistema Social y el Sistema Comunicativo se da a partir de la interacción de los actores, que son miembros de grupos generales y particulares, que van determinando una conducta comunicativa; los mensajes que incluyen códigos socializados; las imágenes del otro que vienen pautadas por distintas funciones sociales; y los fines que son los objetivos que los actores de la comunicación, tratan de alcanzar en el interior del Sistema Social.

Si bien es cierto que la Teoría de Sistemas puede ser aplicada con fundamento en el estudio de los procesos y funciones de la comunicación, Martín Serrano encuentra que dicha teoría emplea una lógica que no permite dar cuenta de la contradicción interna entre los componentes y externa entre los sistemas.

### **1.1.1 APLICACIONES A LA COMUNICACIÓN.**

La Teoría de Sistemas, al aplicarse a la Comunicación, requiere de un proceso comunicativo, se encuentre organizado como un sistema, es decir, dentro de un orden, por lo cual para ser interpretado, hace uso de la Teoría de la Mediación, que se define como “la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden”<sup>3</sup>, por lo que la Mediación equivale, desde el punto de vista de la Teoría de los Sistemas, al aporte de la información para el control del sistema, ya que la información es un indicador de los grados de libertad de las definiciones de la realidad; de las interpretaciones alternativas que puede tomar un miembro de la sociedad.

La Mediación que se propone, pretende ofrecer un paradigma adecuado para estudiar todas aquellas prácticas, sean o no comunicativas, en las que la conciencia, las conductas y los bienes entran en procesos de interdependencia.

Una de las aplicaciones de la Teoría de la Mediación, en el campo de las Ciencias Sociales, consiste en el estudio del control social que ejercen las instituciones actuando sobre la interpretación que hacen las personas de la realidad.<sup>4</sup> Participan en esta tarea de control aquellas instituciones sociales que administran la producción y la oferta de información: entre ellas la familia, la escuela, la iglesia, los medios de comunicación de masas, entendiéndose por éstos como las instituciones mediadoras de comunicación. Desde esta perspectiva, son modalidades de control social por el recurso a la información todas las acciones que inciden en la disposición de las personas: estudios reglados, manifestaciones culturales, artísticas, rituales o recreativas;

---

<sup>3</sup> MARTÍN Serrano, Manuel, La Mediación Social, 2º ed. Madrid, Akal, 1977, Pág. 54.

<sup>4</sup> El término “**Realidad**” designa, el ámbito físico, biológico, psíquico, cultural, institucional, social en el que cada sujeto desenvuelve su existencia.

oferta de noticias que circulan por sistemas informales o por los Medios de Comunicación Masiva (MCM)\*, que son los equipamientos de producción y distribución de información, etcétera. Por ende, la mediación se aplica en los análisis de procesos comunicativos, ya que propone representaciones del tiempo, del espacio y de lo que acontece. Logra que la conciencia se historicice, es decir, que encuadre el conocimiento de la realidad en modelos históricamente determinados.

Estos modelos mediadores, intervienen dentro de las experiencias concretas de una sociedad, para dar sentido a una determinada visión del mundo.

El Modelo Mediador actúa en tres niveles:

1º Asignando a los productos comunicativos un modo de ser utilizados y un significado funcional o histórico.

2º Orientando la organización del trabajo comunicativo hacia la producción de determinados objetos.

3º Legitimando la orientación de la acción social hacia el logro de los cambios funcionales e históricos, cumpliendo una función integradora en el manejo de los recursos, los actos y los fines.

Tomando en cuenta lo anterior, se puede decir que la Mediación cumple un papel importante dentro del modo de construir, entender y vivir la realidad, ya que a través del lenguaje, la cultura y la ideología, se va creando un sentido dentro de las distintas formas de ver el mundo.

Tales modelos mediadores intervienen para dar un sentido a las experiencias concretas que van a ser incorporadas a nuestra visión del mundo; pero también intervienen en el ámbito de las operaciones mentales generales con las que manejan esas experiencias.

Existen tres perspectivas de estudio distintas para observar cómo funciona esa forma de control social. La primera trabaja en el ámbito de los sujetos; la segunda, en el ámbito de los relatos; la tercera, en el ámbito de los productos comunicativos.

1º Los sujetos elaboran representaciones cognitivas que conciernen a la realidad. Los datos que incluyen esas representaciones y la interpretación que de ellas se hace proceden, en mayor o menor medida, de la información que le proporcionen otros individuos a través de cauces personales o institucionales de comunicación.

---

\* Se tendrá cuidado en aclarar el nivel de referencia de las siglas MCM.

2º Los relatos participan en el control social de los sujetos porque contienen representaciones sociales. Una Representación Social consiste en la propuesta de una determinada interpretación de lo que existe o de lo que acontece en el entorno.<sup>5</sup> La representación social hace referencia precisamente a tales o cuales temas, incluyendo unos datos en vez de otros y sugiriendo ciertas evaluaciones en vez de otras posibles. La representación social sirve como modelo de influencia precisamente porque esclarece a los sujetos cuáles son las concepciones de la realidad que el relator distingue, entre todas las representaciones alternativas que serán posibles. Manuel Martín menciona que “la representación social siempre incluye la presuposición de legitimidad ante los miembros del grupo a quienes les está destinada. Esa legitimidad descansa en la evaluación del Mediador como un intérprete autorizado, y en la evaluación de la interpretación como una propuesta socialmente conveniente desde algún punto de vista: es decir, verdadera, útil, etc.”<sup>6</sup>

Por lo que cuando el relato es elaborado por un mediador institucional (Institución Mediadora) y está destinado a una comunidad, la representación social adquiere el valor de una representación colectiva, o se legitima por ella.

3º La representación social es una interpretación de la realidad que está destinada a ser interiorizada como representación personal por determinados componentes de un grupo. La representación social deviene un producto cognitivo inseparable del producto comunicativo, el cual es un “objeto fabricado que tiene un valor de uso concreto: poner la información que han elaborado unos sujetos sociales a disposición de otros.”<sup>7</sup>

Un código se define como un “sistema de posibilidades, supuesto a la igualdad de probabilidades del sistema en su origen, para facilitar de este modo un dominio comunicativo.”<sup>8</sup> A través de los códigos lingüísticos se concibe un orden y están estrechamente relacionados con los códigos culturales, con ellos se puede entender, interpretar y actuar. Estos dos códigos son representaciones y referencias de una praxis social.

La cultura se va construyendo por el tejido que logra de lo subjetivo, que si bien ha sido producido por ciertos individuos en un aquí y ahora, al objetivarse puede trascender y ser aprehendido de generación en generación.

Los sentidos sociales que son tipificados socioculturalmente pueden ser objetivados y por ello, pueden ser accesibles a distintas generaciones, determinando las pautas y estereotipos, que la comunicación se encarga de analizar.

---

<sup>5</sup> “**El entorno**” designa el espacio y el tiempo en el que se desenvuelve la existencia histórica de un grupo humano. Incluye a todos los entes, materiales o abstractos, cuya existencia o cuyo estado afecta a la existencia y al estado del grupo; o que se vean afectados por la existencia del mismo.

<sup>6</sup> MARTÍN Serrano, Manuel, **La Producción Social de la Comunicación**, Pág. 47.

<sup>7</sup> MARTÍN Serrano, Manuel, Op. Cit. Pág. 48.

<sup>8</sup> MARTÍN Serrano, Manuel, **La Mediación Social**, Pág. 56.



Por otro lado, la Ideología también se integra a la relación lenguaje-cultura, ya que juega un papel mediador, porque está representada principalmente por los discursos, que tienen el fin de lograr una argumentación coherente que fundamente las órdenes y sentidos que imperan en toda sociedad.

La Ideología es ubicada en esta Teoría de la Mediación como un subcódigo, ya que tiene la capacidad y el fin de articular una serie de signos en discursos, que permiten y facilitan la formulación por parte de los emisores (realizadores que emiten un mensaje) y de lo establecido de los perceptores (aquellos que asimilan un mensaje seleccionado, que provocará una representación de la realidad preestablecida).

La función mediadora se da cuando se entrelazan el lenguaje, la cultura, la ideología y la información; todo esto necesita de una referencia, que es aquello de lo que se habla, y un sentido, aquello de lo que se dice.

La referencia viene a ser el producto del proceso de Mediación, es decir, se configura cuando se realiza la representación, y ésta se logra a través de órdenes y sentidos que les impone la Mediación. Así la ideología que articula principalmente discursos en torno a nuestra realidad, otorga órdenes y sentidos, llevando a efecto una mediación.

Nuestra conexión con la realidad se realiza a través del conocimiento que obtenemos de lo que sucede en ella; este acto se da, porque el lenguaje nombra y estructura nuestra forma de percibirlo y concebirlo; la cultura le otorga los sentidos socialmente institucionalizados y la ideología como subcódigo, legitima y justifica esos sentidos.

A lo anterior, se puede agregar el papel que juega la Información, (entendiendo por ésta, a los distintos acontecimientos o hechos que suceden en una realidad social, incluyendo al entretenimiento en los Medios de Comunicación)\*, en los procesos de mediación culturales, lingüísticos e ideológicos, ya que en su elaboración se filtran, desechan, introducen, omiten, resaltan, minimizan, seleccionan, censuran y rehacen, ciertos datos de esa realidad, y todo esto es precisamente el proceso de mediación por parte de la información, al representar lo real.

---

\* Apuntes de la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva.

### 1.1.2 TEORÍAS ESPECÍFICAS.

Para entrar de lleno a la Teoría Mediacional, es necesario volver a puntualizar que Manuel Martín Serrano define a la Mediación como una actividad que puede imponer límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, puesto que a través de la participación de los Medios de Comunicación Masiva (MCM) como instituciones mediadoras, ofrecen a las audiencias distintos productos comunicativos que incluyen un repertorio de datos de referencia, los cuales son la información que permite distinguir entre un objeto de referencia "entidad a propósito de la que se comunica, cumpliendo la función de objeto material o ideal de la comunicación"<sup>9</sup> y cualquier otro. Igualmente, la información que permite diferenciar atributos, estados, transformaciones, relaciones del objeto de referencia, a propósito de otros objetos, que intervienen en un proceso de elaboración de representaciones colectivas, se les llama Operaciones Mediacionales.

Para conocer el papel que tiene la comunicación en los procesos de ajuste al cambio social, es necesario conocer los mecanismos de mediación que ocurren en la sociedad y que implican y/o determinan la capacidad de producción y reproducción de los sistemas sociales; es decir, su capacidad de permanencia, de coherencia y de libertad; así como, a la inversa, su incapacidad para permanecer, ser coherentes y sostener cierto margen de libertad para enfrentar lo contingente.

La Mediación, como sistema institucionalizado, no solamente cumple funciones mediadoras sino que produce objetos que transportan modelos de ajuste a los cambios que se originan en el plano cultural-tecnológico y en el plano de la innovación y el cambio cultural; que implican, a su vez, el ajuste necesario a una visión del mundo que justifique la relación entre el medio social y el medio natural.<sup>10</sup> El actor social, sujeto-individuo, se sirve y es servido de estos modelos para integrar su visión del mundo y prescribir su actuar; y por tanto, garantizar su propia permanencia en los órdenes que habita.

La Mediación es pues, una energía social que tiende a reducir la disonancia que se produce cuando los cambios culturales y tecnológicos se contraponen y no logran armonizar las relaciones del medio natural con el medio social. Esto se logra cuando la sociedad crea un patrón de ajuste que intenta reconciliar los cambios que ocurren en los diferentes niveles de la realidad (cultural-tecnológica-natural). Este proceso puede ser desde los planos siguientes: "La Mediación aparece como un programa, como un modelo en el análisis sociológico. En la vida cotidiana es asimilada por intermedio de mitos que incorporan los útiles de trabajo y los bienes de consumo."<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> MARTÍN Serrano Manuel, Teoría de la Comunicación. 1. Epistemología y análisis de la referencia, Pág. 178.

<sup>10</sup> MARTÍN Serrano, Manuel, La Mediación Social, Pág. 49-51.

<sup>11</sup> Ibidem, Pág. 44.

Es decir, como un operador lógico que otorga coherencia a la práctica social y como un controlador social que históricamente va asumiendo modelos hegemónicos e ideológicos de mediación social.<sup>12</sup>

Desde esta perspectiva, la Mediación Social es, por una parte, un sistema de regulación institucionalizado para reducir la disonancia provocada por los cambios que suscita la existencia misma del sistema (como orden complejo autoheterónomo); y por otra parte, un mecanismo de control social fundado en la información que sustituye a los controles directos.<sup>13</sup> La mediación funciona tanto como un integrador cognitivo y como un controlador social que explica/justifica la naturaleza del cambio social (razón de liberación vs. ideología).

### **1.1.3 LA MEDIACIÓN COMO UN INTEGRADOR COGNITIVO.**

La Mediación es un operador lógico que surge o se usa cuando se presenta una disonancia: "...un estado de incomodidad o tensión producido por la concurrencia de dos elementos cognoscitivos, igualmente aceptados por el sujeto, que lleva a los sujetos afectados a realizar algún esfuerzo por restablecer la consonancia."<sup>14</sup> Es pues, una alteración cognitiva (opinión, creencia, etc.) que requiere de la búsqueda de concordancia o de una integración. En los niveles (cultural-normativo-funcional) opera la mediación buscando introducir un orden que los haga consonantes. Esto puede lograrse modificando las ideas, las actitudes y los comportamientos de los sujetos "atrapados en una situación disonante."<sup>15</sup>

Asimismo, el patrón de ajuste que conlleva la mediación es una representación de la realidad y se presenta como modelo que organiza, para hacer consonante, la práctica social: "Los modelos de mediación que sirven para hacer consonante la realidad y el conocimiento introducen una forma de control que actúa en el ámbito cognitivo. Ambos datos impiden creer en la neutralidad de los modelos que se utilizan para describir los procesos sociales."<sup>16</sup>

La mediación reproduce los códigos. El código es un "sistema de orden" que estructura uniformando el diverso acontecer desde un punto de vista compartido (consenso) y al mismo tiempo limitando y prescribiendo; como un modelo coercitivo que corrige y verifica el conocimiento y la acción.<sup>17</sup>

---

<sup>12</sup> Ibidem, Pág. 49-51.

<sup>13</sup> Ibidem, Pág. 53-55.

<sup>14</sup> Ibidem, Pág. 49.

<sup>15</sup> Ibidem, Pág. 49.

<sup>16</sup> Ibidem, Pág. 50-51.

<sup>17</sup> Ibidem, Pág. 55.

Por otra parte, la transmisión de información que caracteriza a los códigos es un indicador del grado de efectividad de la mediación y del grado de libertad que tiene el sistema para encarar diferentes acontecimientos.

Los productos comunicativos son sólo algunos de los proveedores de la información que utilizan los receptores en sus representaciones. Por esa razón las funciones comunicativas que caracterizan a los MCM se desarrollan en el marco más general de los procesos de la Mediación Social. Dichos procesos intervienen en la elaboración de representaciones colectivas.

El producto comunicativo tiene una dimensión objetual y otra cognitiva. Ambas dimensiones son interdependientes, pero pueden ser distinguidas entre sí.

La Dimensión Objetual se manifiesta, en primer lugar, porque se requiere un equipamiento y una organización (máquinas, especialistas de diferentes competencias) para la elaboración y distribución del producto comunicativo. En segundo lugar, porque se necesita un soporte material para que pueda ser difundido (periódicos, películas, cintas magnéticas, DVD's, etc.)

La fabricación de productos comunicativos requiere una inversión de recursos sociales, sean de origen privado o público. Por lo tanto, es obligatorio que los productos comunicativos estén confeccionados de tal manera que restituyan, a la larga, el valor del sistema completo de producción comunicativa. Este Sistema Productivo incluye a todas las máquinas (confeccionadoras, impresoras, grabadoras, etc.) y con ellas las características expresivas y formales que esas máquinas confieren a los textos y a las imágenes; todos los equipos humanos y con ellos las peculiaridades profesionales y organizativas de esos equipos; finalmente, también tienen que ser restituidos todos los capitales y con ellos los objetivos económicos o políticos de los financieros, privados o públicos, que promueven el funcionamiento de las organizaciones dedicadas a la comunicación pública.

En consecuencia, la elaboración del producto comunicativo requiere que se transforme el valor de uso que tienen las materias primas, en un valor de cambio para la empresa informativa que concurre en el mercado de los bienes de información. El valor de cambio se obtiene cuando las materias primas (papel, la cinta, la película, etc.) son convertidas en objetos comunicativos. El trabajo mediante el cual se realiza esta transformación del valor se lleva a cabo en la práctica operando con el espacio y/o el tiempo informativo que se reserva para dar cuenta de cada objeto de referencia. El valor añadido que incorpora la empresa informativa al producto inicial es una determinada cantidad de información.

La Dimensión Cognitiva del producto comunicativo se manifiesta porque está expresamente confeccionado para ofrecer información. En el producto comunicativo se ha seleccionado un repertorio de datos de referencia a propósito de algún referente y se les ha relacionado mutuamente de alguna manera. El resultado es un relato (escrito, verbal, o mediante imágenes).

El relato que trata del entorno es la manifestación objetivada<sup>18</sup> de una representación del acontecer. Concretamente la representación que objetiva el relato de los MCM corresponde a aquella que ha elaborado el emisor o los emisores que han participado en su confección.

En los MCM una gran parte de los relatos son el resultado de varios emisores. Por ejemplo, alguien en la Agencia de Noticias selecciona un repertorio de datos de referencia que son enviados por fax a algún redactor del periódico o de la televisión. Este último emisor incluye otros datos de referencia procedentes de archivo y traslada a un tercero su obra, para que le dé forma escrita; el proceso de producción del relato puede todavía incluir nuevos actores.

Los procesos cognitivos que lleva a cabo un emisor para elaborar una representación del acontecer son los mismos que realiza cualquier otra persona. Pero cuando esa representación se expresa en un relato difundido a través de los MCM, la representación del emisor adquiere el valor de una visión pública e institucional de lo que acontece.

El carácter público que tienen los relatos difundidos por los MCM suele creerse que les confiere mayor “influencia” respecto a otros relatos de difusión más privada. En realidad la visión del acontecer publicitada es más notoria, pero no siempre es más influyente. La notoriedad que confieren los MCM a la versión que ofrecen de los hechos, secundariamente pueden proporcionar influencia, entendida como la aceptación por parte del receptor de la representación que se le sugiere en los medios.

El carácter institucional de la representación del acontecer propuesta por los MCM se afirma que les confiere mayor “credibilidad” con relación a los relatos que circulan por cauces no institucionales. En realidad, la versión del acontecer que difunden los medios es más imputable, pero no necesariamente más creída. Aunque los MCM no siempre ofrecen los datos suficientes para que el receptor sepa qué persona o qué institución se responsabiliza de la versión de los hechos, a todo relato que suscite en el receptor el dilema de ser creído o no creído, se le asigna necesariamente una imputación. La credibilidad que el receptor asigne a la versión de los hechos depende de la confianza que le merezca la persona o institución a quien haya imputado (con error o con acierto) la autoría; además de otros factores subjetivos y objetivos.

La notoriedad y la imputabilidad que distinguen a los relatos de los MCM no se traducen mecánicamente en un aumento de influencia sobre los receptores, ni en un incremento de su credibilidad.

---

<sup>18</sup> Una representación “**Objetivada**” es aquello que sale fuera de la conciencia de quien la ha elaborado y se expresa de manera tal que Otro puede conocerla. MARTÍN Serrano Manuel, **La Producción Social de la Comunicación**, Pág. 126.

Es azaroso presuponer que los productos comunicativos difundidos en los MCM tienen más efectos persuasivos sobre los miembros de la sociedad por el mero hecho de que son públicos y están institucionalizados. Esos rasgos condicionan en mayor medida la actividad comunicativa de los emisores que de los receptores.

Los productos comunicativos son sólo algunos de los proveedores de la información que utilizan los receptores en sus representaciones. Por esta razón las funciones comunicativas que caracterizan a los MCM se desarrollan en el marco más general de los procesos de Mediación Social. Dichos procesos intervienen en la elaboración de representaciones colectivas.

La participación de los MCM en la Mediación, se inicia cuando la Institución Mediadora u otros Actores Sociales (Agencia de Noticias, Consejo de Redacción, Censores, etc.) seleccionan determinados acontecimientos para hacerlos públicos. La Mediación específicamente comunicativa comienza cuando los emisores (con la aceptación de la Institución Mediadora) eligen, en el marco de tales acontecimientos públicos, determinados objetos de referencia. Los emisores ofrecen a sus audiencias un producto comunicativo que incluye un repertorio de datos de referencia a propósito de esos objetos. Los datos se relacionan conceptualmente entre sí de una manera determinada; el resultado suele denominarse “relato”; según una acepción semiótica tradicional, de tipo semiológico con dominante lingüística, el estudio de la narración se identifica con el estudio de los relatos, en el sentido común del término: orales o escritos, da igual, pero en cualquier caso auténticos relatos. Los datos se expresan en algún soporte material (papel periódico o el DVD) Desde este punto de vista los productos comunicativos son objetos.

Estas tareas comunicativas de los MCM son unas peculiares operaciones de mediación, características de los MCM, diferenciables de las que llevan a cabo otras instituciones mediadoras, tales como la familia o la escuela.

Los objetos de referencia de los medios de comunicación en cuanto se ocupan de dar cuenta del acontecer, se originan frecuentemente en las transformaciones del entorno social.

Generalmente la narración recurre a distinciones temporales, explícitas y/o implícitas que preconfiguran la representación cognitiva de los objetos de referencia.

Existen relatos en los que los objetos de referencia son distinguidos según su sucesión. Así se hace con todos aquellos objetos que son puestos en relación unos con otros precisamente recurriendo a la dimensión antes/después.

A los objetos de referencia se les asigna una duración. Por eso cabe analizar cómo se presenta en los relatos la permanencia de los objetos en el tiempo, por lo que se hace mención como “investigación de temporalidad”.

La temporalidad del objeto de referencia de la comunicación se entiende como la dependencia que se establece en el relato, entre la existencia del objeto de referencia y el tiempo. Todo objeto de referencia tiene su propia proyección respecto al tiempo, con independencia de aquella que se le atribuye en el relato.

1° La comunicación puede referirse a objetos de referencia que no es obligatorio situar en ningún tiempo; objetos idealmente Atemporales, tales como la eternidad.

2° Otros objetos de referencia pueden ser ubicados en cualquier tiempo, objetos idealmente Intemporales, tales como ser humano, el heroísmo, la guerra.

3° La última categoría corresponde a los objetos que pueden ser situados en un determinado tiempo; objetos que por existir o suceder, son históricamente Temporales. En esta categoría se pueden incluir, entre otros objetos de referencia, todos los actores, todos los sucesos, todos los cambios de estado que afecten a entidades materiales.

A los objetos de referencia pautados en el relato como temporales se les diferencia según su sucesión. El análisis de la sucesión en el tiempo que propone la narración se llama “investigación de la historicidad”.

La Historicidad, es el tiempo histórico que se acota en el relato, entre el acontecer que acontece y el que sucede después de todos los otros. Por referencia al punto de vista temporal de la comunicación, los relatos se diferencian en:

1° Aquellos que mencionan acontecimientos que sucedieron en el pasado (Pa).

2° Aquellos que suceden en el presente (Pr).

3° Y los que suceden en el futuro (Fu).

Y por último, los objetos de referencia temporales, cuya historicidad abarca el pasado y/o el presente, y/o el futuro, se evalúan según el orden en el que se opera narrativamente con estas etapas temporales. Esto se denomina como “investigación de la diacronía”.

Esta se refiere a la ordenación que se lleva a cabo en el relato de los sucesivos tiempos del objeto de referencia.

En cuanto emergente, todo objeto sigue la flecha del tiempo; ocupa un tiempo anterior, contemporáneo o posterior a otro; lo que le sucede primeramente antecede a cualquiera otro suceso que le ocurre más tarde. Pero en cuanto a objeto de referencia, la diacronía que se refleja en el relato no se ajusta necesariamente al sentido en el que transcurre la existencia del objeto.

Hay dos tensiones que afectan a la comunicación mediada por los MCM:

- a) Por una parte, la tensión que se establece entre la producción ininterrumpida de nuevos aconteceres, cuya existencia y cuyos efectos deben ser publicitados por los medios, y la reproducción continuada de las normas, valoraciones, justificaciones que cada grupo se esfuerza en preservar o en implantar.
- b) Por otra parte, la tensión que se establece entre la imprevisibilidad que es connatural con la naturaleza del acontecer y la previsión que es esencial para programar la forma de informar que diferencia a cada medio.

Las mediaciones requeridas para manejar ambas tensiones son independientes, pero diferenciables.

## **1.2 MEDIACIÓN ESTRUCTURAL.**

El conflicto entre la apertura del medio al acontecer imprevisto y su cerramiento en una forma comunicativa pide una mediación estructural, ya que está destinada a conseguir que aquello que irrumpe, sirva para realimentar las modalidades comunicativas que cada medio adopta.

La Mediación Estructural opera sobre los soportes de los medios ofreciendo a las audiencias modelos de producción de comunicación.<sup>19</sup>

En ella, cuando diseña la forma del objeto comunicativo, se enfrenta con el conflicto entre acontecer//prever; por eso la mediación estructural produce rituales.

La labor ritualizadora de la mediación estructural, ofrece seguridad por el recurso a la repetición de las formas estables del relato; vía por la cual la comunicación es labor de institucionalización de los mediadores.

La Mediación Estructural se distingue de la mediación cognitiva, debido a que implica diferentes operaciones informacionales, la ritualización que caracteriza a la confección de productos comunicativos, cuando los modelos de producción de comunicación regulan la mediación estructural, técnicamente se realiza manejando la dimensión relevancia//irrelevancia en la presentación de los datos de referencia.

---

<sup>19</sup> Esta actividad mediadora es una variante del esfuerzo integrador que realizan los MCM, en su condición de instituciones sociales. Toda Mediación Social se propone proporcionar modelos que sirvan de referencia al grupo, para preservar su cohesión de los efectos disgregadores que tiene el cambio social.



Las mediaciones que realizan los medios de comunicación de masas son el resultado del propio proceso de producción comunicativa. Todos aquellos componentes que intervienen desde que el acontecer es objeto de referencia de la comunicación hasta que el producto comunicativo resulta conocido por las audiencias pueden participar en las tareas mediadoras. Estructuralmente median los encargados de confeccionar materialmente el producto comunicativo.

En la comunicación se lleva a cabo una mediación estructural cuando se utiliza algún objeto con fines expresivos y/o difusivos. La mediación estructural opera con el uso comunicativo del soporte expresivo y en su caso del medio de difusión. Por lo tanto la mediación estructural en los MCM está en parte determinada por sus respectivas características tecnológicas.

Cuando un soporte (por ejemplo un papiro, una tablilla, un pergamino, un papel); una tecnología de reproducción (grabación, impresión) o de emisión (percusión, difusión óptica o electrónica) se incorporan a la comunicación pública, definida por Manuel Martín Serrano como “forma social de comunicación en la cual la información se produce y distribuye por el recurso a un Sistema de Comunicación especializado en el manejo de la información a la comunidad como un conjunto”<sup>20</sup>, provee a los miembros de la comunidad de relatos (orales, escritos, mediante imágenes) en los que se les propone una interpretación del entorno y de lo que en él acontece, el uso de las capacidades comunicativas de los objetos y herramientas queda sujeto a regulaciones institucionales. Por ejemplo, el uso de las capacidades tecnológicas de los MCM es una práctica profesional atribuida a las instituciones que controlan cada medio. Como la confección de un diario y la preparación de una emisión de televisión son tareas complejas que requieren anticipación deben ajustarse a patrones establecidos. En consecuencia todos los medios se enfrentan con la tarea de encajar la novedad en el diseño material y conceptual que les caracteriza.

Por ello, los profesionales de los MCM median al propio medio de comunicación; utilizan el espacio y el tiempo disponibles para lograr un ajuste entre dos dimensiones: por una parte, la dimensión histórica del “acontecer”, que cuanto más imprevisto, más presiona para que se dé noticia de su emergencia y, por otra, la dimensión práctica del “prever”, que presiona para que la confección se atenga a un programa invariante y tanto más estable cuanto más complejo sea el instrumento de comunicación. Ahora bien, toda práctica que trata de incorporar lo que cambia a un modo preestablecido de hacer es una labor ritual. Por ende, se ha denominado “tarea ritualizadora” a la mediación estructural que consiste en dar noticia de lo que acontece respetando los modelos de producción de comunicación que las instituciones comunicativas consideren como propios de cada medio.

---

<sup>20</sup> MARTÍN Serrano Manuel, La Producción Social de la Comunicación, Pág. 72.

La Mediación Estructural está obligada a aplicarse por el conflicto dado entre la apertura del medio, al acontecer imprevisto y su cerramiento en las formas comunicativas, ya que este tipo de mediación está destinada a conseguir que aquello que invade, sirva para realimentar las maneras comunicativas que cada medio adopta.

La Mediación Estructural interviene en los soportes de los medios, ofreciendo a las audiencias, formas de producción comunicativa.

### **1.3 MEDIACIÓN COGNITIVA.**

La Mediación Cognitiva es obligada a aplicarse por el conflicto entre el cambio del acontecer y la reproducción de las normas sociales, ya que está orientada a lograr a que todo cambio social tenga cabida en la concepción del mundo de las audiencias. Para proporcionarle dicho lugar a lo que en el entorno es nuevo o distinto, en ocasiones será preciso que dicha mediación llegue a transformar esa concepción del mundo.

Por ejemplo, Matt Groening creador de Los Simpson, provocó un cambio relevante en el mundo de los contenidos de los dibujos animados, al crear esta caricatura; la compañía 20<sup>th</sup> Century Fox, es la encargada de su transmisión como institución mediadora, ya que a través de su difusión y publicidad, las audiencias no solamente aceptaron este cambio, sino que además lo hicieron de su gusto personal.

Manuel Martín Serrano hace referencia al mencionar este tipo de mediación, a objetos de estudio como la prensa, la política, entre otras. El entretenimiento encaja dentro de toda esta teoría, ya que la información, precisamente contenida en programas de este tipo, está más mediada que una nota informativa.

La mediación cognitiva opera sobre los relatos de los medios de comunicación ofreciendo a las audiencias, modelos de representación del mundo. Cuando elabora un relato en el que se propone una versión de lo que sucede por el mundo, se enfrenta con el conflicto entre acontecer//creer; es por ello que la mediación cognitiva produce mitos.

Como su tarea es la de mitificar, la mediación cognitiva ofrece seguridad por el recurso a la reiteración de datos de referencias familiares en el relato de lo que ocurre. Dicha operación mediadora se distingue de la mediación estructural porque la mitificación que producen los medios de comunicación de masas, mediando cognitivamente el relato del acontecer, ofrece un modelo de representación del mundo, técnicamente operando con la dimensión novedad//banalidad de los datos de referencia.

La comunicación media cognitivamente a cada uno de sus actores de la comunicación, es decir, los comunicantes que tienen personalmente a su cargo la iniciativa de la información. También controla la comunicación cognitivamente cada uno de los Interventores que pueden determinar la producción comunicativa de los actores de la comunicación. Por último, median cognitivamente quienes tienen a su cargo el uso del medio.

Las visiones del mundo pueden afectar a los procesos cognitivos de las audiencias. Dicha actividad mediadora cumple una importante función social: sirve para restaurar en el ámbito de las representaciones un ajuste entre los sucesos y las creencias; consonancia permanentemente deteriorada, tanto por el cambio de la realidad circundante como por la transformación de los valores. Se denomina por lo tanto, a esta función de los MCM una tarea mitificadora, porque el relato opera con la dimensión histórica “acontecer”, para relacionarla con la dimensión axiológica “creer”, lo mismo que hacen todos los mitos. Los MCM ni están solos ni fueron los primeros en el desempeño de esta función social: antes de que ellos existiesen, otros relatos transmitidos oralmente iban proporcionando los mitos necesarios para elaborar una visión del mundo que mantuviese el consenso social. En la actualidad los medios de comunicación de masas comparten el trabajo de generar representaciones colectivas con otras instituciones mediadoras; las más importantes son aquellas que se ocupan de la enculturización, como la familia y la escuela.

La Mediación Cognitiva interviene sobre los relatos que producen los medios de comunicación, ofreciendo a las audiencias modos de representar el mundo.

#### **1.4 MODELOS DE ANÁLISIS DE LAS MEDIACIONES.**

Los Mediadores de la comunicación pública intervienen en la selección del acontecer y median una representación institucionalizada y objetivada de lo que acontece, realizando una tarea mitificadora y ritualizadora.

El acontecer público del que dan noticia los relatores en parte viene impuesto por los sucesos que emergen (a los que los profesionales denominan “actualidad”) y en parte por la selección de acontecimientos que lleva a cabo cada mediador.

Las definiciones que se estipulan a continuación, permiten distinguir las instancias que intervienen entre la aparición de todo aquello que acontece en el entorno y la selección de todo aquello que finalmente va a constituirse en objeto de referencia de la comunicación:

- a) EMERGENTE: Algo que ocurre (o deja de ocurrir) en el entorno (material, social, ideal), en cualquier lugar y en cualquier tiempo, cualesquiera que sean sus causas y efectos.
- b) ACONTECER: Un emergente que como consecuencia de su ocurrencia (o no ocurrencia) afecta o puede afectar a un grupo social concreto, durante el periodo de tiempo que es objeto de observación.
- c) ACONTECER PÚBLICO: Aquel acontecer a propósito del cual se informa a través de un canal de comunicación pública, por ejemplo en los MCM.

Denomina Martín Serrano, Acontecer Público, “a cualquier emergente (cosa, objeto, suceso, observación, idea, norma, relación, etc.) que por su presencia o ausencia que afecta o puede afectar a la comunidad y cuyo conocimiento puede ser compartido por los miembros de aquélla, porque ha sido seleccionado como objeto de referencia por las instituciones que tienen a su cargo dar noticia pública de lo que acontece.”<sup>21</sup>

#### **1.4.1 DISEÑO DE ANÁLISIS DE LA SELECCIÓN DEL ACONTECER PÚBLICO.**

Para saber cómo interviene el mediador (sea institución, como los MCM, o sujeto individual) en la producción del acontecer público, se toma en cuenta el modelo canónico de la producción de acontecer público en el que cada relator se ocupa de uno u otros objetos de referencia, dedicándoles mayor o menor atención, eligiendo unas u otras fuentes de información. Acota los acontecimientos en un marco temporal, que puede estar abierto a los antecedentes y las consecuencias de los sucesos, o ceñirse a una referencia en el presente. Sitúa lo que acontece en un marco espacial, cuando delimita los espacios (físicos, geopolíticos, sociopolíticos) donde suceden las cosas que se narran. Implica en el acontecer a un gran número de Agentes de cuya participación, como Comunicantes, Personajes o Controladores<sup>22</sup>, se da cuenta con mayor o menor detalle. La existencia del objeto de referencia y el propio relato del suceso pueden ser pautados como verídicos o falsos, existentes o inexistentes.

---

<sup>21</sup> MARTÍN Serrano, Manuel, Op. Cit. Pág. 123.

<sup>22</sup> Estas tipologías de Agentes están definidas en las Págs. 34. y sigs.

El objeto sobre el que se lleva a cabo tanto la tarea de mitificación como la de ritualización es el producto comunicativo. Desde el punto de vista de las representaciones que maneja, el producto comunicativo consiste en una narración en la cual se ofrecen un repertorio de datos de referencia relativos al acontecer a propósito del que se comunica y generalmente un repertorio de evaluaciones. Desde el punto de vista material, los productos comunicativos son un conjunto de expresiones, tales como aquellas imágenes que disponen de un tiempo determinado en unos determinados periodos de emisión televisual.

Los análisis de los datos de referencia y de los datos de evaluación que aporta un producto comunicativo se realiza por la técnica denominada de "Análisis de Contenido". Esta clase de investigaciones se podrían llamar "métodos de análisis de las representaciones del relato". El estudio de la materialidad del producto comunicativo se lleva a cabo mediante las técnicas llamadas de "análisis formal"; técnicas que estarían mejor denominadas como "métodos de análisis material y formal de las expresiones comunicativas y de los productos comunicativos.

#### **1.4.2 DISEÑO DEL ANÁLISIS DE LA MITIFICACIÓN (Mediación Cognitiva).**

El Análisis de Contenido, o si se acepta, el estudio de las representaciones del relato, consiste en identificar la forma en la que el mediador realiza su labor de mitificación cuando relaciona la noticia de lo que acontece con las normas y valores sociales.

La idea de que la narratividad es un modo de poner en movimiento la significación combinando específicamente no sólo palabras, frases o proposiciones, sino también agentes especiales sintáctico-semánticos a los que unas veces llamamos actores, otros personajes y así sucesivamente.

Se describe como al modelo canónico de la mediación cognitiva, a los datos de referencia incluidos en el producto comunicativo que mencionan a determinados Sujetos concernidos de una u otra forma por el acontecer, que asumen la función de Personajes del relato. Cada personaje desempeña uno o varios roles o papeles, en su relación con los otros y en su relación con el entorno. El Sujeto, tanto del acontecer como de la interacción comunicativa y del propio relato, es el Actor. El análisis de los actores es la vía para penetrar en la estructura de la narración y al tiempo para identificar quiénes son los individuos concernidos por lo que sucede y por la noticia que se da de lo que acontece.

El Actor es el objeto de referencia que en la narración permite relacionar tres planos: el de la acción (en su condición de Agente que interviene en el acontecer); en el plano de la comunicación ( en su condición de Comunicante productor o usuario de información), y la propia estructura de la narración (en su condición de Personaje mencionado en el relato).

Todo actor del acontecer es mencionada en la narración por un personaje que lo designa. El conjunto de los personajes que aparecen en un relato guarda entre sí relaciones narrativas, distinguibles de las que se mantienen a nivel del acontecer por los propios actores a quienes representan.

Si se quieren existen funciones accionales (de los actores del acontecer) de las que el relator da (o no da) cuenta recurriendo a las funciones narrativas (de los personajes del relato).

El personaje, en el desempeño de cada rol<sup>23</sup>, puede y suele estar descrito con determinados atributos (físicos, sociales, morales, etc.). Los personajes persiguen un repertorio más o menos amplio de objetivos de todo tipo (personales, grupales, materiales, inmateriales, etc.). El rol es una vieja categoría que procede de la sociología de Comte y a través del funcionalismo de Durkheim ha pasado a ser elemento definitorio de la sociología estructural-funcional. Cuando se reduce la acción de los sujetos sociales al desempeño de sus roles se tiene una concepción reificada de los comportamientos y de las prácticas sociales. Pero sucede que esa reificación es la que precisamente existe en las narraciones de los MCM, donde los personajes se resuelven en un ramillete de roles.

Si se pretende sacar a la luz una práctica narrativa enajenadora que se basa en la rolificación, es obligado que los sujetos de análisis sean los roles y no los Actores sociales reales que en ellos se reifican. Con el fin de alcanzar esos objetivos, tienen que establecer relaciones con otros personajes, que se expresan como interacciones que se traducen en actos de cualquier clase, los cuales recurren a determinados instrumentos. El comportamiento del personaje, en conexión con los ajenos comportamientos igualmente descritos en el relato, puede concluir con el logro o el fracaso de sus objetivos. Esa conducta puede estar sancionada con aprobaciones o desaprobaciones explícitas en el relato, que indican la existencia de controles y de Controladores, y de normas para pautar la forma en la que el personaje desempeña el rol.

Los roles son las funciones de los actores en su medio social, que les asigna el relator. La atribución de roles es el proceder narrativo mediante el cual la mediación cognitiva se deja penetrar más profundamente por la afectación de la sociedad que describe. De hecho, la unidad de la acción, tal como se presenta en el relato de los MCM, no reside en el actor, sino en el rol.

El relato puede indicar cuál es el actor o actores de la comunicación que han elaborado el relato (Emisores) y para quién o para quiénes ha sido producido (Receptores).

---

<sup>23</sup> El “rol” es la unidad que se ha utilizado para descomponer los relatos.

### **1.4.3 DISEÑO DEL ANÁLISIS DE LA RITUALIZACIÓN (Mediación Estructural).**

El Análisis Formal, o si se prefiere, el análisis material y formal de las expresiones y de los productos comunicativos investiga la manera en la que el mediador realiza su trabajo de ritualización, dando noticia del acontecer en los marcos prescritos por el diseño de utilización del espacio y/o del tiempo comunicativo.

De acuerdo a esta definición, se presenta el siguiente modelo de la mediación estructural, en donde las expresiones son diferenciables según la naturaleza tecnológica del medio.

Las características tecnológicas del medio de comunicación que se utiliza para la captación y transmisión de los datos de referencia, es la primera determinación que afecta a la naturaleza de esos datos.

Desde el punto de vista de los signos que pueden proporcionar para que el receptor elabore los datos de referencia, cabe separar los medios abstractos de los icónicos. Son medios abstractos aquellos que comunican mediante signos cuya forma no se parece a la forma del referente. Los más importantes emplean la palabra escrita o hablada.

Desde el punto de vista del tiempo que transcurre desde que algo acontece hasta que puedan dar noticia de lo acontecido, los medios pueden dividirse en acrónicos y sincrónicos.

Son medios acrónicos aquellos que por su naturaleza o por su uso, comunican su mensaje mediando un lapso de tiempo largo respecto al momento en el que existió o sucedió algo. Entre los media abstractos es acrónico por naturaleza el libro y el uso de la radio. Entre los media icónicos, es acrónico por naturaleza el cine, lo mismo que la prensa y las revistas ilustradas. Se usa acrónicamente la televisión cuando se difunde un reportaje de archivo.

Son media sincrónicos aquellos que pueden comunicar su mensaje simultáneo con la existencia temporal del referente. Entre los media abstractos, se puede utilizar la radio de manera sincrónica. Entre los media icónicos, cabe usar la televisión para mostrar el acontecer en el momento en que aquél se produce. Por lo que los media que al mismo tiempo son sincrónicos e icónicos, son denominados media index.

La diferencia existente entre los media abstractos y los media icónicos se refleja, desde el punto de vista de la comunicación, en la naturaleza de los códigos respectivos.

Un media abstracto sólo puede comunicar haciendo uso de un código social particular, compartido por los emisores y los receptores. Los media icónicos, potencialmente pueden comunicar remitiendo a los códigos sociales generales. En la Televisión las expresiones pueden manifestarse en imágenes sincrónicas respecto al acontecer o diacrónicas, estáticas o dinámicas, dibujadas o en imagen real, acompañadas o no de otras expresiones abstractas introducidas por un texto hablado y escrito. En la televisión, se mide con el tiempo destinado a cada producto comunicativo, y se comprueba la ubicación del relato en la posición horaria, discriminada en función de la composición de las audiencias. También se controla el género bajo el cual aparece etiquetado el relato (por ejemplo, sucesos, vida cultural).

## **1.5 UNIDADES DE ANÁLISIS DE LAS MEDIACIONES.**

Cuando un mediador explicita en una narración alguna visión de la realidad, esa imagen del mundo podría referirse a todo lo que puede ser nombrado; denotar (la denotación de la imagen surgen de la descripción de aquellos objetos o personas que objetivamente están presentes; todos los elementos que podemos nombrar con sus características) y connotar (son las sugerencias, las asociaciones que la imagen propicia dentro de un contexto cultural específico; son las ideas que surgen a partir de lo observado) de cada entidad todo lo que puede ser diferenciado; expresarse de toda forma en la que algo pueda ser indicado. El posible repertorio de imágenes del mundo resulta en principio indefinido. Sin embargo en la práctica de la comunicación pública cada comunidad o grupo social produce y reproduce en sus relatos una variedad limitada de representaciones de la realidad. Cuando se compara la producción comunicativa de sociedades separadas en el espacio, en el tiempo o en el nivel de evolución, tales representaciones en ocasiones son semejantes, en ocasiones son visiones del mundo que sólo tienen difusión en el seno de cada comunidad.

Las visiones del mundo alternativas que se ofrecen en la comunicación pública pueden considerarse como la expresión de representaciones colectivas que se han objetivado en un producto comunicativo. Toda visión del mundo que aparezca en toda comunicación pública tiene por objeto interpretar lo que sobreviene o puede sobrevenirle a la comunidad como consecuencia de la transformación del entorno. Esa interpretación del acontecer está determinada a coorientar la acción social de los miembros del grupo. Precisamente por eso, también las representaciones de lo que sucede que propongan los Mediadores, tendrán que poseer los rasgos de reconocibilidad, generalidad, estabilidad que caracteriza a las representaciones colectivas.

En la narración de la comunicación pública, las representaciones tienen que dar cabida tanto al universo de los principios compartidos como al universo de los acontecimientos que afronta la comunidad.



El mediador se enfrenta con la tarea de sugerir una interpretación socialmente aceptable de lo que acontece entre el repertorio de las representaciones del mundo que posee el grupo. O lo que es el equivalente: el mediador trata de encontrar en lo que acontece una demostración de que determinada concepción de la realidad, que se acepta o que se tolera en la comunidad, sigue siendo válida en circunstancias concretas.

La Producción Social de Comunicación ofrece la perspectiva y una sistemática específica para la investigación de las relaciones entre sociedad y comunicación, llamada Teoría Social de la Comunicación; dicha teoría, funda su existencia en las interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad. Es necesario que la producción social de la información pública se pueda ver afectada por el cambio social y que a su vez le afecte.

La Producción Social de Comunicación aparece, a la luz de estas reflexiones, como una actividad destinada a reproducir y producir una clase de representaciones sociales adecuadas para enfrentarse con el cambio de las condiciones objetivas que afronta la comunidad, manteniendo la validez de los principios más universales en los que se apoya la vida en común.

En líneas anteriores, se han presentado modelos para llevar a cabo el análisis de la selección del acontecer público, de la mediación cognitiva y de la mediación estructural. Esos diseños, deben de servir para captar las correspondencias que existen entre las prácticas referenciales, representativas y expresivas que concurren en la elaboración de los productos comunicativos. Para ello se precisa establecer cuáles son las unidades de análisis mínimas en las que pueden identificarse tales prácticas.

La comunicación pública presenta muchas modalidades, ya que se expresa de palabra, por escrito, en imágenes estáticas, etcétera. Adopta variantes tan distintas como el editorial, la crónica de sucesos, la novela por capítulos, capítulos de una serie de dibujos animados (en este caso a Los Simpson). Todo esto hace que se requiera de un criterio, específicamente destinado al estudio de la producción social de comunicación, que permita comparar estos materiales tan diversos. Por lo cual, se pone de manifiesto la necesidad de encontrar una unidad universal de análisis.

El Relato, es la unidad que puede ser empleada para descomponer productos comunicativos. El término “relato” aclara por su origen etimológico que se utilizó para designar el desarrollo de una producción comunicativa oral. Luego sirvió para identificar narraciones escritas.

Desde que aparecen los medios audiovisuales, el término también se viene empleando para referirse a las nuevas modalidades narrativas. Así se dice por ejemplo, “relato cinematográfico” o “relato icónico”.

Para la investigación de usos y funciones sociales que tienen los productos comunicativos, se trabaja con la unidad denominada “Tema”, la cual es la unidad de análisis en la que cabe identificar una práctica mediadora, permitiendo comparar las mediaciones y no solamente las narraciones.

Cada tema pone en relación dos tipos de información, diferenciables en razón de las presuposiciones, implícitas o explícitas, que introduce el Mediador:

- (a) Información que se presenta como pertinente para identificar la existencia de las entidades; y/o describir su estado; y/o lo que les acontece.
- (b) Información que se introduce como pertinente para interpretar la existencia de las entidades; y/o sus estados; y/o lo que les acontece.

La operación mediadora consiste precisamente en distinguir y establecer una conexión entre qué es lo que viene dado (a) y por tanto se describe como algo que pertenece a la SITUACIÓN de referencia. Y qué es lo que queda supuesto (b) y por lo tanto se da por sabido que pertenece a los PRINCIPIOS de evaluación de la situación.<sup>24</sup>

- (a) AL PLANO DE LA SITUACIÓN de referencia a propósito de lo que se comunica. Pertenece a cualquier emergente (cosa, objeto, suceso, observación, idea, norma, comportamiento, relación, etc.). Emergente que por su existencia o inexistencia, su presencia o ausencia, su transformación o permanencia, afecta o puede afectar a toda la comunidad, o bien a alguno o algunos de sus miembros.
- (b) AL PLANO DE LOS PRINCIPIOS de evaluación de la situación de referencia a propósito de la que se comunica. Pertenece cualquier constancia (norma, aspiración, idea, modos establecidos de ser, de aparecer, de reaccionar, de hacer, de utilizar, de comportarse, de relacionarse; sean las cosas, los objetos, los sucesos, los seres vivos, las organizaciones, instituciones, las personas o colectividades, etc.). Constancias que por su pertenencia o su no-pertenencia, su vigencia o no-vigencia, le permiten al mediador evaluar lo que acontece como bueno o malo, legítimo o ilegítimo, conveniente o inconveniente, verdadero o falso, general o particular, normal o excepcional, importante o intrascendente, etc.

El término “constancia” designa todo lo que presupone como re-concebible por el grupo o por algunos de sus miembros. La definición técnica de constancia, incluye a todo significado que le pueda ser atribuido a cualquier emergente y que resulte inteligible para los miembros de la sociedad.

---

<sup>24</sup> MARTÍN Serrano, Manuel, La Producción Social de la Comunicación, Pág. 152.

Los temas son las unidades más elementales en las que cabe descomponer las visiones del mundo, a un nivel en la que todavía se puede reconocer una interpretación del acontecer dotada de sentido social. Lo que acontece adquiere sentido social cuando se describe la SITUACIÓN de manera tal que pueda ser interpretada en relación con algún PRINCIPIO reconocible por los Comunicantes (aunque ese patrón de evaluación o la propia evaluación no sean necesariamente asumidas por todos).

El Tema es el resultado de una mediación que puede operar de alguna de estas dos maneras:

- El Relator indica si un cambio (o una persistencia) de una SITUACIÓN tiene (o no tiene) consecuencias para la vigencia (u obsolescencias) de algún PRINCIPIO.
- El Relator indica si la transformación (o el mantenimiento) de algún PRINCIPIO, tiene (o no tiene) consecuencias que cambien (o mantengan) la SITUACIÓN.

En cualquier caso, para identificar los temas hay que proceder a aislar:

- a) Los objetos de referencia de la comunicación, ya que a partir de la identificación de éstos, se puede estudiar la participación del medio (Modelo canónico de la producción del acontecer público).
- b) Los datos de referencia que proporciona el mediador a propósito de dichos objetos, se puede analizar la Mediación Cognitiva.
- c) El tratamiento expresivo de los objetos y de los datos o presentación material que muestra el producto comunicativo, se puede reconocer la Mediación Estructural.<sup>25</sup>

Esta preparación de los productos comunicativos sirve tanto para reconocer las unidades de mediación (los temas) como para analizar las prácticas mediadoras (producción del acontecer público, mediación cognitiva y estructural).

---

<sup>25</sup> Ibidem, Pág. 155.

La importancia de la Mediación dentro de los MCM, no sólo se centra en el control o el cambio en el orden que impera, como lo menciona Manuel Martín Serrano, sino que los MCM si bien ponen límites al difundir información mediada, también proponen representaciones de su propia interpretación de lo que acontece en el mundo, es decir, que los medios no sólo mitifican y ritualizan para preservar el orden o la concepción del mundo, sino que ofrecen mediante representaciones del acontecer diario, concepciones del mundo que no están exactamente a favor del status quo y que tienden más bien a elaborar y difundir informaciones que los critican o cuestionan, sin dejar de lado al entretenimiento, que también lo hace.

El tipo de mediación que se da en cada sociedad es distinta y obedece a fines específicos, pero lo más importante es que el tipo de mediación que se permita en cada sociedad, es el principal indicador para representar su realidad.

## **1.6 LOS ACTORES DE LA COMUNICACIÓN.**

He indicado que los Actores, se designan indistintamente a quien hace cosas, a quien dice cosas y de quien se dice las cosas que hace o dice. Existe un universo de los actos, por lo que aquellas actuaciones comunicativas que son propias de la comunicación pública, se encuentran interacciones comunicativas institucionalizadas en las cuales existe la mediación de un producto comunicativo.

1° Actores Agentes: Modifican el ecosistema con un comportamiento ejecutivo y/o expresivo; en el segundo caso, si el recurso a la producción institucionalizada de comunicación. Igualmente son Actores Agentes los sujetos que se ven implicados en las modificaciones que se generan por estas actuaciones.

2° Actores Comunicantes que se sirven de Productos Comunicativos: Modifican el ecosistema con un comportamiento expresivo que requiere el recurso a la producción institucionalizada de comunicación. Igualmente son Actores Comunicantes a través de Sistemas Institucionales de Comunicación los sujetos que se exponen a ser afectados por esta forma de actuación, por lo que también se llaman Comunicantes.

El receptor que lee, oye o ve un relato va a encontrar mencionados a determinados actores, en ocasiones señalados como Agentes, en ocasiones indicados como Comunicantes. Suponiendo que el relato sea la única noticia que el receptor tiene de las personas referenciadas, cualquier cualidad del actor de carne y hueso se le releva al usuario del relato como atributo de un personaje: es decir, como la caracterización de una clase ideal de actor que participa en la trama. Precisamente el relato del acontecer se caracteriza porque transforma a los Agentes y a los Comunicantes en Personajes.

La condición de personajes se adquiere por el hecho de actuar en el entorno, aunque lo que allí se dice que dicen o que hacen los Personajes tenga por objeto dar noticia de lo que hacen o expresan Agentes y Comunicantes.

### 1.6.1 LAS FUNCIONES DE LOS ACTORES.<sup>26</sup>

A) Para las necesidades que plantea un estudio de los relatos, es conveniente distinguir entre las funciones de los Actores Agentes:

- Agonistas: Agentes que en una interacción o bien tienen la iniciativa de la acción social (Protagonistas o Antagonistas) o bien cooperan con otros (Comparsas).
  - Los Protagonistas se diferencian de los Antagonistas según que actúen a favor o en contra del grupo con el que se va a identificar el Mediador.
  - Los Comparsas se distinguen según actúen en la órbita de un Protagonista o Antagonista.
- Testigos: Agentes que presencian el desarrollo de los acontecimientos sin implicarse ni participar en ellos y sin verse afectados por sus consecuencias.
- Afectados: Agentes que no participan activamente en los acontecimientos, pero que se ven concernidos por sus consecuencias.
- Interventores: Agentes que se sirven de las interacciones de los otros para alcanzar sus fines. Pueden actuar (indistinta, simultáneamente) sobre las interacciones de los Agentes y sobre las de los Comunicantes.

B) Funciones de los Actores Comunicantes:

En la comunicación pública la categoría más general que permite incluir a todos los responsables del relato no es el Emisor, sino el Mediador:

- Mediador: Todo actor que participa, en todo o en parte, en la selección, organización, evaluación de la información que se le ofrece a Otro en un producto comunicativo. En los MCM esas tareas suelen estar distribuidas o compartidas entre varios Mediadores.

---

<sup>26</sup> Las Funciones de los Actores en cada Nivel de Actuación en MARTÍN Serrano, Manuel, **La Producción Social de la Comunicación**, Pág. 229.

- Redactores: Emisores que intervienen, en todo o en parte, en algunos de los procesos relacionados con la mediación cognitiva.
- Realizadores: Emisores que intervienen, en todo o en parte, en algunos de los procesos relacionados con la mediación estructural.
- Emisores Fuentes: Quienes intervienen, en todo o en parte, en la selección del acontecer público y/o en la selección de los datos de referencia, sean o no Emisores Profesionales.

Para designar a los consumidores de los productos comunicativos se mantiene la denominación más usual en la literatura especializada:

- Receptores: Quienes efectivamente llegan a conocer y en su caso a utilizar el producto comunicativo.

### C) Funciones de los Actores Personajes del Relato:

- Intérpretes: Personajes representativos de los sujetos que, según el relato, intervienen activamente en lo que acontece. Los intérpretes se diferencian, según la preeminencia que les confiere el relato, en Líderes y Ayudantes:
  - Los Líderes (Héroes y Antihéroes) tienen la iniciativa de la trama y se distinguen entre sí según donde sitúe su punto de vista etnocéntrico el Mediador.
  - Los Ayudantes pueden asumir en el relato tres funciones: como Cooperantes de un líder intervienen directamente en las mismas acciones; como Mandatarios ejecutan los encargos de los líderes; en cuanto a Auxiliares proveen de medios a los Héroes y Antihéroes.
- Espectadores: Personajes representativos de los sujetos presentados como testigos de lo que sucede en el ámbito de la interacción social y/o comunicativa. Se diferencian dos clases:
  - Espectadores del Acontecer: Personajes referidos a sujetos a quienes el relato les atribuye el conocimiento directo de lo que acontece, pero a quienes no se les involucra en lo que acontece.
  - Espectadores de la Comunicación: Personajes designativos de quienes según el relato conocen los actos que llevan a cabo los Comunicantes, sin involucrarse en el proceso comunicativo.

- Relatores: Personajes representativos de sujetos presentados como informantes de lo que acontece en el Sistema Social o como autores del propio relato. Ambas funciones (bien simultánea o alternativamente) permiten distinguir los siguientes tipos de Personajes Relatores:
  - Relatores del Acontecer: Corresponde a los Personajes referidos a sujetos de quienes se dice que han proporcionado información sobre lo que acontece.
  - Relatores de la Comunicación: Personajes que designan a quienes se les tribuye, en todo o en parte, la elaboración del producto comunicativo.

Todos los mediadores identificados en el relato son clasificados, por definición, como Personajes Relatores de la comunicación, sin perjuicio de las otras funciones que les atribuye el relato.

- Destinatarios: Con estos Personajes el relato presenta a determinados sujetos como Afectados por lo que sucede en el ámbito de la acción social o como Receptores en el ámbito de la comunicación social. Se distinguen dos tipos:
  - Destinatarios de la Acción: Los Personajes que designan a quienes el relato les atribuye el papel de beneficiarios o damnificados por los actos de los Agentes.
  - Destinatarios de la Comunicación: Los Personajes representativos de quienes se dice que son los Receptores a quienes les está designado el producto comunicativo.
- Controladores: Los Personajes que corresponden a quienes, según el relato, intervienen en el proceso de interacción social y comunicativa. Se establecen dos categorías:
  - Controladores de la Acción: Personajes referidos a quienes el relato indica que se sirven de los otros Agentes para controlar cómo suceden las cosas.
  - Controladores de la Comunicación: Personajes que representan a quienes se dice que se sirven de los Comunicantes para controlar la interacción comunicativa.

El modelo que se ha propuesto distingue tres diferentes funciones, que pueden desempeñar los personajes mencionados en el producto comunicativo; funciones relativas a la pasión; referidas a la acción y correspondientes a la información.

a) Los Destinatarios (Actores de la pasión)

Los destinatarios de la acción son los personajes que se refieren a los Afectados: actores que, presentes o no en el teatro de los acontecimientos, el relato señala como beneficiarios o perjudicados por lo que acontece o por lo que los otros actores hacen. La existencia de Destinatarios sirve habitualmente para justificar el comportamiento de los otros personajes.

b) Los Intérpretes Principales (Actores de la Acción)

Son los personajes que asumen la función de héroes o de antihéroes en el relato de la acción que se narra.

En los MCM los héroes son la categoría más numerosa; incluso más abundante que los Comparsas y Testigos. En cambio, los Antihéroes, son relativamente escasos.

c) Ayudantes (Intérpretes secundarios de la acción)

Entre los ayudantes se distingue a los Cooperantes, los Mandatarios y Auxiliares. Existe un grupo que colabora con el Héroe y otro que lo hace con el Antihéroe.

En los MCM el séquito de Colaboradores, Cómplices, Animadores del Héroe suele ser más numeroso que el del Antihéroe. El volumen de ayudantes que emplea el Héroe para alcanzar sus objetivos está en relación con la representatividad institucional que asume el actor a quien se le atribuye el protagonismo de la acción.

d) Observadores (Actores de la Información)

Se incluyen en este grupo a los Relatores y a los Espectadores. Los relatores del acontecer son los personajes narradores, presentados como conocedores directos o indirectos de lo que ocurre. Los Espectadores son personajes caracterizados por ser meros testigos de lo que acontece.

El número de Observadores de los que hay constancia en el relato de los MCM es inferior al de Intérpretes, Protagonistas y Comparsas. La inclusión o exclusión en el relato de personajes en el papel de observadores directos no es el reflejo automático de su presencia en los hechos.



## 1.6.2 DESCRIPCIÓN DE LOS ACTORES.

Nuestra cultura concibe que los agentes encarnan un destino en el drama de la acción social: por eso es posible que puedan describirse sus actos recurriendo a las funciones estereotipadas que cumplen los personajes en el relato.

En la Televisión la mera presencia en imágenes del actor que representa el Personaje supone una manifestación más o menos intencionada de sus rasgos físicos, y para el receptor sensible, un viso de sus rasgos de personalidad.

La identificación de los personajes, se da con la atribución al sexo, ya que en la televisión suele ser posible identificar el sexo del actor que encarna el personaje a partir de los datos implícitos.

Los datos muestran que existen pautas en el relato, utilizadas para señalar que a los hombres y a las mujeres les conciernen funciones distintas:

1º La mención expresa al sexo (tanto masculino como femenino) aparece cuando se subraya el papel protagonista (es decir, de bueno) que tiene el actor con la acción; o bien cuando se quiere recalcar que el Personaje Destinatario designa a un beneficiario de la acción (Afectado).

2º Los Prototipos (Héroes y sus Cooperantes) de quienes se subraya explícitamente el sexo representan a agentes que actúan en ámbitos diferentes según que sean hombres o mujeres. La condición de varón se menciona cuando los Prototipos cumplen funciones situadas en el ámbito político, y que hacen referencia a la vida social activa (por ejemplo, puestos de trabajo donde se toman decisiones). La condición de mujer se indica cuando el Prototipo desempeña funciones situadas en el ámbito privado.

3º La mención al sexo del personaje beneficiario del afán de los otros (Destinatario) también depende del ámbito en el que esté incluida la acción. Cuando la acción que se describe en el relato tiene efectos públicos, se subraya la condición masculina del Destinatario, cuando tiene efectos privados, se hace constatar su condición femenina.

La mención del sexo se reserva con más frecuencia para los personajes que representan al individuo que desempeña tareas socialmente bien evaluadas. La discriminación sexual (en el ámbito de la mención de uno u otro sexo, en unas u otras funciones) generalmente es indicativo de la división técnica entre hombres y mujeres.

La atribución de la edad<sup>27</sup>, en el medio de la televisión, suele indicarse expresamente cuando está en la madurez y acostumbra a silenciarse cuando es un joven o un anciano.

La referencia a las cualidades físicas del actor que encarna el personaje es poco corriente: depende del rol que tiene asignado. La ausencia de datos sobre el físico de los actores a la hora de diferenciar sus roles es un rasgo muy característico de la comunicación que se refiere a la marcha de los asuntos públicos. En cambio los temas privados suelen generar una mayor atención de los medios de comunicación al aspecto del actor que asume el personaje.

Por último, en los MCM es mucho más abundante la atribución de cualidades morales que de cualidades físicas a los actores que desempeñan los roles. Las menciones expresas a rasgos morales son relativamente menos frecuentes en la descripción de los actores que intervienen en ámbitos sociopolíticos.

---

<sup>27</sup> La edad se analiza según las etapas biológicas (y no según los años). Los Personajes se diferencian en niños, jóvenes, adultos, maduros, ancianos.

## **2.1 ANTECEDENTES DE LOS DIBUJOS ANIMADOS.**

En este segundo capítulo se desarrolla el contexto histórico que aborda el inicio y desarrollo de los dibujos animados, antes de la aparición de Los Simpson y hasta el surgimiento de ellos. Este capítulo permite ubicar las características generales y el desarrollo histórico de esta forma de comunicación llamada animación.

Con el fin de contextualizar el tema de Los Simpson, es necesario hablar de los antecedentes de los primeros dibujos animados y de los principales modelos de familias que ha habido, ya que gran parte de lo que hoy son Los Simpson, es gracias a toda esta influencia.

Por otro lado antes de pasar de lleno a Los Simpson, se hace mención de cuando las caricaturas dejaron de ser tan blancas e inocentes.

La historia de Los Simpson, se ubica en cinco puntos, incluyendo el anterior, de acuerdo con los momentos más importantes que ha tenido esta serie, desde su creador Matt Groening, ya que poco se sabe de él, antes de que hiciera su famosa familia amarilla, el surgimiento en los Estados Unidos, su llegada a México y los más de diez años de trayectoria, como programa.

**Las caricaturas animan casi cinco generaciones.  
99 años de hacer vivir en la hermosa fantasía.**

Los cartoons, dibujos animados o caricaturas, como las conocemos comúnmente, se hallan tan inmersos en la cultura popular que más de cinco generaciones en nuestro país, han hecho suyos a los personajes surgidos de la fantasía o de la realidad, convirtiéndose así en parte fundamental de la vida de los niños, de los papás de los niños, de los papás de los papás de los niños y sucesivamente de generación en generación, transmitiéndose a través de la televisión, momentos de alegría, aventuras, emoción e incluso también de violencia, hasta mezclarse con los elementos necesarios que puedan finalmente crear mundos de magia, misterio y seducción.

Lo que conocemos en la actualidad como animar, es dar vida a lo que no la tiene, sean dibujos, modelos u objetos: el primer tipo, los dibujos animados, ha predominado y caracterizado al género durante mucho tiempo. Sin embargo, el redescubrimiento de técnicas parcialmente olvidadas (como el Stop Motion y la Claymation) así como la reciente popularidad de la animación por computadora, han demostrado que en este género nada es predecible.



Marionetas y Dibujos

El origen de la animación puede remontarse hasta 1830, cuando aparecieron los primeros “Juguetes Ópticos”. Dichos dispositivos generaban ilusión de imágenes en movimiento: los más conocidos fueron el Fenaquitoscopio (un disco giratorio que tenía figuras dibujadas en el centro) y el Zootropo (en el cual las figuras colocadas en el interior de un cilindro, eran vistas a través de ranuras hechas en la circunferencia exterior). Dichos “juguetes” fueron el origen de la cinematografía de “acción viva” y de la animación, dependiendo si las figuras colocadas en ellos eran fotos o dibujos. En el caso de la animación, se descubrió que no era necesario dibujar y fotografiar en película absolutamente todos los movimientos de un personaje, ya que el ojo humano, al observar las imágenes a cierta velocidad, “completa” los pasos que faltan y percibe una acción completa (gracias al fenómeno conocido como “Persistencia de la Visión”).

Poco antes de que iniciara el siglo XX, también apareció la fotografía por Stop Motion. Georges Méliés, el mago del cine, fotografiaba miniaturas y modelos cuadro a cuadro, modificando ligeramente su posición en cada uno: el movimiento “surgía”, cuando la película se proyectaba a velocidad normal. Méliés empleó al Stop Motion para crear sus famosos efectos especiales, pero la técnica y la idea serían aprovechada por muchos cineastas. El principal sería el ruso Ladislav Starevich, en 1910. La mayoría de sus cortometrajes duraban alrededor de 15 minutos, y mostraban marionetas de animales y juguetes en movimiento. Incluso para los estándares actuales, su trabajo es técnicamente sorprendente: no se veían los alambres, era capaz de incluir los efectos luminosos y de presentar varios personajes a cuadro.

### **2.1.1 EL COMIENZO (1900-1940)**

Según relata Juan Carlos Pérez, estudioso de la historia de las caricaturas o cartoons, “Antes de que apareciera la televisión, las caricaturas formaban parte de las matinés que se proyectaban en las viejas salas de cine, siendo el cortometraje “Fases Humorosas de Caras Graciosas” realizado por Stuart Blackton en 1907, básicamente estaba diseñado con dibujos pintados sobre un pizarrón, sobre el cual se hacían diferentes tomas a fin de recrear diversos movimientos o pasajes.”<sup>28</sup> El cortometraje antes mencionado, es considerado como “el primer dibujo animado” y definió qué características distinguirían a la animación como género. Básicamente, brindaba al realizador la posibilidad de crear sus propias leyes físicas y temporales, que podían ser tan realistas o tan fantásticas como deseara.

El potencial de narrar historias que carecían de límites, volvió muy atractiva la animación, tanto para cineastas como para el público, y Estados Unidos pronto se convertiría en el país con mayor número de producciones.

---

<sup>28</sup> Entrevista con **PÉREZ Zárate, Juan Carlos**, Investigador de la UNAM, en la Historia de los Dibujos Animados.

En un inicio se adaptaban tiras cómicas, y por ello es lógico que fuera un dibujante de cómics quien creara el primer personaje animado.

Windsor Mckay era diseñador de profesión y dibujante de cómics, le atraía la posibilidad de dar vida a sus personajes a través del cine, pero primero necesitaba experimentar, así que en 1909 crea la “Animación Híbrida”, que es el término que se emplea para designar aquellas películas donde un dibujo animado y una persona real comparten el mismo plano, como en “Space Jam” o en “¿Quién engañó a Rogger Rabbit?”. Para 1914, menciona Pérez Zárate que Mckay presentó el filme “Gertie el Dinosaurio”, que fue esbozando lo que serían los dibujos animados a futuro.

Para 1919, época en que las cintas aún eran mudas y en blanco y negro, Pat Sullivan y Otto Mesmer, introdujeron el sin sentido del género al crear a “Félix el Gato”. “La fama del minino –relata el investigador- sólo era equiparable a la de su colega cinematográfico de carne y hueso, Charles Chaplin.”<sup>29</sup>

En aquella época, la animación no era para niños, sino que debía entretener a los adultos, ya que siempre se proyectaba un corto antes de la película de la noche, y tampoco existían censores que decidieran lo que se veía y lo que no (noción que hasta ahora, se está recuperando). Comenzaba la era de los grandes personajes.

Ante el trabajo de Mckay, muchos realizadores decidieron crear sus propias animaciones híbridas. Una de las compañías productoras fue Laugh-O-Gram Films, en donde trabajaban dos jóvenes artistas llamados Ubi Iwerks y Walt Disney. Este último realizó una serie de cintas en las cuales introducía a una niña llamada Alice al irreal mundo de los dibujos animados. La primera de las películas, apropiadamente, se llamaba “El País de las Maravillas de Alice”.

En poco tiempo Laugh-O-Gram tuvo competencia. Los hermanos Max y Dave Fleischer creativos hollywoodenses, inspirados por el trabajo de McKay decidieron realizar sus propias cintas. Ambos eran inventores y su primer objetivo fue obtener una animación más realista. Para lograrlo inventaron el Rotoscopio: una cámara que permitía dibujar, casi calcando, cuadro a cuadro los movimientos de una persona previamente filmada. El impacto de movimientos tan complejos fue todavía mayor cuando los combinaron con animación híbrida.

Los hermanos Fleischer, se lanzaron a la aventura, innovando con un personaje controvertido y polémico, la simpática y sensual Betty Boop, personaje cuyos movimientos, ojos “cachondos” y pronunciadas curvas, hicieron que alcanzara un éxito sin igual; esta atractiva y encantadora chica se mantuvo vigente a lo largo de muchos años.

---

<sup>29</sup> Ibidem.

En esta época, los estudios de animación desaparecían con la misma velocidad con la que surgían, y Laugh-O-Gram no fue la excepción. Entonces Walt Disney creó al personaje que cambiaría la historia de la animación. La leyenda de Mickey Mouse surgió gracias a los dos factores: el diseño de Iwerks y la aparición del cine sonoro.



Walt Disney no fue el primero en combinar animación y sonido, ya que Los Fleischer iniciaron los experimentos en 1924, pero su invento (que incorporaba sincronía labial, o lip-sync) había sido catalogado como poco viable.

Disney comprendió que el cine mudo, estaba a punto de ser historia, y por ello, en 1928, el mundo conoció a Mickey Mouse en "Steamboat Willie", escuchando sus silbidos, la música coordinada con la acción en pantalla y los primeros efectos de sonido, donde el mismísimo Walt Disney prestó su voz al

pequeño, popular y carismático ratón, por lo que fue considerado como "El Primer Filme Animado con Sonido". La música y la animación se unirían en definitiva a partir del año siguiente.

En 1932, se presentó "Flores y Árboles", la primera animación en Technicolor. Nuevamente, Disney fue el encargado de innovar el género y por eso, se ganó un premio Oscar. Los Fleischer, en respuesta, añadieron technicolor a un corto de su estrella Betty Boop ("Pobre Cenicienta"), pero con un sistema que daba una apariencia tridimensional a los fondos. Dicho sistema, que se empleó únicamente en dicho estudio y se perdió después, consistía en construir un diorama con el escenario y, frente a él, suspender y fotografiar los acetatos con los personajes, y el fondo, con el decorado en movimiento.

El proyecto que angustiaba a Disney y a sus acreedores, fue presentado en 1938: se trataba del primer largometraje de dibujos animados. Todo lo que se había experimentado durante años (sonido sincronizado, color, cámara multiplana y efectos luminosos) luciría en todo su esplendor durante el estreno mundial de "Blancanieves y los Siete Enanos", considerada en su tiempo como "un cuento de hadas para adultos".

"Blancanieves" impuso a Disney como un estándar para todos los animadores, sin importar al estudio al que pertenecieran, ya que estableció que todo cortometraje animado debía incorporar características del largometraje musical.

El otro gran experimento de Disney data de 1940 y se llama “Fantasía”, la cual fue rescatada por generaciones posteriores y aclamada como la obra de arte que es en la actualidad.

Durante la década de los cuarenta, muchos estudios pequeños (incluyendo al de Los Fleischer) cerraron sus puertas. Por una parte, estaba la competencia con Disney, por la otra, la Segunda Guerra Mundial. Disney subsistió al ofrecer los derechos de sus personajes y se dio el lujo de continuar experimentando con animación híbrida. Después de la Guerra, los largometrajes regresaron, pero en esta ocasión el estudio se enfrentaría a otro tipo de competencia, la cual, es la reacción contra su estilo sentimentalista y la llegada de la televisión.

### **2.1.2 LA LLEGADA DE LA PANTALLA CHICA (1940-1950)**

Muchos personajes ya conocidos, tuvieron que adaptarse a las nuevas exigencias de la época con la llegada de la televisión que, a diferencia del cine, se volvía más estricta y limitante en cuanto a tiempos y espacios; sin embargo, las caricaturas pudieron superar esta prueba de fuego y mostraron con ello, que definitivamente habían llegado para quedarse.

Fue así como surgió uno de los grandes clásicos en el mundo de los dibujos animados, Tom y Jerry, al mismo tiempo MGM presentaban con mucho éxito al perrito Droopy, mientras que los productores Ben Hardaway y Carl Dalton daban vida a un irónico personaje que en 1940 hizo su debut como una liebre y tiempo después, rediseñado por Chuck Jones, haría su presentación estelar como Bugs Bunny, el éxito de este conejo fue tal, que terminó por convertirse en la insignia oficial de los Looney Toones, o sea, de las caricaturas de los estudios Warner Bros.



Originalmente creados para el cine, los Looney Tunes hicieron historia en la Tele.



La unidad de animación de la Warner Brothers no era nueva, en realidad había aparecido en 1934, con la integración de dos compañías pequeñas que competían con Disney y que se llamaban “Looney Tunes” y “Merry Melodies”, conocidas en México como Fantasías Animadas de Ayer y Hoy, nombres que se conservan hasta el día de hoy. Al surgir WB, se contrató a varios animadores, entre los que destacaban Bob Clampett, Chuck Jones, Friz Freleng y Tex Avery, a quienes se les debe la personalidad del estudio. Aunque últimamente se pueden ver las producciones de WB en la televisión, personajes como Bugs Bunny, Porky, El Coyote y el Correcaminos, y el Pato Lucas originalmente pertenecían al mundo del cine. Su misión fue romper con todo lo que Disney simbolizaba.

Los cortos de WB eran visualmente muy sencillos, con líneas simples y colores enteros. La animación dejó de retratar la realidad para recuperar su propio mundo, donde no existen reglas y todo, absolutamente todo, es posible. El triunfo de los personajes, en especial el de Bugs Bunny (una inteligente liebre, que se burla lo mismo del arte y de los clichés cinematográficos que de sí misma) liberó a Warner Brothers de la sombra de Disney y demostró que era posible realizar otro tipo de animación.

El estilo de Warner Brothers pronto sería imitado, pero no en el cine, sino en producciones para televisión. Joseph Hanna y William Barbera, quienes iniciaron como animadores para cine, al realizar para MGM los mejores cortos de Tom y Jerry, decidieron cambiar de medio y crear su propio estilo. Ellos dieron origen a muchos de los personajes más famosos de las décadas de los sesenta y setenta, como el Oso Yogui, Don Gato y su pandilla, y sobre todo, Los Picapiedra. Estos últimos, fueron la primera animación transmitida en horario nocturno, ya que las situaciones familiares, atraían más a los adultos que a los niños.



Don Gato y Benito, los reyes del maullido callejero.

Sin embargo, su éxito afectaría la calidad de la animación y la percepción del género en conjunto. La razón es que, como la imagen es diferente en cine y en la televisión, el dibujo se vuelve más esquemático y repetitivo.

Los personajes no podían tener muchas expresiones faciales, los objetos no eran muy detallados y los fondos se repetían constantemente cuando se movía el personaje (el mismo poste, la misma barda, el mismo bote de basura).

Por otra parte, estaban los diferentes tiempos de producción. La realización de un largometraje animado toma un promedio de tres años; en cambio, la de una serie para televisión está obligada a ser más rápida, en especial, para aprovechar las modas de líneas, de juguetes y películas exitosas de temporada. Por ello, los realizadores de series de televisión, necesitan recurrir a otras alternativas, como diseños más sencillos, colores más vivos y ritmos diferentes. El estudio que les descubrió y que más lo lleva a cabo en la actualidad es, precisamente Warner Brothers.

En series como “Animaniacs”, se recurre al cambio constante de ritmo, mientras que en “Batman” se emplea un impresionante diseño casi cinematográfico. Otros estudios como la 20<sup>th</sup> Century Fox, en contraste, prefieren cuidar más la historia: el mejor ejemplo de la actualidad es la serie de Los Simpson, la sarcástica respuesta de los noventa al mundo familiar de Los Picapiedra.

Aunque hay que reconocer, que en la historia de los programas televisivos, han existido varias series y caricaturas que han tenido una trayectoria de éxitos, por su singular enfoque familiar, y que a fin de cuentas, son las antecesoras de lo que hoy es la serie de Los Simpson; las hay desde las más locas, como La Familia Munsters y los Familia Addams, hasta los ya mencionados Los Picapiedra o los espaciales Supersónicos.

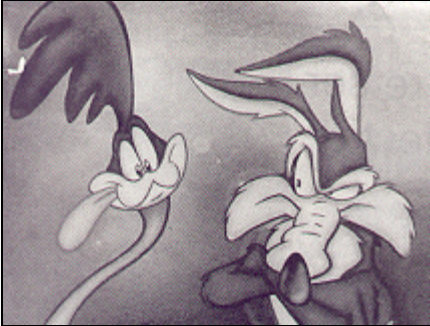
Estos programas, sin duda, han influenciado al telemaniaco Matt Groening, para crear a su familia amarilla, pero además cada uno tiene su historia.



Las caricaturas.

### 2.1.3 ÉPOCA DE CONSAGRACIÓN (1950-1970)

A mediados de los años 50, las producciones de Warner Bros. Estaban en auge, dominando el mercado de los dibujos animados, con personajes como Speedy González, El Coyote y el Correcaminos, el Pato Lucas y muchas figuras más que hacían las delicias de chicos y grandes a la par de las producciones de Walt Disney que tenía en Mickey Mouse, el Pato Donald y compañía, a los representantes perfectos de su mundo de magia, fantasía y ensueño.



El Correcaminos y el Coyote, de los clásicos contemporáneos.

Sin embargo, y debido al enorme éxito que estaban alcanzando las caricaturas donde quiera que se presentaban, convirtiéndose así en un negocio bastante redituable, muchos productores comenzaron a voltear hacia este género televisivo que se consagraba cada vez más y el cual resultaba muy atractivo.

En 1957, los jóvenes Joseph Hanna y William Barbera, lanzan a la pantalla chica a Ruff y Reddy, su primera caricatura, con la que por cierto, tuvieron un debut mediocre, pero lejos de desanimarse, el año siguiente aparece Huckleberry Hound, con quien iniciaron su camino al éxito y la consagración, siendo así como surgieron creaciones animadas como Scooby Doo, El Inspector Ardilla, La Hormiga Atómica, Los Superamigos, entre muchos otros personajes y caricaturas que se convirtieron en clásicos de la televisión y en referencias obligadas en el mundo de los dibujos animados, con los estudios Hanna Barbera se ganaron un lugar entre los grandes.

Otro que se unió a la competencia fue Walter Lantz, quien presentó al Pájaro Loco como su creación más importante, seguida por personajes como Chili Willie y Pablo Morsa.

De esta forma, el público televidente pudo tener una oferta variada, atractiva y encantadora para todos los gustos y todas las edades, con altas dosis de diversión y entretenimiento, siendo así como terminaron de sembrarse las bases definitivas de un género que terminó por volverse indispensable en la vida de chicos y grandes.

## 2.2 FAMILIAS PROTOTIPO MÁS FAMOSAS DE LA TELEVISIÓN.

Con el fin de contextualizar el tema de Los Simpson, es necesario hablar de los principales modelos de familias que ha habido en la televisión, ya que gran parte de lo que hoy son Los Simpson, es gracias a toda esta influencia.

### 2.2.1 LA FAMILIA MUNSTERS.

Título Original: The Munsters.

Emisión Original; 1964-1965.

Productora: CBS, MCA y Universal.

Número de Episodios: 70.

Duración: 25 minutos. B/N

Productor Ejecutivo: Joe Connely.

Creadores: Joe Connely y Bob Mosher.

Música: Jack Marshall.

Reparto: Fred Gwynne (Herman); Yvone de Carlo (Lily); Al Lewis (Abuelo); Butch Patrick (Eddie); Beverly Owen y Pat Priest (Marilyn).

“La Familia Munsters” se emitió por televisión, durante dos años. Nunca ganó un premio Emmy, ni tampoco estuvo entre los primeros diez puestos de rating de audiencia. Esta serie clásica de la CBS, nunca se filmó a color, y luchaba contra la competencia producida por sus eternos rivales, “Los Addams”.

En 1964, los productores Joe Connelly y Bob Mosher, buscaban el modo de resucitar para la televisión, los antiguos mitos del cine de terror de los Estudios Universal. La idea final empezó a desarrollarse y a dar forma a lo que sería la familia fenómeno más famosa del medio; dando así, una caracterización especial cada uno de los personajes.

Tras dejar de rodarse la historia original en 1966, la Familia Munsters protagonizó, un largometraje para la pantalla, rodado en color y protagonizado por los mismos actores de la serie televisiva, ya que fue un notable éxito. Más tarde se vio convertida en una caricatura de un especial de dibujos animados de la ABC, con una producción de 60 minutos de duración, que incorporaba dos nuevos personajes, Igor y Lucrecia, y que no contaba con ninguna de las voces que componían el elenco original. “Los Munsters”, es la única serie de la historia de la televisión, que traslada personajes y situaciones, a través de más de 20 años conservando sin variar en absoluto, la idea original; aunque la serie carecía de encanto de su predecesora, y que no consiguió hacer olvidar a los Munsters de siempre.



Los Munsters inmortalizando su candorosa anormalidad.

Los maquillajes eran muy superficiales, los guiones poco consistentes, y la filmación en color, resultaba demasiado chillona, para unos personajes que, en definitiva, habían nacido para el blanco y negro.

La Familia Munsters es una típica y normal familia, media americana. Emigraron a Estados Unidos desde Europa. Concretamente, Lily y El Abuelo, son nacidos en Transilvania; Herman, nació en Alemania; Eddie y Marilyn son ya, de hecho, cien por cien americanos.

HERMAN, tiene 150 años, cursó estudios de medicina, en la Universidad de Heidelberg, y actualmente trabaja en una lujosa funeraria local.

LILY DRÁCULA, que nunca ha confesado su verdadera edad, tiene alrededor de 137 años. Se ocupa de la casa y de su familia, con verdadera devoción, y es una experta cocinera.

EL ABUELO, EL CONDE DRÁCULA, tiene 378 años, se ocupa en inventar extraños objetos y pócimas humeantes en el sótano de la casa, lo que enerva a su yerno, quien ve aumentar mes a mes el recibo de la electricidad, ahora es viudo, pero ha estado casado 167 veces.

EDDIE WOLFGANG, es como cualquier niño normal de su misma edad. Llega tarde todos los días a sus clases, duerme en un pequeño ataúd y aúlla en todas las noches de luna llena.

MARILYN, hija de una hermana de Lily, es la oveja negra de la familia. Tiene 23 años y se cree la mujer menos atractiva del mundo. Su principal ocupación son sus estudios y encontrar un marido, sin importarle quién y cómo.

La Familia Munsters habita en el número 1313 de Mockingbird Lane, en los Estados Unidos de América, en una confortable mansión, de ruinoso aspecto, que ellos se afanan en conservar. De hecho, algunas de las telarañas que adornan las paredes y muebles, son tejidas amorosamente por la misma Lily, en sus ratos de ocio.

### **2.2.2 LOS LOCOS ADDAMS.**

Título Original: The Addams Family.

Emisión Original; 1964-1965.

Productora: ABC y Filmways.

Número de Episodios: 64.

Duración: 25 minutos. B/N

Productor Ejecutivo: David Levy.

Creador: Charles Addams.

Música: Jack Marshall.

Reparto: John Astin (Homero); Carolyn Jones (Morticia); Jackie Hogan (Tío Lucas); Ted Cassidy (Largo y Cosa); Lisa Loring (Merlyna); Ken Weatherwax (Pericles); Blosson Rock (Abuela); Felix Silla (Primo Eso).

El 18 de septiembre de 1964, la cadena televisiva ABC, emitía el primer episodio de una serie, "La Familia Addams", un ambicioso proyecto de llevar a la imagen real, el particular mundo del dibujante Charles Addams.

La serie se mantuvo durante la temporada 1964-1965, en el puesto número 23 de rating de popularidad, y tras 64 capítulos emitidos, dejó de emitirse, porque su público, no soportó el ácido punto de vista, sobre el comportamiento normal de la familia americana de clase media, su incisivo y corrosivo sentido del humor y su forma de solucionar los problemas domésticos, basado en cucharadas bien cargadas de cianuro de potasio.

La serie de los "Locos Addams", no contó con un presupuesto espléndido, de hecho, en cada uno de los episodios de la serie, se constata el buen uso que de la imaginación se hizo, para suplir donde el dinero no llegaba.

En la temporada de 1973, Hanna-Barbera, decidió retomar el tema de los Addams y convertirlo en serie de dibujos animados. La caricatura se presentaba en episodios de media hora de duración cada uno, emitidos por la NBC. La mayor innovación de esta serie, fue la casa rodante de la familia, con la que recorrían el país en busca de extravagantes aventuras.



Los Addams, los chicos más duros en el mundo de la telecomedia familiar.

No fue sino hasta 1991, que esta singular familia, volvió a saborear las mieles del éxito, aunque esta vez en color y para la pantalla grande, se convirtió en el gran éxito de taquilla en los Estados Unidos, alcanzando también, recaudaciones astronómicas en su exhibición en Europa, tanto que llegó a tener segunda parte, desmintiendo el dicho popular, superando en calidad artística a la primera.

En la Familia Addams los sucesivos episodios de esta serie, nos mostraron las peculiaridades de esta poco común familia. Sus excentricidades, quizás las más originales de la historia.

Esta insólita familia está dirigida por HOMERO ADDAMS, el patriarca del clan, un niño grande, libidinoso e imprevisible, que mantiene su ociosa y placentera vida, dilapidando el patrimonio familiar. Sus mayores pasiones, es fumar enormes y apestosos puros, y entretenerse con sus trenes de juguete.

Su bellísima y pálida esposa, MORTICIA, es una mantis religiosa de sibaritas, gustos masoquistas, ampliamente satisfechos por su esposo que cuida con devoción de su familia y de su querida y enorme planta carnívora, llamada Cleopatra.

EL TÍO LUCAS, es un curioso elemento, que se dedica a idear macabros entretenimientos para sus dos sobrinos.

LA ABUELA ADDAMS, es una experta cocinera, cuya principal ocupación, es impedir que los guisos que cocina, acaben huyendo de la olla, donde los está preparando.

Los pequeños Addams, MERLYNA y PERICLES, son dos encantadoras criaturas que disfrutaban decapitando muñecas al estilo de la Revolución Francesa, y son expertos ladrones de carretera, cuando roban las señales de tráfico, de las vías colindantes.

LARGO, el mayordomo, es una especie de monstruo de Frankenstein metido a camarero, y entre sus especialidades, está la de amenizar las veladas de sus señores, con horrorosas serenatas en un mugriento órgano.

Por último, está DEDOS, una mano autónoma que vive dentro de una caja negra y que es tan espabilada, que lo mismo juega ajedrez con Homero, que ayuda a Morticia a hilvanar un ovillo de telarañas.

### **2.2.3 LOS PICAPIEDRA.**

Título Original: The Flintstones.

Emisión Original; 1960-1966.

Productora: ABS y Hanna-Barbera.

Número de Episodios: 344.

Duración: 30 minutos. Dibujos Animados. Color

Productor Ejecutivo: John Mitchell.

Creadores: Joe Barbera y Bill Hannah.

Música Hoyt Curtin.

En los primeros años de la década de los sesenta, William Hanna y Joseph Barbera, los productores de películas animadas para la televisión, tuvieron la idea de crear una nueva serie de dibujos animados, pero no sabían en qué época desarrollar su historia, aunque sabían que no podía ser en la época actual, porque perderían buena parte de su presumible éxito. Tras mucho discutir, decidieron que fuera en la Edad de Piedra. Los protagonistas disfrutarían de todas las modernidades de la era espacial, aunque adaptadas a los materiales disponibles en el amanecer de la historia.

Así pues, diseñaron un automóvil de tronco de árbol, con ruedas de piedra, un teléfono-caracol, una casa con jardín construida al estilo de las cavernas, y un sin fin de artilugios modernos adaptados a las necesidades de la serie.

El primer episodio de la serie, se emitió por la cadena ABC, el 14 de octubre de 1960, e inmediatamente se convirtió en un éxito sin precedentes de la animación televisiva, por lo que Los Picapiedra se convirtieron por derecho propio, en la primera comedia de situación animada en la historia; las primeras caricaturas, iban más allá de los 6 ó 7 minutos de duración.

El programa ganó un Golden Globe Award y fue nominado para un premio Emmy. Asimismo, fue galardonada por la Sociedad Nacional de Animadores, con la preciada Silver Plaque, como la mejor animación.



Los Picapiedra y los Mármol, se van en marcha a bordo de ese Troncomóvil de tracción plantigrada.

La serie inicial de Los Picapiedra se mantuvo en la ABC de 1960 a 1966, y en septiembre de 1971, se estrenó el show de "Pebbles y Bam-Bam", que mostraba a los hijos de los protagonistas, convertidos en adolescentes.

Los Picapiedra habitan en una zona residencial de la ciudad de Rocaplana, viven Pedro Picapiedra y su esposa Wilma.

PEDRO trabaja en una compañía constructora, manejando una bronto-grúa, y WILMA se ocupa de los quehaceres domésticos. PEDRO es gruñón, malhablado, ordinario, tragón y liante, pero en el fondo posee, un corazón de oro. En la casa de al lado, viven Los Mármol, Pablo y Betty, los mejores amigos de Los Picapiedra.

PABLO es opacado y casi siempre se deja manejar por Pedro.

BETTY mantiene una estrecha relación de amistad con Wilma, al tiempo que entre ambas mantienen una alianza, para impedir que sus esposos consigan salirse con la suya, especialmente, en cuanto a sus salidas nocturnas a los bolos.

Durante tres años, los cuatro personajes protagonizaron la serie, con un éxito rotundo. Pero en 1963, se decidió que debían tener descendencia. En febrero de aquel año, nace PEBBLES, la pequeña de Los Picapiedra, y poco después Los Mármol, adoptan a BAM-BAM, un niño dotado de fuerza extraordinaria, que aparece un día en la puerta de su casa. Otro de los personajes que pronto adquirió fuerte personalidad, es DINO, el perrosaurio de Pedro y Wilma, por su forma de recibir a Pedro a la hora de llegar del trabajo a su casa.



En los noventa, sufrieron Los Picapiedra una modificación, de que todo los personajes protagónicos, incluyendo a los Frankenstones (una familia inspirada en Los Munsters y Los Addams), pasaron de ser adultos, a ser niños, en la serie llamada “Los Pequeños Picapiedra”. Por lo que completan por el momento, el más abultado currículum de las familias de animación televisiva.

#### **2.2.4 LOS SUPERSÓNICOS.**

El enorme éxito obtenido por Los Picapiedra, impulsó a los productores William Hanna y Joseph Barbera, a crear una nueva serie de animación que repitiera el mismo esquema que la anterior, la comedia de situación familiar con chistosos hilarantes incorporados. Sin embargo, esta vez se invirtió el proceso y en lugar de situar a los protagonistas en algún momento de la historia pasada, se les llevó hasta el más lejano de los futuros. Estrenada en septiembre de 1962, “Los Supersónicos”, nos transportan varios siglos adelante, a una era espacial de lujos y comodidades, donde cada una de las necesidades humanas, por banal que sea, está total y absolutamente automatizada.

Es la realización del sueño dorado de las amas de casa, que verán a la protagonista, cocinar una espléndida cena para cuatro personas, con tan sólo pulsar un par de botones y poseer un espléndido robot-doméstico, cuya eficacia al cien por cien está asegurada siempre que sus bits, se mantengan en perfecto estado.

Estrenada en horario estelar por la ABC, la serie no conoció, la estruendosa popularidad, de su predecesora, Los Picapiedra. Los primeros índices de audiencia, no mostraban muy buenos resultados, sin embargo los 24 primeros episodios, fueron repuestos en la matinal de los sábados, obteniendo entonces un gran éxito entre el público infantil y juvenil.

En Los Supersónicos, SÚPER SÓNICO, y su familia, viven en un apartamento sobre las nubes, en ciudad Órbita. Su empleo en la compañía de elaboración de tuercas, les permite vivir cómodamente, en una época en la que el ser humano, está cubierto de todas las necesidades.

Su esposa ULTRA, se dedica a las tareas domésticas, que en realidad son muy pocas, dado que cuenta con todos los adelantos automáticos que permite la moderna tecnología. Además, cuenta con la inestimable ayuda de ROBOTINA, el robot-chacha, quien es la que lleva la casa a la perfección.

LUCERO, la hija mayor, es una guapa adolescente, que cursa estudios superiores, adora la música rock y sueña, como cualquier muchacha de su edad, en encontrar a su príncipe azul.

COMETÍN, aún en edad escolar, estudia la primaria, donde todos sus profesores son robots computarizados.

Completa la familia el perro ASTRO, un enorme ejemplar canino, dotado de una inteligencia y fidelidad extraordinarias.

En 1985, se produjeron veintiún nuevos episodios, incorporando novedosos personajes, y finalmente, diez episodios más fueron añadidos a la lista en 1987.

En los inicios de la década de los noventa, Hanna-Barbera, llevó a cabo la producción de un largometraje para la gran pantalla; la película de Los Supersónicos, significó un exitoso retorno de la espacial familia de la televisión.

Si bien Los Supersónicos nunca han gozado de la excepcional fama de sus colegas, Los Picapiedra, sí merecen ocupar un puesto especial, entre las series animadas más populares, por su original transposición del modo de vida de la clase media americana a ese futuro soñado, que posiblemente difiera bastante del que será en la realidad.

### **2.3 CUANDO LAS CARICATURAS PERDIERON SU INOCENCIA.**

#### **Nuevos tiempos, nuevas necesidades.**

Hacia finales de los años 80, las caricaturas tomaron un nuevo enfoque al alejarse de la inocencia que supone están dirigidas, principalmente a un público infantil. Los nuevos tiempos y las épocas de modernidad que las últimas dos décadas trajeron consigo, conllevaron a la pérdida de la inocencia a una edad más temprana de lo habitual y, por ende, a una madurez más acelerada, a la pérdida de valores, morales y costumbres, entre un sinnúmero de cambios que terminaron por volver obsoletas las caricaturas del pasado.

Antes de la llegada del nuevo siglo, series modernistas como He-Man y Los Amos del Universo, Las Tortugas Ninja, Los Transformers y Los Thundercats gozaron de gran popularidad, pues a pesar de ser caricaturas más avanzadas y renovadas con respecto a las series de antaño, conservan estilos propios, para un público netamente infantil en todos los aspectos, sin caer en los excesos de la violencia y las palabras altisonantes que terminarían por desaparecer la inocencia de los dibujos animados.

De esta forma, y ante los gustos y necesidades actuales de un público infantil menos inocente, comenzaron a surgir series y personajes con mensajes y características muy diferentes a las del pasado, pero acordes a los tiempos de la actualidad, surgiendo así series animadas como Los Simpson, Dragon Ball, South Park y muchas otras en las que la violencia y las groserías, son un ingrediente de estas mismas.



**La vida es un infierno: Los Simpson como espejo (escasamente) deformante de la caspa cotidiana.**



**Dragon Ball: Gokú, un ídolo infantil entre el Rey Mono y el Universo Marvel.**

Para 1993 surgió el canal de cable Cartón Network, el cual retomó el catálogo de caricaturas de antaño, aunque también inició la producción de sus propias series demasiado bizarras, en las que se encuentran La Vaca y el Pollito, Ed, Edd y Eddie, Yo soy la Comadreja, Bob Esponja, entre otras, las cuales, en su mayoría, han perdido el sentido de la realidad, convirtiéndose en programas por demás absurdos con personajes indescifrables, completamente alejados de la realidad y con altos grados de mediocridad.

Asimismo, el llamado anime o historieta japonesa inició una invasión televisiva a gran escala, trayendo consigo niveles de violencia muy elevados pero, sobre todo, inapropiados para un público infantil, tal es el caso de Pokémon, Digimon, Evangelion y Caballeros del Zodiaco.

Bastan algunos ejemplos para mostrar las diferencias palpables entre las caricaturas del pasado y las de la actualidad.

Los Picapiedra fue el retrato social perfecto del comportamiento social de los años 60, el llamado “sueño americano”, american way of life. Ahora, la serie Los Simpson muestra la evolución de la sociedad del siglo XXI y la forma en que ésta ha decaído con el transcurrir del tiempo.

Tom y Jerry eran violentos, pero en el fondo existía respeto mutuo y amistad entre ellos. Hoy en día, en caricaturas como Pokémon o los Caballeros del Zodiaco se protagonizan violentas y sangrientas luchas en las que sólo se busca la victoria a como de lugar.

AstroBoy fue el primer anime en transmitirse por televisión en 1951. Se trataba de un héroe mecánico que luchaba por el bien de una manera leal y caballerosa. Actualmente, este género japonés optó por dejar de lado el respeto, la lealtad y la caballerosidad para asumir la violencia en exceso, como la única forma de conseguir las cosas, el ejemplo más claro Dragon Ball.

Pese a todo, las caricaturas se mantienen como favoritas del público, además de que no dejan de reflejar muchas características de la cultura popular que prevalece en diversos puntos del globo terráqueo.

Hasta dónde llegará el género de las caricaturas o dibujos animados, sólo el tiempo lo dirá, o bien las necesidades de una sociedad, sobre todo infantil, que cada día pide más, que no se conforma con lo visto o presentado, sino que está en constante movimiento, esperando recibir aquello que satisfaga sus deseos y necesidades, sin importar los límites o barreras que tenga que superar y a pesar de que la palabra infantil termine por convertirse en sólo un título textual.

## **2.4 HISTORIA DE “LOS SIMPSON”.**

Título Original: The Simpsons.

Emisión Original; 1990-

Productora: Gracie Films y Fox.

Número de Episodios: 350.

Duración: 25 minutos. Dibujos Animados. Color.

Productores Ejecutivos: James L. Brooks, Matt Groening y Sam Simon.

Creador: Matt Groening.

Música: Dany Elfman.

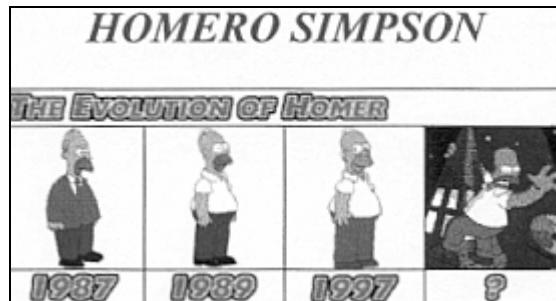
Los Simpson, son creados por el dibujante Matt Groening, dicha familia apareció por primera vez en 1987 como una serie de sketches de 30 segundos de duración, producida por Groening para el programa de televisión “The Tracey Ullman Show”. La enorme popularidad que rápidamente alcanzaron los personajes, animó a los ejecutivos de la Fox a arriesgarse a producir una serie de televisión independiente, que apareció por primera vez con episodios de 20 minutos, en un especial de Navidad el 17 de Diciembre de 1989 y luego como una serie permanente, el 14 de Enero de 1990.

Estos singulares personajes amarillos, se colocaron en pleno “prime-time”; pese a tratarse de dibujos animados, una hazaña que hasta entonces sólo habían conseguido Los Picapiedra y Don Gato.

Los Simpson son una producción de Gracie Films en asociación con Twentieth Century Fox Television. James L. Brooks, Matt Groening, y Al Jean son los productores ejecutivos. Film Roman es la firma que hace la animación. Los Simpson es distribuido por Twentieth Century Fox Television Distribution.

Los televidentes llegan a conocer y amar la riqueza, y a veces, el extraño universo de los personajes que habitan en el pueblo de Springfield.

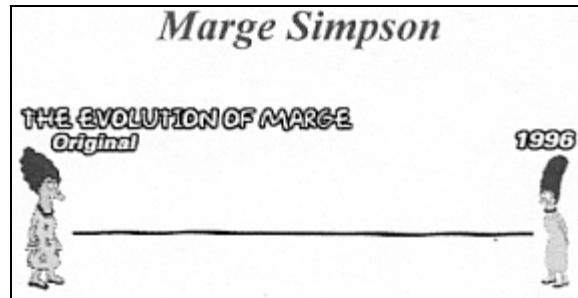
"La Familia Simpson" está compuesta por Homero, el padre; Marge, la madre; Bart, el hijo mayor; Lisa y Maggie, las hermanas menores.



HOMERO J. SIMPSON es el patriarca de la familia Simpson. Está casado con Marge y es padre de 3 hijos: Bart (10 años), Lisa (8 años) y Maggie (1 año). Homero trabaja para el malvado Señor Burns en la Planta Nuclear de Springfield como inspector de seguridad, en el sector 7G.

Las Horas de comer son muy importantes para Homero, ya que casi todo el tiempo está enojado si no come algo, hasta puede matar a su familia si no ve televisión y si no tiene cerveza Duff.

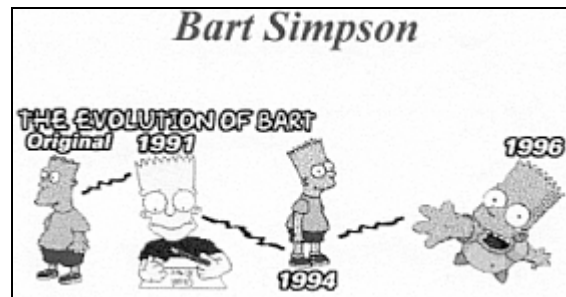
Homero puede ser encontrado cerca de su puesto y frente a la máquina despachadora de dulces. Entre sus pasatiempos está el comer cualquier cosa no nutritiva y engordadora, estar en la Taberna de Moe y descansar plácidamente sentado en el sofá de la sala, por horas y horas viendo televisión.



MARGORIE SIMPSON es la que mantiene unida y amorosa a la familia Simpson. Reconocida en la ciudad por su alto peinado azul, Marge es sin duda, el menos apreciado personaje de la familia.

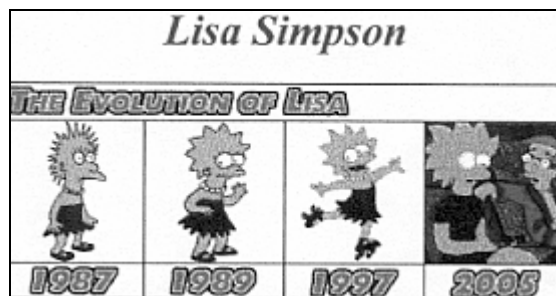
No pasa un día sin que Marge no esté ocupada trabajando en su casa y cocinando para la familia, limpiando el desorden de Homero y los niños, cuidando a Maggie, persiguiendo a Bart y consolando a Lisa.

Los pasatiempos de Marge incluyen: limpieza compulsiva, hornear, cocinar, ir de compras y dar consejos a sus vecinos.



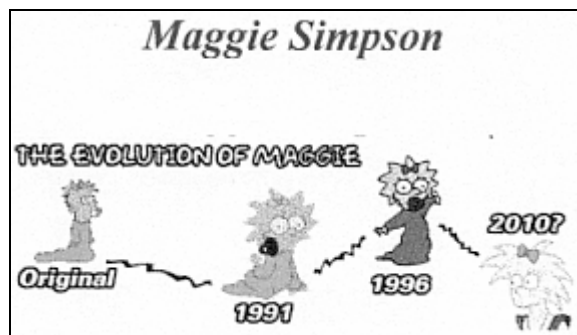
BARTOLOMEO J. SIMPSON es el hijo primogénito de Homero y Marge Simpson. Bart acude a la Escuela Primaria de Springfield, donde estudia el cuarto grado, aunque pasa más tiempo en la oficina del Director Skinner. Llamado la “oveja negra” de la familia Simpson, Bart siempre anda metido en grandes problemas. Algunas de sus actividades más comunes son el hacer llamadas en broma a la Taberna de Moe, molestar a su hermana Lisa, etcétera.

Sus pasatiempos favoritos incluyen el ver en la televisión el programa de Krusty el Payaso y las caricaturas de Tomy y Daly, andar en su patineta, echar relajo con su mejor amigo llamado Milhouse, ir a los video juegos, además de volver loco a su padre.



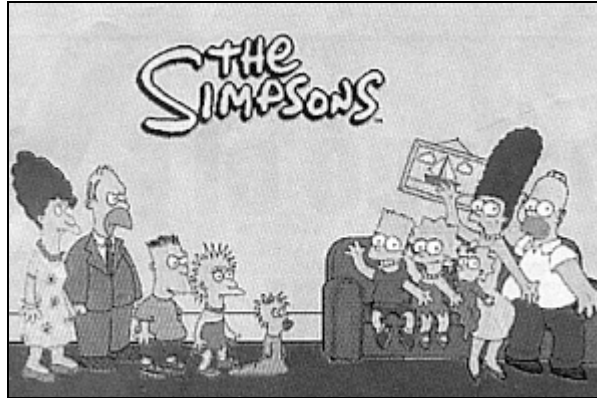
LISA MARIE SIMPSON es la hija de la familia Simpson y sin duda, la más ética e inteligente de los Simpson. Lisa cursa el segundo grado en la Escuela Primaria de Springfield, donde se destaca por sus buenas calificaciones en todas sus materias y es también una excelente saxofonista. Su maestro fue “Encías Sangrantes” Murphy, con quien algunas veces tocó a dueto.

Homero no entiende por qué Lisa es vegetariana, sus compañeros de escuela piensan que es una “aburrída cerebrita” y Marge siempre le recomienda sonreír, en vez de deprimirse.



MARGARET SIMPSON es la hija más pequeña de la familia Simpson. Ella tan sólo tiene un año y pasa la mayor parte del tiempo con su chupón en la boca y viendo televisión. La primera y última palabra que pronunciará es "Papi" en toda la serie.

Todos creen que la vida de Maggie parece ser bastante calmada y aburrída, sin embargo, ella ha tenido emocionantes aventuras.



Los Simpson con el paso del tiempo, han dejado de ser los mismos.

Los personajes que creó Matt Groening a lo largo de sus 18 años de existencia, han sufrido cambios físicos hasta quedar en el modelo que deseaba Groening, y que se caracteriza por ser de piel amarilla, ojos grandes, cuatro dedos y sobre todo, que nunca envejecen.

#### 2.4.1 MATT GROENING.

¿Quién puede hacer que una típica familia americana llamada Los Simpson, de ojos grandes y epidermis amarilla, logre tanto éxito en televisión? Ese hombre es conocido como Matt Groening.

Matt Groening de 51 años nació el 15 de Febrero de 1954, en Portland, en el buen Estado de Oregon, en la calle Evergreen Terrace (la calle donde viven actualmente Los Simpson). Su madre fue historietista y publicó algunos de sus trabajos en diarios, Groening creció entre cómics y empezó a dibujar en una temprana edad y fue alentado por su padre que siempre le proporcionó las herramientas necesarias.

En 1977, se graduó del Colegio Evergreen State en Olympia Washington y en Los Ángeles estudió la carrera de escritor; él debutó como historietista profesional en su tira cómica llamada "Life in Hell" (La Vida en el Infierno) basada en sus experiencias en Los Ángeles en los años ochenta, donde el protagonista era un conejo dientón, carente de una de sus orejas; esta revista refleja lo negro de la sociedad norteamericana y que aún produce una vez a la semana; alguna vez, se publicó aquí en México, un libro con estos tipos personajes. En 1987, Matt Groening creó a "Los Simpson", quienes aparecieron en el show de "Tracey Ullman", en segmentos pequeños, así fue cuando la gente tuvo más gusto por esas pequeñas cápsulas, que por el resto de la programación de la cadena televisiva 20<sup>th</sup> Century Fox.



Los nombres tomados de la familia de Matt Groening, son la viva imagen de la familia típica, llevado a los máximos extremos. El Padre e hijo de Matt se llaman Homero, su madre se llama Margorie (de cariño Marge) y sus hermanas menores se llaman Lisa y Maggie. Bart es por otro lado un anagrama de la palabra "Brat" (travieso) y Simpson, significa "hijo de simplón".

Los Simpson se han distinguido siempre por criticar de una manera irónica y divertida a la gente, a la burocracia y hasta la misma mafia por igual, ya que Los Simpson resultan tal vez morbosos, pero los adultos deberían entender que las tonterías que comete la gente amarilla, no son sino las mismas que comete la gente normal, sólo que un poco más exaltadas y de forma exagerada; de qué otra manera, se podrían dar cuenta de sus errores, sino con un poco de buen humor, proveniente de los libretos cuidadosamente escritos, por este grandioso genio.

Se necesitan más que agallas, para demostrar mediante unos buenos trazos y divertidas historias, lo que ya es la realidad para muchos.

Matt Groening, simpatizaba con el iracundo hijo de la familia, porque a través de él, pudo sentir nuevamente su niñez, pero con el paso del tiempo, tristemente, se da cuenta que es más parecido al poco listo pero bonachón padre.

"Me identificaba con Bart", confiesa sin remordimientos, quien sin embargo, admite que "ahora, desafortunadamente, mientras los años pasan, me identifico cada vez más con Homero."<sup>30</sup>

Desde 1973, Groening realiza visitas a Gran Bretaña, y ahí en el festival de televisión de Edimburgo, es donde presentó un adelanto de su nueva serie de dibujos animados, llamada "Futurama".

El hombre que ha ganado millones de dólares, por su creación de los dibujos animados favoritos de los televidentes estadounidenses y de muchos otros países, recién comenzó a dibujar a los 28 años.

---

<sup>30</sup> Periódico **Excelsior**, Sección Espectáculos, "El creador de Los Simpson, se identifica con sus personajes" Martes 07 de Septiembre de 1999, Pág. 4/E.

## 2.4.2 EL SURGIMIENTO DE LOS SIMPSON EN LA SOCIEDAD NORTEAMERICANA.

La idea de Los Simpson, nace en una cultura norteamericana, donde el sueño es desplegar la libertad individual, es decir, hacer lo que se les dé la gana o sobre todo, tener el derecho a enriquecerse, elegir democráticamente a sus gobernantes, ser protegidos y no asediados por el estado, darse el lujo de la comodidad, etcétera. Este es el punto de partida del sueño: la lucha del individuo por construir su propio destino y alcanzar el éxito.

“Nada les alegra tanto la existencia, como ser reconocidos como poderosos, nada les ennoblece tanto su espíritu y ensancha su vanidad como ser catalogados como héroes, es decir, como individuos que conquistaron la gloria por no haberse rendido ante las piedritas que aparecieron en el camino. Aquí lo importante no es el tipo de héroe que seas, sino simple y llanamente, ser un héroe triunfador: Rocky, Irving Wallace, Rambo, Jim Morrison, Don Corleone, Reagan, Sharon Stone, Michael Jordan, Mike Tyson . . . para los gringos todos ellos son héroes, no por ser gansters, peloteros, políticos o artistas, sino por haber triunfado en su que-hacer particular.”<sup>31</sup>

También hay que reconocer que la cultura norteamericana crítica sus excesos; y como resultado está Moby Dick, Belleza Americana, etcétera. Claro sin olvidar a Los Simpson que reclaman un público atento, culto y con capacidad para pescarlas al vuelo.

“Los Simpson es un reciclador industrial de la cultura popular estadounidense o de cualquier otro país, como medio de ironizar sobre el ser y el estar del país y sus ciudadanos.”<sup>32</sup>

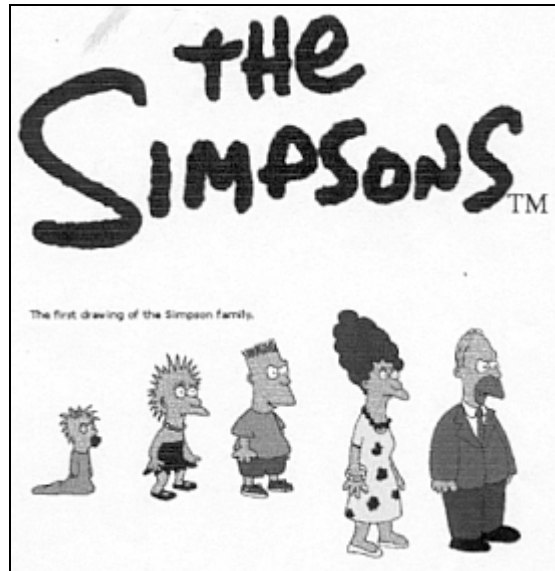
La Familia Amarilla que nace en 1987, es heredera de la más pura tradición del dibujo animado norteamericano, que se desarrolla a la hora de ver el televisor y que expone la debilidad y fortaleza de los vínculos familiares.

---

<sup>31</sup> VANEGAS, Ernesto, **El pequeño Homero que todos llevamos dentro**, México, Ediciones del Milenio, 1997, Pág. 30-31.

<sup>32</sup> ÁLVAREZ Berciano, Rosa, **La Comedia Enlatada (De Lucille Ball a Los Simpson)**, España, Gedisa, Vol. 4 de la Col. Estudios de Televisión, 1999, Pág. 150.

Su simbología, aunque es de inmediato reconocida o al menos cercana, en realidad representa un mundo que es propio de la mentalidad norteamericana y de su mitología.



“Los Simpson ejercen una fuerte e innovadora atracción hacia audiencias externas al imperio, si bien su vínculo con la mitología gringa es dual: por un lado es parte de ella, por otro la hace pedazos, todo dentro de sus fronteras. Es posible que uno aprenda más sobre la situación actual de ser humano, viéndolos, que estudiando gruesos textos sociológicos, psicológicos o filosóficos, de esos que abundan en las bibliotecas de las universidades.”<sup>33</sup>

Y precisamente por todo lo que son Los Simpson, se convierten rápidamente en la bandera de la cadena de televisión Century Fox, además de que respondió muy bien a la demanda del rating.

El “Boom” de esta serie, logró que personalidades como Michael Jackson, Danny Devito, Elizabeth Taylor, Paul McCartney, Michelle Pfeiffer, Bette Midler, Winona Ryder Bob Hope, Glenn Close, Pamela Reed, entre otros, dieran vida con sus voces a algunos personajes que participaron en el programa.

La familia más afamada del planeta Tierra, se convirtió en una gran producción, pues emplea más de 60 personas entre actores y productores, y 100 animadores tan sólo en la versión de Estados Unidos.

---

<sup>33</sup> VANEGAS Ernesto, Op. Cit. Pág.34-35.

“Para 1990, tras tres años de haber aparecido, la serie de Matt Groening, la Fox había conseguido ya un diez por ciento del mercado de las cadenas terrestres, que conjuntamente ya sólo significaban un sesenta y dos por ciento del consumo de televisión.”<sup>34</sup>

Tal ha sido el éxito de esta serie, que ya tiene su estrella en el paseo de la fama de Hollywood. El programa “The Simpsons”, es la serie de dibujos animados más larga en la historia de la televisión y también la que más premios ha recibido por la crítica especializada, incluidos 18 galardones Emmy.

### 2.4.3 LA LLEGADA DE LA SERIE DE LOS SIMPSON A MÉXICO.

Bajo estos antecedentes, también en 1990, aquí en México estaba germinando la empresa que hoy es conocida como TV Azteca, quien fue la que compró los derechos de transmisión de Los Simpson, ante el gran éxito que estaba teniendo la serie en los Estados Unidos, pretendiendo la misma idea de que tuviera un alto índice de audiencia en México, por lo que la ubicaron en horario estelar, a las 8:00 pm por canal 7.

Para la distribución de la serie en toda América Latina, el doblaje de la voz se ha hecho en Audiomaster 3000 (Empresa maquiladora de Televisa). Entre las principales voces estaba la de Bart, que durante mucho tiempo la hizo al principio Marina Huerta, pero por no llegar a un acuerdo con dicha empresa, tuvo que renunciar, ya que por cada capítulo, le pagaban muy poco y TV Azteca no hizo nada al respecto. En México, la empresa que se encarga del doblaje es Grabaciones y Doblajes Internacionales S.A de C.V. Patricia Acevedo, Claudia Mota y Gabriel Chávez, han prestado sus voces para darle vida a Lisa, Bart y Montgomery Burns, respectivamente; la otra es la inigualable voz de Homero, que es hecha por Humberto Vélez, durante 15 años.



Los Simpson en la Televisión Mexicana.

TV Azteca no se equivocó al traer a México a Los Simpson, ya que pronto comenzó a subir su rating y la simpso manía, empezó a extenderse por muchos lados, cosa que aprovecho muy bien el mercado mexicano, ya que puso a la venta una infinidad de artículos (camisetas, lapiceros, muñecos, colchas, pósters, discos compactos, video juegos, videos, etcétera.)

Sin duda lo más relevante ha sido, “La guía para la Vida” de Bart Simpson, con chistes, consejos y travesuras; y “Los Simpson, La guía completa de nuestra familia favorita”, publicada en 1997, incluye un recuento de los capítulos transmitidos de 1990 a 1997;

<sup>34</sup> ÁLVAREZ Berciano, Op. Cit. Pág. 152.

el paquete de videos llamado "Sexo, Mentiras y Los Simpson", los cuatro CD's que han sacado a la venta, siendo el más destacado El Álbum Amarillo, donde el nombre es una parodia del White Álbum de Los Beatles, de hecho la portada del CD es una divertida parodia gráfica del disco del Sargento Pimienta del cuarteto de Liverpool, en donde se invitó a algunas personalidades a participar, tales como Linda Ronstadt, Nancy Wilson, George Clinton y P-Funk All Stars; y la producción de un Cómic, escrito por Bill Morrison, que es el creador principal en la historieta y los productos comerciales de esta caricatura.

En una entrevista hecha a la revista "Proceso" en abril de 1997, B. Morrison menciona que está convencido, de que la crítica social, cuyo reflejo no ofenda, sino que invite al cambio, resulta la aportación peculiar de la ya célebre familia en el mundo de la fantasía del cómic.

Cuando frases como estas "Ouh", "Mmmmm . . . comida", "Pequeño demonio", "¡Yo no fui!", "¡Al demonio!", "¡Ay caramba!", tienen el éxito que han tenido, es cuando las empresas como la televisora del Ajusco, aprovechan el momento para sacar ganancias, y gracias a esta última frase, crearon un programa con el mismo nombre.

El semanario "Etcétera" publica en agosto de 1998, que la revista "Time" ha incluido a Bart Simpson en la lista de las 100 figuras más influyentes del siglo XX, al lado de personajes como Winston Churchill, Pablo Picasso, Los Beatles y Charles Chaplin, entre otros.

Los Simpson se fueron convirtiendo en parte de la cultura, no sólo estadounidense, sino también mexicana:

"Los Simpson son ya parte de la cultura popular pese a los críticos más conservadores que, en su miopía, no se dieron cuenta de que la serie, lejos de atacar a la familia, la defiende a capa y espada. Personajes tan penosos como Homero, serían trágicamente patéticos si no fuese por el refugio de la familia."<sup>35</sup>

La cadena Fox, ante los altos índices de audiencia, se ve obligada a transmitir lo mejor de la serie y nuevos capítulos; la noticia se da a conocer también en México, en un diario nacional:

"Los Simpson, la serie de dibujos animados que ha sido reconocida por la revolución que causó en el esquema de las llamadas caricaturas, empezó a transmitir a lo largo de todo un mes, los mejores capítulos de toda su historia.

---

<sup>35</sup> BLANCO Antonio, Televisión de Culto, España, Glénat, Vol. 6 de la Col. De la Biblioteca del Dr. Vértigo, 1996, Pág. 192.

La sección a exhibirse permitirá a los seguidores de Bart y compañía, descifrar los mayores enigmas de la serie, tales como cuánto pesa Homero, cuál es el apellido de Apu, cuál es la dirección de la familia Flanders y qué deporte practica Moe, antes de atender su bar.

La decisión del canal Fox de transmitir lo mejor de la serie animada, se tomó después de los altos niveles de audiencia que ha registrado desde sus primeras transmisiones, a principios de esta década, además de los reconocimientos que ha obtenido, tales como un Peabody, 12 Emmy y siete Annie.”<sup>36</sup>

Sin embargo, TV Azteca intenta, también, traer los nuevos capítulos a México, pero se encuentra con el problema de siempre, con el doblaje, ya que para hacerlo, se lleva bastante tiempo, de modo que el público mexicano, sólo logró ver algunos de los capítulos que transmitió la Fox; lo que sí se logró, es que se transmitiera lo mejor de la serie, diferenciándose a las aventuras de Bart, de los demás capítulos, poniéndolas dos horas antes que la serie normal.

Por otro lado, el caricaturista Groening, tiene planes para que Los Simpson realicen “un viaje” a México, pero no sabe si esta noticia alegrará o molestará a los habitantes de nuestro país.

“A veces ofendemos a la gente, porque es complicado tener claros los detalles de ciertas culturas correctamente y se cae en los estereotipos, pero ese es el precio por tratar de ser divertido.”<sup>37</sup>

En estos tiempos, Los Simpson se transmiten en 70 países en el globo, por lo que se ha convertido en una franquicia que arroja millones de dólares anualmente.

#### **2.4.4 MÁS DE UNA DÉCADA DE TRAYECTORIA DE LOS SIMPSON.**

La Familia Amarilla ya lleva más de 10 años de transmitirse, y de estar en el gusto del público; tal vez se pensaría que con todo este tiempo, su éxito se ha ido a pique, pero de acuerdo con el semanario “Etcétera”, en una entrevista hecha a Matt Groening en abril de 1999, se menciona que para el año 3000, Los Simpson se seguirán transmitiendo, y muchas de nuestras celebridades favoritas, andarán ahí, sólo que como cabezas preservadas en jarras.

---

<sup>36</sup> Periódico **Novedades**, Sección Escenario, “Rinden tributo a Los Simpson”, Viernes 16 de Julio de 1999, Pág. 14.

<sup>37</sup> Periódico **El Metro**, Sección Entretenimiento, “Los Simpson planean viajar a México”, Jueves 26 de Febrero de 2004, Pág. 18.

Este mismo semanario, habla sobre Los Simpson:

“Los Simpson revolucionaron para siempre a los dibujos animados y eso es algo de lo cual se han beneficiado muchas series nuevas, tal es el caso de Los Reyes de la Colina. No obstante, la demanda global en torno a esta serie, se mantendrá por largo tiempo.”<sup>38</sup>

Aunque por otro lado, hay opiniones encontradas:

“Para determinados portavoces de la cultura joven, los nuevos dibujos animados como Los Simpson, señalan la ruptura generacional equivalente a la que se produjo en los años cincuenta, entre los bailes de salón y el rock.”<sup>39</sup>

Independientemente de todas las opiniones que se produjeron a raíz de lo que fue su décimo aniversario, la Fox preparó los festejos:

“En el marco de los festejos por el décimo aniversario de la controvertida serie animada de Los Simpson, el canal Fox anunció que realizará varios cambios en su programación, de tal manera que los 233 episodios que se han hecho, pasarán a la par de la nueva temporada.”<sup>40</sup>

“Para celebrar el canal Fox, presentará los 233 episodios hasta diciembre de este año, empezando por el capítulo original.”<sup>41</sup>

Tras este éxito de la serie, cuando cumplió 10 años, no se hizo esperar un nuevo proyecto de Matt Groening, el cerebro que está detrás de Los Simpson, el cual presentó una nueva serie de dibujos animados sobre ciencia-ficción, llamada “Futurama”, en donde Groening con su crítica satírica, imagina al Nueva York del año 3000, influenciado por la obra de 1984 de George Orwell.

Algunas personas podrían pensar, que es algo parecido a lo que en su tiempo hizo Hanna-Barbera con Los Picapiedra, y su versión del futuro llamada Los Supersónicos, pero en realidad, es algo totalmente diferente:

“Después de haber creado a Los Simpson, mis objetivos para hacer caricaturas crecieron”<sup>42</sup> Y esta última afirmación se hace evidente con su nueva serie “Futurama” producida por The Curiosity Company en asociación con la Twentieth Century Fox televisión.

---

<sup>38</sup> Semanario de Política y Cultura **Etcétera**, María Cristina Rosas “Bart, personaje del siglo”, Número 289, 13 de Agosto de 1998, Pág. 26-28.

<sup>39</sup> ÁLVAREZ Berciano, Op. Cit. Pág. 152.

<sup>40</sup> Periódico **Novedades**, Sección Escenario, “Continúan festejos por el aniversario de Los Simpson”, Miércoles 01 de Marzo de 2000, Pág. E/15.

<sup>41</sup> Periódico **Reforma**, Suplemento Gente Chiquita, Silvia Elena Mora “Los Simpson se sacan un 10”, Número 110, 11 de Marzo de 2000, Pág. 10

<sup>42</sup> Revista **Mi Guía**, Montserrat García Cárdenas “Nuevos Capítulos de Los Simpson”, Edición Número 78, del 14 al 20 de Agosto de 1999, Pág. 88-91.

“Mi hermano mayor fue una gran influencia, recuerdo que él tenía muchas revistas y libros de ciencia-ficción. Siempre pensaba sobre qué sucedería si todo lo que contenían esas revistas se volviera verdad, si alguna vez pudiesen ser parte de la vida. Por eso creo que “Futurama”, está basada en esa inquietud de mi niñez.”<sup>43</sup>



Futurama, trata de las aventuras de Fry en el año de 2999.

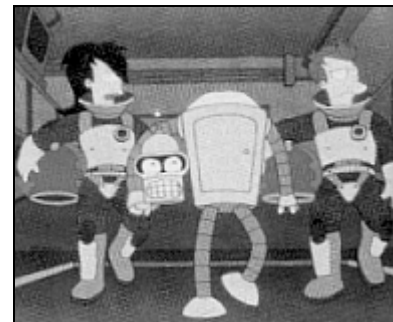
Fry y Leela, junto con BENDER, un robot neurótico, que más bien parece un ser humano por su manera de beber y fumar, conforman los principales personajes de la nueva serie de Fox, que se estrenará el próximo 15 de agosto de este año, en el canal Fox.

Podría suponerse que la serie de Futurama, es la versión del futuro de “Los Simpson”, en el espacio, pero al respecto Matt Groening menciona:

“No. Tal vez la única similitud que exista, es que los personajes nunca envejecen. Los Simpson fueron creados para niños y adultos. Futurama es pensada en el joven contemporáneo y abordará el sexo.”<sup>44</sup>

A más de una década de haberse creado Los Simpson, serie que necesita siempre de mucha atención y cuidado, la exitosa comedia animada y conocida por su humor irreverente y sus sutiles comentarios políticos, lanzados por sus amarillos protagonistas, en este siglo XXI, celebraron sus 300 episodios.

El show que presenta a esta familia, cuyo patriarca es Homero Simpson tiene ya más de 16 años en el aire y se espera que sea la más longeva de las comedias de situaciones de la historia de la televisión.



Leela, Bender y Fry, son los personajes de la serie de dibujos animados: Futurama.

<sup>43</sup> Ibidem.

<sup>44</sup> Ibidem.



Pese a su inusual éxito en la televisión, en donde los programas desaparecen al menor signo de decaimiento, el humor nervioso y atrevido de Los Simpson, ha dejado a más de una generación satisfecha

Lo que es más impresionante no es la longevidad, sino su continua alta calidad, dijo Steve Jonson, crítico de televisión del diario Chicago Tribune, hablando de uno de los programas más conocidos del mundo. “Esto, dicho claramente, es una serie que no se marchita, un tributo a su creador Matt Groening y los guionistas, pero por supuesto también a la animación que permite a los personajes entrar y salir fácilmente del surrealismo.”<sup>45</sup>



Homero Simpson y Matt Groening.

Aunque pareciera que tras tantos años de éxito y de transformarse en íconos de la cultura contemporánea en casi todo el mundo, todo está permitido para Los Simpson; Matt Groening, considera que hay temas delicados que difícilmente se abordarán en la serie animada, como el sida y la guerra en Irak.

No hay autocensura, pero el equipo creativo de la serie no quiere correr el riesgo de ofender la manera de pensar de determinadas personas sólo por tratar de ser graciosos.

Por otro lado, Matt G. también asegura que hay un proyecto para realizar una película sobre la familia estadounidense, pero que podría demorar hasta 10 años en llegar al cine, ya que es todo un desafío trasladar a Bart y compañía a la pantalla grande.

---

<sup>45</sup> Periódico **Novedades**, Sección Escenario, “Los Simpson cumplen 300 programas”, Domingo 16 de Febrero de 2003, Pág. 2/E.

“Acordamos que el filme sólo saldría si conseguimos hacer algo en que nos podamos enorgullecer y aún no tenemos nada, pienso que la cinta va a ser lanzada algún día dentro de una década, fue un proyecto anunciado prematuramente; lo único seguro de la película es que tendrá la más alta tecnología de risas.”<sup>46</sup>

Por último, dicha serie de dibujos animados culminará en los próximos años para no aburrir más a las audiencias, ya que es cada vez más difícil para su creador y el resto de su equipo, idear nuevos guiones para la serie, conocida en todo el mundo por narrar la historia de una familia en Estados Unidos.

Sin embargo, está firmado un contrato hasta el 2008 con artistas estadounidenses para las voces de los personajes Bart, Homero, Marge, Lisa y el resto de los integrantes de la familia.

Esa será la temporada número 19 de Los Simpson, aunque con ella culminará la famosa serie televisiva.

“Me encantaría llegar a los 365 episodios y de esta forma habría uno para cada día del año, sin repetición. Pero después del contrato de 2008, será el final.”<sup>47</sup>

En los últimos episodios, personajes como el amigo de Bart, Milhouse, obtendrá roles más centrales y prominentes, junto con otros personajes de Springfield.

Nadie sabrá como será el capítulo final, pero Los Simpson, han sido y serán, el programa más observado en todo el mundo, ya que a pesar de tener una competencia exhaustiva, se siguen manteniendo en el gusto de los niños, adolescentes y adultos, porque sus contenidos y personajes no han podido ser sobrepasados por ninguna otra serie como la de Los Dinosaurios, Los Reyes de la Colina, Padre de Familia, entre otras; donde se han copiado las mismas situaciones que Los Simpson manejan, y no han tenido el mismo impacto, muestra de ello, es que algunas de dichas series de dibujos animados, han salido del aire, sin tener el éxito deseado. Sin duda, la Familia Amarilla de la Televisión, ha logrado un éxito estratosférico, que nunca se imaginó tener.

---

<sup>46</sup> Periódico **El Independiente**, Sección Espectáculos, “Los Simpson al cine...”, Lunes 08 de Marzo de 2004, Pág. 10.

<sup>47</sup> Periódico **Novedades**, Sección Escenario, “Anuncian el final de Los Simpson”, Martes 05 de Octubre de 2004, Pág. 8/E.

### **3.1 PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS COMUNICATIVOS EN LA TELEVISIÓN.**

En este tercer capítulo de la tesina, se encuentra la metodología con los instrumentos de análisis. Aquí se describen cada uno de los pasos realizados mediante los cuales se llevó a cabo esta investigación. Recalcando la importancia de la investigación en este tema. Asimismo, se desarrolla el Análisis de Contenido de un episodio como ejemplificación del instrumento.

En la Televisión la mayor parte de los temas han sido seleccionados discrecionalmente por los responsables de la programación del medio. De hecho el televidente puede saber con holgada anticipación lo que puede ver en su televisor a lo largo de cada semana. En la programación discrecional se observa un incremento lento, pero continuo, de emisiones index, generalmente referidas a espectáculos deportivos y culturales. También ha aumentado la proporción de los seriales.

Salvo circunstancias excepcionales, el único tiempo que en la programación televisual está abierto al acontecer no previsible corresponde a los noticieros.

La televisión segrega el acontecer sociopolítico en los informativos, unos espacios que no contaminan, ni se contaminan, con los programas “específicos del medio”. Según las propias audiencias, poseen ese carácter específico aquellos programas que tienen una vigencia intemporal, como por ejemplo los referidos a la naturaleza y aquellos que cuando presentan un conflicto o una crisis, los cierran con alguna solución (desenlace). Reservar para los temas urgentes y abiertos tiempos y tratamientos expresivos muy ritualizados, es un modo de concebir los conflictos sociales cotidianos como unos ámbitos de referencia disfuncionales para el empleo comunicativo del medio televisual.

Los Simpson son una familia que se relaciona con su entorno social y dado que el interés de esa relación que hay, el análisis tiene que contener los dos capítulos que más se enfoquen a ello, ya que la serie trata una gran cantidad de temas de los cuales se tienen que delimitar los que servirán más.

El Entorno Social está compuesto por instituciones que transmiten el saber social y dan las pautas y estereotipos que habrán de determinar el comportamiento de los individuos en sociedad.

Las principales Instituciones Sociales son: La Familia, Los Medios de Comunicación, La Escuela, La Iglesia, La Política y El Estado.

La programación de la Televisión se adecua a los ritmos de la vida social que caracterizan a las audiencias a las que el medio se dirige.

En rasgos generales la programación toma en cuenta los intereses comunicativos, reales o supuestos, de las personas que se encuentran en su hogar en cada momento del día y las actividades que llevan a cabo en la casa.

La Televisión presta más atención a ámbitos de referencia atemporales, situaciones que implican a grupos primarios y que conciernen a la reproducción y el conflicto de las normas sociales generales; aquellas temáticas que se supone que son válidas para todos y que suceden en toda circunstancia social y política.

En la televisión la palabra cuenta con la colaboración de la imagen para cumplir su función expresiva (hay que recordar que la imagen desde el punto de vista semiótico, no tiene características que puedan traducirse directamente de manera lingüística, su forma particular de expresión es transmitir cierto tipo de organización de contenidos, es decir, que la imagen tiene características semióticas y está más o menos dotada de sentido); e incluso algunos referentes podrían ser trasladados en la televisión confiando en la imagen y el sonido, sin necesidad alguna de introducir la palabra. Sin embargo, la televisión está procediendo a utilizar la imagen como algo más que una ilustración de la palabra. En otras palabras, el código y el mensaje están presentes en la imagen.

Para analizar los usos expresivos de la Televisión, el protocolo de análisis que se presenta a continuación, recoge la siguiente información:

- Horario en el que se difunde el producto comunicativo (Los Simpson).
- Tiempo que ocupa la narración.
- Recursos expresivos:
  - Emisión acrónica y sincrónica.
  - Narración con imágenes procedentes de la filmación del acontecer o recreación en estudio de una historia, pautada como real o de ficción.
  - Recurso al dibujo animado, la imagen fija.
  - Uso del relato oral y escrito alternativo o complementario con las imágenes y en general de toda otra posible expresión sonora.
- Seriación narrativa. Se estará atento a los cortes para introducir otros productos (por ejemplo spots publicitarios, comúnmente llamados comerciales) y a la programación por capítulos.

Estos criterios son los que mejor discriminan en la Televisión los diferentes tratamientos expresivos que se hacen de los diversos productos comunicativos.

### **3.1.1 LOS ACTORES DE LA COMUNICACIÓN.**

Se ha indicado que los Actores, se designan indistintamente a quien hace cosas, a quien dice cosas y de quien se dice las cosas que hace o dice. Existe un universo de los actos, por lo que aquellas actuaciones comunicativas que son propias de la comunicación pública, se encuentran interacciones comunicativas institucionalizadas en las cuales existe la mediación de un producto comunicativo. Como se mencionó en el capítulo uno de manera general a dichos actores, aquí se especifican o concretizan a los actores que nos interesan para nuestro análisis:

1º Actores Agentes: Modifican el ecosistema con un comportamiento ejecutivo y/o expresivo, en el segundo caso, sí el recurso a la producción institucionalizada de comunicación. Igualmente son Actores Agentes los sujetos que se ven implicados en las modificaciones que se generan por estas actuaciones.

2º Actores Comunicantes que se sirven de Productos Comunicativos: Modifican el ecosistema con un comportamiento expresivo que requiere el recurso a la producción institucionalizada de comunicación. Igualmente son Actores Comunicantes a través de Sistemas Institucionales de Comunicación los sujetos que se exponen a ser afectados por esta forma de actuación, por lo que también se llaman Comunicantes.

El receptor que lee, oye o ve un relato va encontrar mencionados a determinados actores, en ocasiones señalados como Agentes, en ocasiones indicados como Comunicantes. Suponiendo que el relato sea la única noticia que el receptor tiene de las personas referenciadas, cualquier cualidad del actor de carne y hueso se le releva al usuario del relato como atributo de un personaje: es decir, como la caracterización de una clase ideal de actor que participa en la trama. Precisamente el relato del acontecer se caracteriza porque transforma a los Agentes y a los Comunicantes en Personajes.

La condición de personajes se adquiere por el hecho de actuar en el entorno, aunque lo que allí se dice que dicen o que hacen los personajes tenga por objeto dar noticia de lo que hacen o expresan Agentes y Comunicantes.

### 3.1.2 LAS FUNCIONES DE LOS ACTORES<sup>48</sup>.

Funciones de los Actores Personajes del Relato:

- Intérpretes: Personajes representativos de los sujetos que, según el relato, intervienen activamente en lo que acontece. Los intérpretes se diferencian, según la preeminencia que les confiere el relato, en Líderes y en Ayudantes:
  - Los Líderes (Héroes y Antihéroes) tienen la iniciativa de la trama y se distinguen entre sí según donde se sitúe su punto de vista etnocéntrico del Mediador.
  - Los Ayudantes pueden asumir en el relato tres funciones: como Cooperantes de un líder que intervienen directamente en las mismas acciones; como Mandatarios que ejecutan los encargos de los líderes y como Auxiliares, que proveen de medios a los Héroes y Antihéroes.
- Espectadores: Personajes representativos de los sujetos presentados como testigos de lo que sucede en el ámbito de la interacción social y/o comunicativa.

Los Espectadores se diferencian en dos clases:

- Espectadores del Acontecer: Personajes referidos a sujetos a quienes el relato les atribuye el conocimiento directo de lo que acontece, pero a quienes no se les involucra en lo que acontece.
  - Espectadores de la Comunicación: Personajes designativos de quienes según el relato conocen los actos que llevan a cabo los Comunicantes, sin involucrarse en el proceso comunicativo.
- Relatores: Personajes representativos de sujetos presentados como informantes de lo que acontece en el Sistema Social o como autores del propio relato (los creadores del producto comunicativo). Ambas funciones (bien simultánea o alternativamente) permiten distinguir los siguientes tipos de personajes relatores:

---

<sup>48</sup> Se podrá observar el cuadro de Las Funciones de los Actores en cada Nivel de Actuación en MARTÍN Serrano, Manuel, **La Producción Social de la Comunicación**, Pág. 229.

- Relatores del Acontecer: Corresponde a los personajes referidos a sujetos de quienes se dice, que han proporcionado información sobre lo que acontece.
- Relatores de la Comunicación: Personajes que designan a quienes se les atribuye, en todo o en parte, la elaboración del producto comunicativo.

Todos los mediadores identificados en el relato son clasificados, por definición, como Personajes Relatores de la comunicación, sin perjuicio de las otras funciones que les atribuye el relato.

- Destinatarios: Con estos personajes el relato presenta a determinados sujetos como Afectados por lo que sucede en el ámbito de la acción social o como receptores en el ámbito de la comunicación social.

Se distinguen dos tipos:

- Destinatarios de la Acción: Los Personajes que designan a quienes el relato les atribuye el papel de beneficiarios o damnificados por los actos de los Agentes.
  - Destinatarios de la Comunicación: Los Personajes representativos de quienes se dice que son los receptores a quienes les está designado el producto comunicativo.
- Controladores: Los Personajes que corresponden a quienes, según el relato, intervienen en el proceso de interacción social y comunicativa. Se establecen dos categorías:
    - Controladores de la Acción: Personajes referidos a quienes el relato indica que se sirven de los otros Agentes para controlar cómo suceden las cosas.
    - Controladores de la Comunicación: Personajes que representan a quienes se dice que se sirven de los Comunicantes para controlar la interacción comunicativa.

El modelo que se ha propuesto distingue tres diferentes funciones, que pueden desempeñar los personajes mencionados en el producto comunicativo; funciones relativas a la pasión; referidas a la acción y correspondientes a la información.

#### a) Los Destinatarios (Actores de la pasión)

Los destinatarios de la acción son los personajes que se refieren a los Afectados: actores que, presentes o no en el teatro de los acontecimientos, el relato señala como beneficiarios o perjudicados por lo que acontece o por lo que los otros actores hacen. La existencia de Destinatarios sirve habitualmente para justificar el comportamiento de los otros personajes.

#### b) Los Intérpretes Principales (Actores de la Acción)

Son los personajes que asumen la función de héroes o de antihéroes en el relato de la acción que se narra.

En los MCM los héroes son la categoría más numerosa; incluso más abundante que los Comparsas y Testigos. En cambio, los Antihéroes, son relativamente escasos.

#### c) Ayudantes (Intérpretes secundarios de la acción)

Entre los ayudantes se distingue a los Cooperantes, los Mandatarios y Auxiliares. Existe un grupo que colabora con el Héroe y otro que lo hace con el Antihéroe.

En los MCM el séquito de Colaboradores, Cómplices, Animadores del Héroe suele ser más numeroso que el del Antihéroe. El volumen de ayudantes que emplea el Héroe para alcanzar sus objetivos está en relación con la representatividad institucional que asume el actor a quien se le atribuye el protagonismo de la acción.

#### d) Observadores (Actores de la Información)

Se incluye en este grupo a los Relatores y a los Espectadores. Los Relatores del Acontecer son los personajes narradores, presentados como conocedores directos o indirectos de lo que ocurre. Los Espectadores son personajes caracterizados por ser meros testigos de lo que acontece.

El número de Observadores de los que hay constancia en el relato de los MCM es inferior al de Intérpretes, Protagonistas y Comparsas. La inclusión o exclusión en el relato de personajes en el papel de observadores directos no es el reflejo automático de su presencia en los hechos.

### **3.1.3 DESCRIPCIÓN DE LOS ACTORES.**

Nuestra cultura concibe que los agentes encarnan un destino en el drama de la acción social: por eso es posible que puedan describirse sus actos recurriendo a las funciones estereotipadas que cumplen los personajes en el relato.

En la Televisión la mera presencia en imágenes del actor que representa el personaje supone una manifestación más o menos intencionada de sus rasgos físicos, y para el receptor sensible, un viso de sus rasgos de personalidad.



La identificación de los personajes, se da con la atribución al sexo, ya que en la televisión suele ser posible identificar el sexo del actor que encarna el personaje a partir de los datos implícitos.

Los datos muestran que existen pautas en el relato, utilizadas para señalar que a los hombres y a las mujeres les conciernen funciones distintas:

1º La mención expresa al sexo (tanto masculino como femenino) aparece cuando se subraya el papel protagonista (es decir, de bueno) que tiene el actor con la acción; o bien cuando se quiere recalcar que el personaje Destinatario designa a un beneficiario de la acción (Afectado).

2º Los Prototipos (Héroes y sus Cooperantes) de quienes se subraya explícitamente el sexo representan a agentes que actúan en ámbitos diferentes según que sean hombres o mujeres. La condición de varón se menciona cuando los prototipos cumplen funciones situadas en el ámbito político, y que hacen referencia a la vida social activa (por ejemplo, puestos de trabajo donde se toman decisiones). La condición de mujer se indica cuando el prototipo desempeña funciones situadas en el ámbito privado.

3º La mención al sexo del personaje beneficiario del afán de los otros (Destinatario) también depende del ámbito en el que esté incluida la acción. Cuando la acción que se describe en el relato tiene efectos públicos, se subraya la condición masculina del Destinatario, cuando tiene efectos privados, se hace constatar su condición femenina.

La mención del sexo se reserva con más frecuencia para los personajes que representan al individuo que desempeña tareas socialmente bien evaluadas. La discriminación sexual (en el ámbito de la mención de uno u otro sexo, en unas u otras funciones) generalmente es indicativo de la división técnica entre hombres y mujeres.

La atribución de la edad<sup>49</sup>, en el medio de la televisión, suele indicarse expresamente cuando está en la madurez y acostumbra a silenciarse cuando es un joven o un anciano.

La referencia a las cualidades físicas del actor que encarna el personaje es poco corriente: depende del rol que tiene asignado. La ausencia de datos sobre el físico de los actores a la hora de diferenciar sus roles es un rasgo muy característico de la comunicación que se refiere a la marcha de los asuntos públicos. En cambio los temas privados suelen generar una mayor atención de los medios de comunicación al aspecto del actor que asume el personaje.

---

<sup>49</sup> La edad se analiza según las etapas biológicas (y no según los años). Los Personajes se diferencian en niños, jóvenes, adultos, maduros, ancianos.

Por último, en los MCM es mucho más abundante la atribución de cualidades morales que de cualidades físicas a los actores que desempeñan los roles. Las menciones expresas a rasgos morales son relativamente menos frecuentes en la descripción de los actores que intervienen en ámbitos sociopolíticos.

### **3.2 ANÁLISIS DE CONTENIDO.**

La investigación metodológica, es el análisis de contenido, mediante la aplicación de la Mediación Social de Manuel Martín Serrano, en la categoría de los Actores-Personajes. Se considera que el aplicar los conceptos de Martín Serrano en un instrumento de análisis de contenido, se puede conocer la estructura del mensaje televisivo desde un ángulo distinto que permite clasificar al contenido por categorías. Algunos Análisis de Contenido descifran gramaticalmente el texto, en este caso, se clasificará por categorías e imágenes y ello nos da una visión sumaria de los análisis.

La propuesta es manejar las categorías de Actores-Personajes, desde su organización funcional de personajes arquetípicos, para conocer la manera en que el acontecer público es retomado del Sistema Social y presentado después por el creador (Matt Groening) y el medio de Comunicación (Televisión).

Algunos análisis de contenido no profundizan, en las acciones de los personajes que aparecen en el programa, mientras que en esta propuesta sí lo hace y pone especial atención a la manera como fueron tratados los personajes en el relato.

La verificación de las categorías de la Mediación Social de Martín Serrano, se llevará de acuerdo con su validez y su finalidad.

El logro de la verificación permitirá conocer los modelos representativos que proponen los relatores del acontecer social en los relatos del programa de entretenimiento llamado Los Simpson.

Primero, su validez se comprobaría mediante un instrumento que permita medir las categorías manejadas en el análisis y que siempre sean medibles de esa forma y por cualquier persona que utilice el instrumento.

Segundo, su objetividad consiste en que no se cambiarán las categorías establecidas en el instrumento cada vez que sea aplicado, ya que las categorías de Manuel Martín Serrano son conceptos muy concretos y especiales, que no corren el riesgo de ser afectados por la personalidad del investigador o por el momento en que se presente o desarrolle el análisis.

### 3.2.1 ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO PARA EL ANÁLISIS.

Para formular el Instrumento de análisis se ubican las categorías de los Actores-Personajes, los cuales forman el modelo de la Mediación, que va de lo general a lo particular, y se diagrama en una red conceptual, lo cual permite apreciar las relaciones de antecedentes-consecuencias así como los conceptos, así como los conceptos coordinados. Se presenta el cuadro de la página 87 con dos finalidades:

- 1º Organizar los conceptos de lo simple a lo complejo y
- 2º Servir de apoyo para elaborar un instrumento que permita analizar de manera sistemática y accesible los relatos del mensaje televisivo.

Al establecer una red conceptual con los conceptos básicos que sustenten la teoría de la Mediación (actores-personajes), se busca como principal objetivo, aplicar estas categorías en los relatos de la televisión del programa antes mencionado, para el análisis. Para ello, se recurre a la elaboración de una matriz de doble entrada, en la cual se manejan los niveles de actuación (de la acción ejecutiva y/o expresiva, de la información, de la pasión y del control). Dicha matriz nos da las características que distinguen y diferencian a cada una de las funciones de los actores de Los Simpson. Es decir, que se interrelaciona la función del actor como personaje del relato audiovisual.

Según Manuel Martín Serrano existen trece actores-personajes en la Mediación Social<sup>50</sup>, los cuales se dividen en Intérpretes y Observadores. Los primeros se dividen a su vez en Líderes (héroes y antihéroes) y Ayudantes (cooperantes, mandatarios, auxiliares), mientras que los observadores del acontecer se dividen en espectadores (que pueden ser del acontecer y/o de la comunicación) y relatores del acontecer y de la comunicación.

Existen también Destinatarios que se dividen en destinatarios ya sea de la acción y/o de la comunicación. Por último, aparecen los Controladores y los cuales pueden ser de dos tipos: de la acción y de la comunicación.

Todos los conceptos de actores-personajes con funciones específicas que se citaron en la primera parte del presente trabajo y que se agrupan en el instrumento de análisis, son las categorías que señala el doctor Manuel Martín Serrano en su modelo.

Al principio de cada análisis, se muestra un pequeño resumen del episodio, con los principales acontecimientos, imágenes del episodio, diálogos divertidos y los momentos más destacados del programa.

---

<sup>50</sup> MARTÍN Serrano, Manuel, La Producción Social de la Comunicación, Pág. 229.

Otros datos importantes de identificación de cada relato son: Tema, Episodio, Fecha de la Emisión, Canal de Transmisión y Horario.

En la parte inferior del instrumento, se destaca un espacio para señalar el nombre o nombres completos de los actores personajes en el relato. Ello es así porque al identificar a cada una de las funciones que fueron asignadas a los actores.

Se anexa el instrumento ya terminado con todas las características que se requieren para ser aplicado al relato televisivo y de esta forma, realizar un "Análisis de Contenido".

A continuación se definen de acuerdo con el Marco Teórico, cada uno de los actores-personajes, tal como se manejan en el instrumento.

Para poder comprender mejor las definiciones que a continuación se presentan, se cita el episodio de Los Simpson llamado "El día que murió la violencia".

Los actores-personajes que se localizaron en el relato del programa de Los Simpson, mediante la aplicación del instrumento son:

- 1) Héroes: Confirma la versión de los hechos; en la mayoría de las ocasiones tiene la iniciativa de los mismos y realiza un juicio de existencia. (un ejemplo sería el de Bart Simpson y Lester)
- 2) Antihéroes: Es un líder que se antepone al héroe y es aquel que aparece en el relato negando y desmintiendo su implicación con los hechos del acontecer por medio de juicios denegatorios (Bart Simpson).
- 3) Cooperantes: Son los ayudantes de los líderes, en la diferencia de que intervienen en las mismas acciones del líder, confirmando pero no aceptando su implicación en el relato (el Cooperante del Héroe sería Lisa Simpson y Eliza y el Cooperante del Antihéroe es la antes mencionada Lisa).
- 4) Mandatarios: Es el que ejecuta los encargos del líder (se tiende a manejar más mandatarios del líder héroe que del antihéroe). El Jefe de la Familia Simpson, Homero sería el Mandatario del Antihéroe.

- 5) Los Auxiliares: Como ayudantes de cualquiera de los líderes, provee de medios a los héroes o antihéroes (que en esta ocasión es Marge Simpson y Lionel Hutz) para su actuación en el acontecer.

Estos cinco primeros actores-personajes se encuentran en el nivel de la actuación expresiva y son en sí los intérpretes del Acontecer Social en cada uno de sus niveles.

- 6) Espectadores del Acontecer: Son aquellos que conocen lo que acontece, pero no se involucran; aparecen como testigos dando fe de lo que ocurre (El Chico de los Cómics-Books y Krusty, El Payaso).
- 7) Espectadores de la Comunicación: Es el que conoce los actos de los comunicantes, sin involucrarse en el proceso comunicativo, presencia la mediación entre el modelo o el relato y el acontecer con los actores como personajes.
- 8) Relatores del Acontecer: Son los que proporcionan información sobre lo que acontece (John Swartzwelder y Wesley Archer) y expresan su solidaridad a los Agentes Comunicadores o Instituciones.
- 9) Relatores de la Comunicación: Son los que producen todo o parte del producto comunicativo y expresan su solidaridad a los Agentes, Comunicativos o Instituciones, según sea el caso (por ejemplo, Matt Groening, James L. Brooks, Sam Simon y la Televisión como MCM).

Los actores-personajes, desde el espectador del acontecer hasta el relator de la comunicación, son aquellos que observaron el hecho social y se encuentran en el nivel de actuación de la información, ya que dan cuentas en diferentes formas, de lo que observan.

- 10) Destinatarios de la Acción: Es el actor que se ve beneficiado por los actos de los agentes (Chester J. Lampwick) y da o quita legitimidad a los intérpretes y a los relatores del acontecer, dependiendo de lo que éstos hagan o digan.
- 11) Destinatarios de la Comunicación: Es aquel al cual se dirige el producto comunicativo (aquí se mencionan a los niños que ven la caricatura de Tomy y Daly y a los Televidentes).

Tanto el destinatario de la acción como el de la comunicación, son los que reciben los beneficios del acontecer y de la comunicación, concentrándose en el nivel de la pasión.

12) Controladores de la Acción: Es el actor que se sirve de los actores agentes para controlar la manera como suceden las cosas: la Suprema Corte de Justicia de los Estados Unidos, que en este caso es representada por el Juez Snyder y el Servicio Postal de los Estados Unidos.

13) Controladores de la Comunicación: Es el actor que se sirve de los comunicantes para controlar la interacción comunicativa. En muy pocas ocasiones, Los Simpson hacen mención de la cadena Fox, pero aquí no es el caso.

Los controladores de la acción y de la comunicación son aquellos que pueden manejar tanto lo que ocurrió en el acontecer como lo que de ésta se puede decir en la comunicación; ambos actores se encuentran en el último nivel de la actuación, el del control.

Todos los niveles de actuación como las funciones que determinan cómo fueron manejados los personajes del Sistema de Referencia, se encuentran conjugados en el instrumento de análisis de contenido.

TEMA:	EPISODIO:													
	INTERPRETES						OBSERVADORES							
	LÍDERES		AYUDANTES		ESPECTADOR		RELATORES		DISTRIBUIDOR		CONTROLADOR			
Hánc	And.	Cooper.	Blancos.	Auxiliar	Asent.	Coop.	Asent.	Coop.	Asent.	Coop.	Asent.	Coop.		
FECHA DE EMISIÓN:														
CANAL DE TRANSMISIÓN:														
HORARIO:														
<b>NIVEL DE ACTUACIÓN</b> <b>EXCLUSIVA</b> <b>INFORMACION</b> <b>PASO A PASO</b>	¿Quién aparece confirmando la versión de los hechos, teniendo la iniciativa de los mismos, mediante un juicio de existencia? ¿Quién niega y desmiente su implicación en los hechos del acontecimiento, por medio de juicios deslegitimados? ¿Existe algún Actor que provea de los Medios a los Actores Máximos y Actrices para su actuación en el acontecimiento? ¿Aparece el Actor en las mismas acciones que del Líder, confirmando su implicación en éstas, pero sin aceptar esa implicación? ¿Se da en el relato quién ejerce los encargos del Líder y aparece un número mayor de ellos del lado del Héroe? ¿Existe el Actor que conoce lo que acontece, pero no se le involucra y sólo aparece como Testigo que da fe de lo que ocurre? ¿Está mencionado el Actor que conoce los actos de los Comunicantes sin involucrarse en el Proceso Comunicativo pronunciando la Meditación? ¿Aparece el Actor que proporciona información sobre lo que acontece? ¿Existe el Actor que produce todo o parte del Producto Comunicativo? ¿Hay el Actor que se ve beneficiado o perjudicado por los Act. de las Actrices y que sirve para dar o quitar legitimidad en lo que hacen o dicen los Inter. y Act. del Acontecimiento? ¿Existe aquel actor al que le está designado el Producto Comunicativo? ¿Aparece el actor que es clave de los otros Actrices, para controlar cómo suceden las cosas? ¿Está mencionado el actor que es clave de los Comunicantes para controlar la institución Comunicativa?													
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	

### 3.2.2 USO DEL INSTRUMENTO.

El Instrumento de Análisis de Contenido, nos permitirá conocer cuáles son los actores que aparecen en el relato televisual, de la muestra se podrá conocer cómo fueron manejados por los relatores del Sistema Social. Asimismo, dicha metodología permitirá conocer, desde otro ángulo, una forma de analizar los textos audiovisuales de la familia amarilla.

La forma en que se aplica el instrumento es rápida y accesible, si se manejan con precisión los conceptos básicos de los actores-personajes. Al conocer a éstos, será más fácil determinar qué función le otorga el relator al actor en su actuación en el acontecer social.

La manera de aplicar el instrumento es:

1º Se observa el relato audiovisual (El programa de Los Simpson) para encontrar los datos esenciales del mismo: Tema, Episodio, Fecha de la Emisión, Canal de Transmisión y Horario.

2º Se observa detalladamente el relato, anotando a su paso, los nombres de los actores personaje que maneja el producto comunicativo.

3º Se procede a aplicar las trece preguntas que aparecen en el margen izquierdo de la red conceptual del relato, para identificar por medio de la selección, qué función realiza cada actor en el relato audiovisual; después se procede a relacionarlos con los nombres correspondientes debajo de la confirmación de sí, cuando aparece un actor desarrollando esa función, cuando el relator no contempla a este actor, para ello existe una línea diagonal que une la esquina superior izquierda con la esquina inferior derecha y sobre la cual se debe marcar con una estrella la palabra sí o no. Esto es exclusivo para cada función y actor; cada afirmación o negación del actor que se maneja, será respuesta única por pregunta y función, es decir que son excluyentes entre sí.

4º El instrumento se lee de arriba hacia abajo, para su aplicación en el relato.

5º En la parte correspondiente a los actores en el relato, se escribe el nombre del actor-personaje y/o actores-personajes de acuerdo con la función en que fue manejado en cada relato, ya sea héroe, cooperante, mandatario, etcétera.

6º Después de aplicar un formato de instrumento por cada relato, se realizará el análisis de los resultados y su interpretación.



### **3.2.3 EJEMPLIFICACIÓN DEL INSTRUMENTO PARA EL ANÁLISIS DE LOS ACTORES PERSONAJES.**

En este apartado se establecerá la forma en que fue aplicado el instrumento de la investigación de las funciones de los actores-personajes, en la muestra universo para hacer la confirmación o negación de la hipótesis.

Se aplicó el Instrumento al relato televisivo:

1º Se buscó el material en la videografía personal del investigador, para tener el video seleccionado.

2º Para realizar la comparación, se estableció una parte como muestra.

3º Al tener separados a los actores-personajes de cada escena, se dio el resultado respecto al número de apariciones en el relato de los personajes.

4º Se procedió a separar los resultados de todas las escenas del video, para poder sumarlos y tener un resultado total que sumó 544 apariciones de los actores personajes en el relato televisual.

5º Finalmente se procedió a hacer una lista, para obtener la totalidad de apariciones de todos los actores-personajes y poder corroborar la cantidad arrojada. Posteriormente, se aplicó el instrumento, relato por relato.

Al final del ejemplo que aparece “El día que murió la violencia”, genera datos del relato. Al final se hace un comentario sobre la aplicación del instrumento.

## ➤ EL DÍA QUE MURIÓ LA VIOLENCIA

Mientras presencia el desfile de Tomy y Daly, Bart conoce a Chester J. Lampwick, quien dice que Roger Meyers, Sr. le robó el personaje de Daly. Como prueba, Chester enseña a Milhouse y a Bart una vieja película de Daly de 1919, pero el calor del proyector funde el film.

Bart y Chester visitan a Roger Meyers, Jr. en los Estudios de Tomy y Daly, donde Chester le reclama a Meyers 800 millones de dólares por daños y perjuicios. Cuando Meyers los echa del estudio, contratan a Lionel Hutz para que presente una demanda. Cuando Chester está a punto de perderla, Bart saca un antiguo dibujo de Daly, hecho a lápiz y tinta, y que muestra que es anterior al dibujo animado de Meyers. El juez dicta sentencia favorable a Chester y los Estudios de Tomy y Daly tienen que cerrar.

Obligados desde entonces series de dibujos animados aburridas, Bart y Lisa intentan sin éxito que Meyers y Chester hagan un pacto. Mientras que Lester y Eliza, dos niños con un increíble parecido a Bart y Lisa, terminan la situación al acusar al Servicio Postal de los Estados Unidos de plagiar otro personaje de Roger Meyers, Jr. Tras cobrar una indemnización del Gobierno, los Estudios de Tomy y Daly vuelven abrir y a producir dibujos animados.



*Episodio 3F16, emitido originalmente el 17.3.96*

## ➤ MOMENTOS ESTELARES

-Marge: ¡Bart, Lisa, ¿A dónde creen que van? son las once de la noche!

-Bart: Al centro.

-Lisa: Apartar lugares para el desfile de Tomy y Daly.

-Marge: No voy a permitir que mis hijos se queden en una calle fría y peligrosa de noche. Ve con ellos Homero.

-Homero: ¡Ohhh! ¡Que se lleven la pistola!

“Me robó el personaje en 1928. Cuando fui a quejarme, me echó a patadas de su oficina y me lanzó un yunque. Por suerte, usaba yo paraguas en esa entonces” Chester cuando creo a Daly.

-Bart: ¿Usted inventó a Daly? ¿El Daly de “Tomy y Daly”?

-Chester: Claro. Yo inventé el concepto de la violencia en los dibujos animados. Antes, lo único que hacían los personajes era tocar el ukelele. Yo lo cambié.

-Bart: Bueno, no dudo de usted, pero... (pausa) pero no sé como terminar la frase.

El primer Daly: El corto de Lampwick, “Daly, el Ratón Afortunado en: Locura en Maniatan”, vemos a Daly golpeando la cabeza de un irlandés con una bombilla y metiendo su barba en un escurridor de ropa. Después corta la cabeza de Teddy Roosevelt con un hacha. Cubierto de sangre, le guiña el ojo a la cámara.

“Es un buen hombre. Cada Navidad va al depósito de animales, y rescata a un gato, para dárselo a una familia hambrienta.” Bart hablando de Roger Meyers, Jr.

“La animación se ha construido con el plagio. Si alguien no hubiera plagiado ‘Los Recién Casados’ no existirían ‘Los Picapiedra’. Si no hubieran plagiado al ‘Sargento Bilko’, no habría ‘Don Gato y su pandilla’. ¿‘Huckleberry Hound’, ‘el jefe Gógori’, ‘El Oso Yogi’, ‘Los tres Chiflados’, Conan, el Bárbaro, Rambo?...”

➤ **EL DÍA QUE MURIÓ LA VIOLENCIA.**

**ACTORES PERSONAJES**

**NÚMERO DE APARICIONES  
EN EL RELATO**

**ESCENA 1 INTERIOR DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Bart Simpson	7
Lisa Simpson	7
Tomy	2
Daly	2
Kent Brookman	1
Admiradores de Tomy y Daly	2
Homero Simpson	2
Marge Simpson	4
	<hr/>
	27

**ESCENA 2 CALLE DEL DESFILE DEL 75 ANIVERSARIO DE TOMY Y DALY.**

Homero Simpson	3
Bart Simpson	3
Lisa Simpson	3
Mujer	1
Hombre	1
	<hr/>
	11

**ESCENA 3 TIENDA DE REVISTAS.**

Bart Simpson	8
Lisa Simpson	4
Admiradores de Tomy y Daly	7
Chico de los Cómics-Books	6

Tomy	1
Pollita	1
Daly	3
	<hr/>
	30

**ESCENA 4 CALLE DEL DESFILE DEL 75 ANIVERSARIO DE TOMY Y DALY.**

Homero Simpson	7
Bart Simpson	18
Lisa Simpson	4
Admiradores de Tomy y Daly	3
Nacho	2
Laurita	2
Roger Meyers Sr.	2
Roger Meyers Jr.	3
Tomy	1
Daly	3
Chester J. Lampwick	9
	<hr/>
	54

**ESCENA 5 ESCUELA DE SPRINGFIELD.**

Milhouse Van Houten	3
Bart Simpson	7
Chester J. Lampwick	6
Daly	5
Irlandés	1
Teddy Roosevelt	2
	<hr/>
	24

**ESCENA 6 INTERIOR DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Bart Simpson	
Chester J. Lampwick	6
Homero Simpson	5
Marge Simpson	6

6

	5
Lisa Simpson	3
Maggie Simpson	1
Bola de Nieve	
	<hr/>
	32

**ESCENA 7 ESTUDIOS DE TOMY Y DALY.**

Roger Meyers Jr.	1
Roger Meyers Sr.	1
Bart Simpson	3
Chester J. Lampwick	3
Policia	1
	<hr/>
	9

**ESCENA 8 DESPACHO LEGAL.**

Lionel Hutz	3
Bart Simpson	2
Chester J. Lampwick	2
	<hr/>
	7

**ESCENA 9 PUERTA DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Homero Simpson	4
Marge Simpson	2
Maggie Simpson	2
Lisa Simpson	2
Bart Simpson	5
Chester J. Lampwick	2
	<hr/>
	17

## ESCENA 10 COCINA DE LA FAMILIA SIMPSON.

Marge Simpson	4
Maggie Simpson	2
Chester J. Lampwick	6
Bart Simpson	3
Homero Simpson	5
Lisa Simpson	2
El Abuelo Simpson	6
	<hr/>
	28

## ESCENA 11 SUPREMA CORTE DE JUSTICIA.

Abogado de Roger Meyers Jr.	17
Juez Snyder	10
Secretario	1
Público	14
Roger Meyers Jr.	6
El Oso Latoso	1
La Cabra Enojona	1
El Zorro Flatulento	1
El Rico Tío Esqueleto	1
El Perro Comelón	1
Chester J. Lampwick	12
Lionel Hutz	20
Krusty, El Payaso	9
El Caballo Sarcástico	1
El Cartero Maniático	1
Bart Simpson	5
Homero Simpson	1
Marge Simpson	1
Testigos Sorpresa	6
	<hr/>
	109

## ESCENA 12 TIENDA DE REVISTAS.

Bart Simpson	1
	<hr/>
	1

**ESCENA 13 SUPREMA CORTE DE JUSTICIA.**

Público	6
Chester J. Lampwick	3
Bart Simpson	4
Juez Snyder	6
Daly	3
Abogado de Roger Meyers Jr.	2
Roger Meyers Jr.	4
Lionel Hutz	1
Marge Simpson	1
Homero Simpson	1
Lisa Simpson	1
Krusty, El Payaso	1
	<hr/>
	33

**ESCENA 14 ESTUDIOS DE TOMY Y DALY.**

Roger Meyers Jr.	3
Bart Simpson	7
Chester J. Lampwick	5
	<hr/>
	15

**ESCENA 15 ADENTRO DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON, EN LA PUERTA.**

Homero Simpson	4
Marge Simpson	4
Maggie Simpson	3
Lisa Simpson	3
Bart Simpson	3
Chester J. Lampwick	5
	<hr/>
	22



**ESCENA 16 SALA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Bart Simpson	3
Lisa Simpson	3
Krusty, El Payaso	1
La Enmienda	1
Niño	1
Congresista	1
	<hr/>
	10

**ESCENA 17 HOTEL.**

Bart Simpson	4
Lisa Simpson	4
Roger Meyers Jr.	5
	<hr/>
	13

**ESCENA 18 AFUERA DE LA CASA DE ORO PURO DE CHESTER J. LAMPWICK.**

Kent Brookman	1
Perros	2
Chester J. Lampwick	6
Bart Simpson	3
Lisa Simpson	3
	<hr/>
	15

**ESCENA 19 SALA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Homero Simpson	3
Bart Simpson	2
Lisa Simpson	2
	<hr/>
	7

**ESCENA 20 COCINA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Bart Simpson	6
Lisa Simpson	6
Marge Simpson	3
	<hr/>
	15

**ESCENA 21 AFUERA DE LOS ESTUDIOS DE TOMY Y DALY.**

Bart Simpson	8
Lisa Simpson	8
Roger Meyers Jr.	9
Público	7
Lester	8
Eliza	4
Apu	3
Krusty, El Payaso	1
	<hr/>
	48

**ESCENA 22 SALA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Bart Simpson	6
Lisa Simpson	4
Tomy	1
Daly	1
Lester	3
Eliza	1
Marge Simpson	1
	<hr/>
	17

**Total de Personajes: 544**

**APARICIÓN TOTAL DE LOS ACTORES PERSONAJES EN EL  
CAPÍTULO “ EL DÍA EN QUE MURIÓ LA VIOLENCIA “**

<b>ACTORES PERSONAJES</b>	<b>NÚMERO DE APARICIONES EN EL RELATO</b>
Bart Simpson	
Lisa Simpson	114
Tomy	61
Daly	5
Kent Brookman	17
Admiradores de Tomy y Daly	2
Homero Simpson	12
Marge Simpson	36
Mujer	26
Hombre	1
Chico de los Cómics-Books	1
Pollita	6
Nacho	1
Laurita	2
Roger Meyers Sr.	2
Roger Meyers Jr.	3
Chester J. Lampwick	31
Milhouse Van Houten	64
Irlandés	3
Teddy Roosevelt	1
Maggie Simpson	2
Bola de Nieve	10
Policia	1
Lionel Hutz	1
El Abuelo Simpson	24
Abogado de Roger Meyers Jr.	6
Juez Snyder	19
Secretario	16
Público	1
El Oso Latoso	27
La Cabra Enojona	1
El Zorro Flatulento	1
El Rico Tío Esqueleto	1
El Perro Comelón	1
Krusty, El Payaso	1
	12

El Caballo Sarcástico	
El Cartero Maniático	1
Testigos Sorpresa	1
Enmienda	6
Niño	1
Congresista	1
	1
<b>Perros</b>	2
	11
<b>Lester</b>	5
	3
<b>Eliza</b>	
	<hr/>
<b>Apu</b>	544

**Total de Personajes: 544**

ANÁLISIS DE CONTENIDO PARA LA FAMILIA AMARILLA: EJEMPLIFICACIÓN.

TEMA: El día que murió la violencia.		INTERPRETES					OBSERVADORES								
FECHA DE EMISIÓN: 17 de Marzo de 1996.		AYUDANTES					RELATORES								
CANAL DE TRANSMISIÓN: Canal 7 Televisión Azteca.		ESPECTADOR					CONTROLADOR								
HORARIO: 20:00 a 20:30 Hrs.		Héroe	Anti.	Coopera	Mandat.	Asesinar	Asent.	Com.	Asent.	Com.	Asesinar	Com.	Asesinar	Com.	
NIVEL DE ACTUACION	EXPLICACION	¿Quién aparece confirmando la versión de los hechos, tentado la iniciación de los mismos, mediante un juicio de existencia?	*Si												
		¿Quién niega y desmiente su implicación en los hechos del acontecer, por medio de juicios denegatorios?	No	*Si											
		¿Existe algún Actor que provea de los Medios a los Actores Héroe y Antihéroese para su actuación en el acontecer?		No	*Si										
		¿Aparece el Actor en las mismas acciones que del Líder, confirmando su implicación en ésta, pero sin aceptar esa implicación?			No	*Si									
		¿Se cita en el relato quién ejecuta los encargos del Líder y aparece un número mayor de ellos del lado del Héroe?				No	*Si								
		¿Existe el Actor que conoce lo que acontece, pero no se le involucra y sólo aparece como Testigo que da fe de lo que ocurre?						No	*Si						
	-RECORREDO DE	BASES DE CONTROL	¿Es mencionado el Actor que conoce los actos de los Comunicantes sin involucrarse en el Proceso Comunicativo pronunciando la Misificación?						Si						
			¿Aparece el Actor que proporciona Información sobre lo que acontece?							*Si					
			¿Existe el Actor que produce todo o parte del Producto Comunicativo?							No	*Si				
			¿Hay el Actor que se ve beneficiado o perjudicado por los Act. de los Agentes y que sirve para dar o quitar legitimidad en lo que hacen o dicen los Inter. y Act. del Acontecer?									No	*Si		
	NO	CONTROL	¿Existe aquel actor al que le está designado el Producto Comunicativo?									No	*Si		
			¿Aparece el actor que se sirve de los otros Agentes, para controlar cómo suceden las cosas?											No	*Si
			¿Es mencionado el actor que se sirve de los Comunicantes para controlar la Institución Comunicativa?											Si	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	*No

1 Bart Simpson y Lester.	4 John Swartzwelder y Wesley Archer.
2 Bart Simpson.	8 Matt Groening, James L. Brooks, Sam Simon y la Televisión como MCM.
3 Lisa Simpson y Eliza.	9 Roger Meyers Jr., su Abogado y Chester J. Lampwick.
4 Homero Simpson.	10 Los Televidentes (Niños).
5 Marge Simpson y Lionel Hutz.	11 La Suprema Corte de Justicia, el Juez Snyder y el Servicio Postal de los E.U.
6 El Chico de los Cómics-Books y Krusty, El Payaso.	

## **FUNCIONES DE LOS ACTORES**

➤ Intérpretes: Bart y Lisa Simpson.

- Líder: Bart Simpson.
- Héroe: Bart Simpson y Lester.
- Los Ayudantes: Lisa Simpson.
- Cooperantes del Héroe: Lisa Simpson y Eliza.
- Cooperantes del Antihéroe: Lisa Simpson.
- Mandatarios del Héroe: X
- Mandatarios del Antihéroe: Homero Simpson
- Auxiliares del Héroe: X
- Auxiliares del Antihéroe: Marge Simpson y Lionel Hutz.

➤ Espectadores: Admiradores de Tomy y Daly, el Público y el Público Televidente.

Los Espectadores se diferencian en dos clases:

- Espectadores del Acontecer: El Chico de los Cómics-Books y Krusty, El Payaso.
- Espectadores de la Comunicación: X
- Relatores del Acontecer: John Swartzwelder y Wesley Archer.
- Relatores de la Comunicación: Matt Groening, James L. Brooks, Sam Simon y la Televisión como MCM.

➤ Destinatarios: Chester J. Lampwick y Roger Meyers Jr.

Se distinguen dos tipos:

- Destinatarios de la Acción: Chester J. Lampwick, como beneficiario y como damnificado a Roger Meyers Jr.
- Destinatarios de la Comunicación: Los niños que ven la caricatura de Tomy y Daly y Los Televidentes.

➤ Controladores:

Se establecen dos categorías:

- Controladores de la Acción: La Suprema Corte de Justicia de los Estados Unidos, que en este caso es representada por el Juez Snyder y el Servicio Postal de los Estados Unidos.
- Controladores de la Comunicación: X

Cuando se asigna al actor, nos da una función en el relato, se señala su nombre en cada función, así como el número de veces en que realiza la misma.

Se señala con una estrella la respuesta (si o no) dependiendo de si aparece o no en el relato el actor que se menciona. La línea diagonal antes mencionada permite que cada pregunta explique a los demás.

En la parte inferior aparece un espacio para mencionar el nombre de los actores por función o funciones asignadas.

Debido a que al dar cuenta de un hecho, el relato maneja los tiempos presente, pasado y futuro, sólo se tomó a los actores manejados en el tiempo presente.

Los actores personajes que se manejaron en cada relato, serán citados por su nombre.

Los cuadros de resultados, por el manejo de las cifras, podría hacerse tediosa la lectura de los mismos. Por ello se decidió manejar los resultados en una forma más concreta.

Se manejó básicamente los resultados que permiten concluir cómo fueron manejados los personajes de Los Simpson.

El manejo de resultados se hace de acuerdo a las cantidades presentadas por el análisis. Los actores importantes serán aquellos que obtengan las cantidades más altas, éstas dependerán de la vinculación que como actor personaje, establezcan con los actores principales.

Sólo se manejan nombres y cantidades de los actores personajes que más sobresalieron.

En este cuarto capítulo, se encuentra la interpretación de la información obtenida de los episodios analizados, para manifestar las funciones de los actores en el relato.

Posteriormente se encuentran las conclusiones, que no son más que el análisis de toda la información obtenida a lo largo del desarrollo de esta investigación, aunada a mi inquietud por poder generar una propuesta.

El impacto que el televidente recibe de los medios de comunicación de masas, es bastante considerable en nuestra cultura occidental. Se llega a afirmar, y creo que no hay equivocación, que el número de horas que los receptores pasan delante de un medio como el televisivo, es superior al de otros medios. Algunos autores llegan incluso a afirmar que la única actividad usual que la supera es la de dormir.

Esta influencia no es sólo cuantitativa, sino también cualitativa, debido a la diversidad de medios con los que el sujeto establece interacciones en la actualidad. Junto a la televisión, otros medios empiezan a ganar terreno y significado: el video, la computadora y los videojuegos.

Hay que dejar claro, que aunque las referencias son dirigidas a los medios de comunicación de masas o social, se centra en un medio básico, la Televisión; ya que hoy por hoy es el más significativo. Por otra parte, aunque es cierto, que el número de horas dedicadas a la observación de programas televisivos depende entre otras variables de la edad, sexo y clase social a la que pertenezca el sujeto. También lo es, que la exposición por el sujeto a los mass media, se centra fundamentalmente en la televisión, olvidando y desplazando a otros medios, como los libros, el cine y los periódicos.

Las funciones que se le asignan a los medios de comunicación en general, y a la imagen en particular, son diversas y como se puede imaginar, claramente determinadas.

- A) Informadora-Comunicativa. El principal objetivo que persiguen los medios de comunicación es dar a conocer a alguien un mensaje y que éste participe en cierta medida de los conocimientos de un grupo cultural. Al fin y al cabo, los medios son instrumentos utilizados por personas para comunicarse con otras personas.
- B) Económica. No podemos olvidar, menos aún en la sociedad en la que vivimos, que los medios persiguen la activación de pautas y elementos de consumo en los receptores. Por otra parte el desarrollo técnico y estético de los medios, viene condicionado por el desarrollo económico.



- C) Diversión y Entretenimiento. Persiguen entretener, divertir y distraer a los receptores, presentando incluso "realidades" no existentes y creando nuevos contextos de ocio.
- D) Sustitutiva. Por ellos se pretende sustituir la realidad real por la realidad mediada, haciendo que el receptor se conforme con la segunda, ya que tiende a presentársele de manera más perfectible que la primera.
- E) Función Socializadora. Como función básica persigue la incorporación del receptor a un grupo cultural, presentándole las normas por las que éste se rige, y las conductas aceptadas y rechazadas. En definitiva cumplen una clara función ideológica en cuanto sistema de representación de la realidad sociocultural y política donde se desarrolla el individuo.

#### **4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS.**

Este trabajo surge de las consideraciones sobre el fenómeno comunicativo. Por un lado, el hecho de conocer que muchos estudios sobre los flujos de comunicación internacional han centrado su atención en analizar la oferta de los programas televisivos y no toman en cuenta factores relacionados con el consumo y su impacto. Y por el otro, lo que se refiere al imperialismo cultural, en donde unos cuantos países, especialmente los Estados Unidos, dominan tanto nacional como internacionalmente las estructuras massmediáticas y sus contenidos, e imponen su cultura, valores e ideología a los países que reciben estos mensajes, uno de esos países es el nuestro.

La producción se vincula con los estudios de las estructuras económicas, políticas, sociales y culturales en donde se insertan las industrias culturales. En cuanto a la difusión, se hace referencia al análisis de la oferta de mensajes y la recepción se relaciona con el complejo proceso de apropiación, en donde se conceptualiza al auditorio como diferentes individuos que dan significados diversos al mensaje, según los elementos que los constituyen.

Con base en el desarrollo del capítulo I y II, me atrevo a decir que hay dos tendencias en los estudios de los efectos entre las culturas. Por un lado, se ubican aquellos que ven que las culturas de las "naciones emergentes" necesitan protección a su identidad, valores, creencias y a su propia producción cultural, ya que el libre flujo de la información es visto como una fuerza potencialmente destructiva para estas identidades nacionales emergentes. Creen que la combinación de la dependencia económica y massmediática se traduce en efectos complejos en el ámbito psicológico, social y económico-político, cuando las naciones están en desventaja. Se conceptualiza a la sociedad como masiva.

Por otro lado se encuentra a aquellos que opinan que las sociedades están conformadas por individuos diversos y que, en este sentido, el poder de los medios es limitado. Para ellos, la vida humana debe operar como un sistema abierto de información para evitar el desorden. Se concibe a la sociedad como plural. Esta perspectiva está más cercana al funcionalismo, al empirismo.

Por un lado, se afirma que existe en los mensajes de los medios una construcción hegemónica de la ideología dominante; sin embargo, debemos aceptar también que ésta se funde con la estructura propia del producto cultural y la recepción de la sociedad que a su vez negociará el significado.

Se observa, por ejemplo, que en situaciones de difusión de contenido extranjero, la interpretación de éste depende del contexto, tanto de los mensajes como del de su mediación, ya que estos tienen muchos significados que permiten que distintos públicos se identifiquen. Se puede hablar entonces de que los mensajes son polisémicos, porque cada cual negociará con ellos para establecer sus significados.

Desde una perspectiva más formal, se afirma que la televisión comercial ha desarrollado una gramática visual única, orientada a la acción y sustituyendo lo sustancial por el movimiento. Es común que los conflictos que aparecen en los mensajes televisivos se solucionen a través de vías que implican actividades violentas. El mismo cuadro televisivo lo apoya a través de su formato de acción y ritmo rápido que sustituye el contenido trascendente por la accesibilidad formal<sup>51</sup>.

Se puede afirmar que los mensajes televisivos se consideran bienes simbólicos y culturales. Así, la televisión además de ser un productor de mensajes es también tecnología. La tecnología se articula mediante dos tendencias de significado, la primera son los significados construidos tanto por los productores como por los consumidores alrededor de la venta y compra de objetos y su uso. La segunda es la que se refiere a los significados mediatizados por las otras tecnologías abiertas de la misma manera a la negociación y transformación. En este sentido se hace referencia a un hecho que ya que el teórico de la comunicación McLuhan había perfilado; la tecnología, por sí misma, también está determinando la influencia que cierto material causa en los individuos que se exponen al mensaje.

Este estudio conoce a través de la metodología aplicada el mensaje televisivo de la serie de televisión llamada Los Simpson, en donde se dan cuenta de la relación que se establece entre los ámbitos referenciales y los metalingüísticos. Se partió, esencialmente, del manejo que se hace en el ámbito formal y conceptual, de las relaciones familiares que se dan en esta Familia Amarilla.

---

<sup>51</sup> **RAZÓN Y PALABRA**, Número 5, Año 1, diciembre-enero 1996-97. Instantáneas en temas de comunicación Los Simpson y la Reconstrucción Social. Laura E. López Rivera.

Esta investigación más que determinar el género, pretendió conocer la forma de cómo se estructura el mensaje; por ende, se categorizaron aquí las referencias que en este ámbito se abordaron, a través de distintas categorías que formulamos a continuación como preguntas, las cuales son:

- 1.- ¿Cómo es la Familia Simpson?.
- 2.- ¿Qué elementos constituyen a la Familia Simpson?.
- 3.- ¿Cuáles son las acciones violentas que se establecen entre la Familia Simpson?.
- 4.- ¿Si determinan las formas como se ejerce la violencia en las relaciones familiares del programa?.

El objetivo de este trabajo consistió en identificar las funciones que se le asignaron a los personajes de Los Simpson como actores-personajes del relato de la televisión, para ello se recurrió al modelo de análisis de la Mediación manejado por Manuel Martín Serrano en su Teoría Social de la Comunicación. La aplicación del modelo nos permite tener un instrumento de análisis de contenido, que a su vez permite agrupar las categorías de los actores-personajes dentro del Sistema de Referencia.

La eficacia del instrumento obtenido se logró que a través de él se identifican las funciones de los actores-personajes que fueron manejados en los relatos televisivos (los dos episodios analizados) de la serie de Los Simpson.

Siguiendo con los requerimientos necesarios para realizar un estudio de esta magnitud, debe señalarse que el universo<sup>52</sup> de esta investigación fueron los 350 capítulos de este programa. Ahora bien, ya que se conoce el universo, entonces fue necesario determinar la muestra que se tomó para hacer este trabajo de investigación, para esto se consideró seleccionar los dos capítulos más representativos de la serie, Una Familia Modelo y Familia Peligrosa, lo cual nos ayudó a determinar el tamaño de la muestra.

A estos dos episodios, se les aplicó el instrumento de Análisis de Contenido.

Los resultados a los que se llegó tras la aplicación y evaluación de las categorías de los Actores Personajes, así como las funciones que manejaron los relatos, permitieron dar conclusiones finales, las cuales se derivan de la interpretación de los cuadros de resultados obtenidos tras la aplicación del instrumento.

---

<sup>52</sup> Entendiendo por “universo” al conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

## 4.2 EL MENSAJE DE LOS SIMPSON.

En primera instancia, en cuanto a la forma como se expone el material televisivo se puede decir lo siguiente:

1.- En este sentido se infiere que la televisión ocupa un lugar importante en la vida del televidente, pero no es la única actividad que tienen en sus tardes.

2.- Ya entrando en el manejo de los datos relacionados se logró determinar perfectamente la edad de los personajes.

3.- Los Actores son: chistosos, groseros, tontos, traviosos y pobres. Asisten a una escuela de gobierno en donde no les enseñan otro idioma, los dejan hacer lo que quieren y no les enseñan tan bien. Homero Simpson es borracho, tonto, pelón gordo, feo, no es buen papá, porque ahorca a Bart Simpson. Marge Simpson es enojona y es más lista que Homero. Lisa Simpson también es muy lista y es buena niña, porque no hace travesuras.

En cuanto a la dinámica que se establece en la Familia Simpson, se percibe que no se ayudan cuando tienen problemas, no se tratan bien.

"Homero odia a Bart, porque lo estrangula".

"Bart trata mal a sus papás, les hace muchas travesuras".

Los niños Simpson viven al margen de los problemas de los adultos.

"Es una familia que pasa apuros porque deben un chorro y no pueden pagar y Lisa y Bart no se dan cuenta de esto".

Se leen perfectamente los rostros de los personajes e interpretan sus sentimientos.

"Por su cara, por sus actitudes malas nos damos cuenta de que están enojados".

"Aparecen caras enojadas".

Se afirma que los personajes físicamente son amarillos, aunque también aparecen negros y pelirrojos.

"Sus caras son de caricatura, sus ojos muy grandes. Lisa y Maggie tienen su cabeza chistosa".

La ropa de los personajes:

"La ropa siempre es la misma".

"Se la cambian sólo cuando van a misa y eso..."

"Cuando Homero va al trabajo, es cuando se pone corbata".

Se detectan los cambios de una escena a otra.

Se percibe el paso del tiempo, a través de los cielos que cambian de color, por las acciones concretas de los personajes o por la iluminación interior.

En cuanto al manejo de la realidad, se percibe que las caricaturas dentro del contexto de ellas crean un mundo real y cuando algún elemento irreal se introduce, lo conceptualizan como irreal, dentro de la realidad de la caricatura.

El lenguaje de los Simpson es "Fuerte":

"Dicen estúpido, idiota, canalla".

En el programa suceden muchas situaciones:

"A Homero lo dejan solo. Además el final es siempre feliz, eso no se parece a la vida".

Por último, quisiera hacer referencia a una afirmación, que si aporta elementos para llegar a determinar la capacidad como lector de la imagen:

"El programa lo hace James Cameron, el que hizo Terminator. A James Cameron sólo le gusta la violencia".

El televidente empieza a tener la capacidad de determinar la tendencia del productor. Esto es significativo, ya que comienza a separarse de su proceso de receptor y empieza a cuestionarse sobre las motivaciones del productor.

Se tiene conocimiento de que la apropiación del mensaje no termina cuando finaliza la recepción, ésta se da en un tiempo que no podemos determinar. Por ello, este estudio se constituye únicamente como un punto de partida para otras investigaciones que evalúen diferentes tiempos en la apropiación de los mensajes; y como base de otros trabajos que nos apoyen en el conocimiento del posible impacto de los mensajes internacionales en nuestro país.

Estudiar el proceso comunicativo se torna en una experiencia bastante compleja, determinada por varios elementos. En primera instancia, nos aproximamos a un fenómeno en donde los procesos mediacionales del entorno (familia, escuela, religión, entre otros), vinculados a las características del mensaje, no siempre positivos o adecuados a nuestra realidad, hacen difícil el conocimiento de los efectos de los mensajes televisivos.

En este sentido, como padres de familia, comunicólogos, ciudadanos, tenemos la responsabilidad de aprovechar la capacidad de crítica para así apoyar el gran reto que es la conformación de una sociedad con una cultura propia.

Como es sabido, uno de los modos para hacer caricaturas es reforzar un solo rasgo del modelo que se desea caricaturizar, dejando los demás en segundo plano. Se toma una característica del rostro, como por ejemplo la frente y se hincha desmesuradamente; al mismo tiempo se reduce la boca, las orejas, etc.: así nace la caricatura. De modo que la caricatura es el engrosamiento de un rasgo fisionómico. Pero se trata de una operación inevitable: cualquier forma de reproducir una cara es, de alguna manera, una caricatura.

Los Simpson son un dibujo animado fuera de lo tradicional, son deformistas, ya que nadie en el mundo real tienen los ojos tan grandes y sobresalientes, el cabello azul o en picos y la boca enorme.

Los personajes son totalmente expresivos, con movimientos muy reales, pero muchos de los escenarios a veces no cuentan con detalles que el ojo humano puede observar en la vida real.

Los Simpson y todos los personajes que los rodean, transmiten su estado de ánimo por medio de su rostro y desde luego, mediante un elemento que es muy importante para esta serie: los ojos, ya que por medio de ellos, hacen alusión si están enojados, felices, tristes, deprimidos, si están tramando algo, etcétera. Una similitud aparte, sería la de la fotografía, la cual arrebató el instante estático del mundo móvil que es reflejado por ella. La fotografía no tiene ni pasado ni futuro, siempre está en tiempo presente. El tiempo del retrato es dinámico, su presente siempre está lleno de recuerdo de lo precedente y de predicción del futuro.

Muy a menudo esta inclusión de la dinámica se distribuye por el espacio del retrato de una manera desigual: puede estar concentrada en los ojos.

Un dato curioso es que los efectos de aplastamiento, estiramiento, impactos y golpes, no se ven en Los Simpson, pero sí están presentes en el Show de Tomy y Daly, que es transmitido por el canal local de Springfield.

Por lo que toca al relato, cabe decir que todos los episodios de Los Simpson, generalmente manejan dos historias a la vez, que después se entrelazan para presentarnos un final común. Así que durante cada episodio el espectáculo está pendiente de esa historia y a la espera del desenlace que las une.

## CONCLUSIONES.

La comunicación pública ha existido como forma específica de interacción social desde que el hombre se ha organizado en comunidad y ha generado una conciencia de su ser colectivo. Los modernos que recurren a sofisticadas tecnologías son la parte evidente de una de las formas que ha adoptado esta actividad.

La comunicación pública, es una de las actividades destinadas a proveer de la información necesaria para la reproducción de la comunidad o que interesa a ésta en conjunto. Cabe notar que este tipo de información es proporcionada en general, por las instituciones enculturadoras, entre ellas, los medios de comunicación. Éstos han alcanzado, en las sociedades modernas, un lugar protagónico en esta actividad. Son resultado de la necesidad social de asegurar este tipo de información. Por ello las sociedades la han institucionalizado asignando recursos materiales y económicos, así como personal más o menos especializado a la realización de esa tarea. Por supuesto que el carácter de especialización y complejidad de estos sistemas de comunicación ha ido evolucionando, de un menor a un mayor grado, a lo largo de la historia, hasta llegar a la comunicación de masas, el tipo más evolucionado de los sistemas institucionalizados de comunicación.

Este modelo se caracteriza principalmente porque recurre a tecnologías que permiten producir y distribuir en masa sus productos comunicativos - periódicos, noticieros, series de entretenimiento, etcétera, requiere de un altísimo grado de especialización en sus agentes incorporados. Las organizaciones que realizan esta actividad se diferencian de hecho y a veces de derecho, de otras instituciones públicas - iglesia, gobierno, etc.

Un sistema de comunicación institucionalizado<sup>53</sup> se caracteriza por: 1) considerar como institución de la comunidad a la organización que se encargue de la comunicación pública - sin perjuicio de que se construya formalmente como organización privada. 2) Se especializa en tratar asuntos relativos a las instituciones sociales. 3) Los temas que trata están más o menos formalmente prescritos, así como el propio tratamiento. 4) Sus productos gozan de confiabilidad y autoridad. Y 5) el sistema establece quiénes intervienen como comunicantes, y a veces hasta el lugar y el momento.

---

<sup>53</sup> **RAZÓN Y PALABRA**, Número 1, Año 1, enero-febrero 1996. La Comunicación, un sendero. Ideología y Medios: Comunicación Conservadora. Mario A. Revilla Basurto.

La especialización en comunicar acerca de instituciones sociales quiere decir no sólo que los referentes serán el gobierno, la política, el mercado y las finanzas, así como la religión, la educación y la familia o sus desviaciones, etcétera; quiere decir también, que ahí se anuda buena parte del universo de las representaciones compartidas. La comunicación ayuda a reproducir y a legitimar a las instituciones sociales, las cuales a su vez acotan la vida social dotándola de coherencia y legalidad. La comunicación institucionalizada cumple funciones de conservación, en el sentido de reproducción y cuando es apropiada por las esferas de acción se tornan en funciones conservadoras, en términos de no cambio o ideológicas.

Me permito decir que las temáticas se establecen con base en el criterio de pertinencia que distingue, entre todos los sucesos, sólo aquellos que se consideran de interés general porque afectan al grupo y entre éstos, sólo unos cuantos serán tratados: los considerados más relevantes según un cruce de las expectativas sociales y las de la propia empresa de comunicación. Se nota un primer filtro o paso entre la realidad y el conocimiento y valoración que de ella se hace o entre la realidad y su re- presentación. Hay que señalar también, como segundo filtro, que los temas así seleccionados, además, son sometidos a un tratamiento basado en estructuras narrativas elementales con lógicas de exclusión que contribuyen a ordenar el relato y la presentación del mundo con unas valoraciones y no otras, es decir, un cierto sentido.

Las organizaciones y personas dentro de éstas que tienen a su cargo la producción y difusión institucional de comunicación tienen un margen de decisión y maniobra amplia, no es ilimitado. Es decir, estructuralmente tienen que cumplir ciertas expectativas, las cuales determinan su quehacer. Por otra parte, ellos mismos están envueltos, forman parte de la comunidad, son afectados por los intereses y necesidades colectivas y tienen interiorizados los valores del grupo. De hecho, muchas veces no son conscientes de que, por ejemplo, más que usar unas estructuras narrativas, están atrapados por ellas.

Cada relato, sea o no de ficción, que puebla los medios de comunicación, formalmente, es una decisión de un profesional o de un dueño; socialmente, empero, son decisiones en donde se proyectan los procesos de socialización que también estos actores viven de ahí que se les designe como "agentes", a la vez que esos relatos deben cumplir, al parecer, con características impuestas culturalmente y con funciones sociales reproductivas: deben ofrecer modelos de orden o códigos y visiones del mundo socialmente compartidas, compatibles con el orden social existente. Cumplen funciones ideológicas porque en buena medida, ese es el papel de la comunicación institucionalizada: proveer la información necesaria para la producción y reproducción social.



Al estar prescrito el funcionamiento del sistema de comunicación, la presencia de cualquier tipo de relatos, ya sean de entretenimiento, melodramáticos, periodísticos, publicitarios o de divulgación, no es casual ni gratuita, son el repertorio de relatos con que se cubre la gama de temas y ámbitos necesarios para la reproducción social y ningún relato o tipo de relatos abarcarán la totalidad del repertorio de las representaciones sociales.

Las ideologías son un sistema ordenado de ideas, que explican o describen la realidad para dotar de coherencia a las acciones humanas; como tales explicaciones parten de lo evidente y regresan a lo evidente sin que medie crítica alguna, ofrecen una visión perfectamente articulada con la realidad inmediata, generando una sensación de conocimiento que se sustenta en algún nivel de control sobre esa realidad.<sup>54</sup>

La ideología opera, entonces, en el nivel de preservar un orden, un orden que es el orden de un sistema y que se hace pasar como si fuese el mejor Orden Social. La función ideológica es fácil de montar en la comunicación institucionalizada porque gran parte de la comunicación tiene por objeto reproducir un repertorio de representaciones colectivas muy estables, representaciones que conservan un modelo del mundo compartido por los miembros de una sociedad.

La caricatura nos enseña también que las acciones, relaciones, compromisos, aspiraciones, logros y todo lo demás que conforma la trama de la vida social son vividas a partir de dispositivos de percepción, apreciación sólidamente estructurados, dispositivos que se construyen desde la posición y relaciones que "objetivamente" se realizan, a la vez que estos dispositivos estructuran o pre-disponen "principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones".

Con todo esto se quiere establecer que el hombre coloca su subjetividad en un mundo objetivo, construye también su experiencia trabando relaciones en un medio socio-político y en un universo simbólico, poblados de signos y códigos que dotan de orden y sentido a las experiencias en los tres mundos. Dialécticamente, estas experiencias, o sea, las posiciones e interacciones en los mundos, estructuran a ese universo simbólico. El mundo objetivo establece las condiciones y posibilidades de existencia, el de las normas y símbolos establecen los horizontes y las cualidades de la propia existencia social.

La operación ideológica consiste entonces, en una transposición: la realidad deja de ser ordenada por el modelo, pasa a ser objeto del modelo, es decir, ordenada en tanto que orden que se dicta. Se puede decir que la ideología se sirve de la realidad para reproducir un modelo de orden, para reproducirse.

El mundo es un conjunto de hechos desprovistos de sentido, por tanto, susceptibles de adoptar cualquier principio o modelo ordenador.

---

<sup>54</sup> Ibidem.

La ideología es el modelo que logra imponerse, que logra imponer su lógica de ordenación/interpretación del mundo social.

Pero no cualquier modelo puede imponerse arbitraria o gratuitamente como ideología, requieren ser "modelos reconocibles en el entorno o fácticamente posibles", deben ofrecer comportamientos posibles y aceptados dentro de las situaciones más probables: debe ofrecer una teoría de la sociedad y una ubicación cognitiva y afectiva para el sujeto en ese entorno.

En el curso del trabajo, de alguna manera, se ha contestado quiénes producen y difunden la necesidad de modelar el mundo.

En Los Simpson, por supuesto que han experimentado cambios en sus referentes y en algunos temas, no así en sus valores ni mucho menos en su estructura; o sea que ha ido asimilando emergentes sin cambiar su esencia. Ahí encontramos representaciones sociales que se consolidan y que por la fuerza de la repetición se hacen modo de vida.

Resulta fácil imaginar cómo las personas que consumen estos relatos pueden formarse una idea de lo que puede y debe ser un noviazgo, un matrimonio, una madre, cómo adecuan esa información a su experiencia, reproduciendo así el modelo aprendido e introduciendo algunos ajustes: la realidad nunca es como los relatos. Pero el proceso se puede analizar exactamente al revés: cómo desde un modelo más o menos consolidado se prescriben acciones posibles/deseables, por tanto congruentes y que las personas buscan realizar, cómo entonces, un agente aplica a relatos el modelo, pero solamente cuando los valores del modelo han sido asumidos socialmente.

Es decir, Los Simpson como relato televisivo como práctica comunicativa, solo incorpora lo nuevo cuando ya es una práctica aceptada socialmente. La toma, obviamente, como si siempre hubiera sido parte del universo doméstico y como tal la preservará, muchas veces, aun cuando sus condiciones sociales hayan cambiado. De ahí el carácter, ideológico, de los relatos tipo arte de masas. Así nos explicamos la convivencia en un mismo tipo de relatos de valores aparecidos en momentos históricos distintos.

El programa de Los Simpson, logra incorporar unas novedades y negar otras, porque se vertebra en un modelo lógico que permite avalar unas acciones y reprobar otras. Este modelo, forma parte de los procesos de enculturación, está en el imaginario colectivo, es una forma socialmente compartida de ordenar el espacio de la vida doméstica: estructura las percepciones del público desde antes que vea el programa.

Con lo expuesto se puede concretar al relato en lo siguiente:

- 1) El relato expuesto en el programa recorta el universo social en ámbitos a los que no relaciona. Al ocuparse de lo doméstico, los asuntos públicos aparecen, sí acaso, como un referente lejano, sin relación con lo familiar. De hecho, este fenómeno sucede en la división por secciones que hacen los medios: diversión, deportes, política, economía, cultura, etc.
- 2) Los Simpson se configuran sobre una estructura narrativa estable, la cual pone en juego una lógica de exclusiones. Más que una forma de exponer un relato, la estructura narrativa prefigura una forma de percibir la realidad. El problema es justamente la exclusión como código de percepción de la realidad.
- 3) Finalmente, el análisis nos sirve para ilustrar la incapacidad de las ideologías para enfrentar el cambio. Al encerrar circularmente sus valoraciones sobre la pareja, el amor, la familia no han sido capaces de dar cuenta, en términos de ofrecer pautas de acción, de asuntos como la drogadicción, el SIDA, los embarazos no deseados.

Es decir, los relatos institucionalizados estarían llegando al límite de su capacidad de medir entre la realidad y la idea que de ella ofertan. Si la realidad social y sus procesos de evolución fueran lineales, cabría suponer o una transformación seria, al menos en sus temas, o su desaparición como pérdida de su capacidad de atracción. Pero lo más seguro es que los cambios, se dan, sean casi imperceptibles. Más bien podemos esperar, como en otros momentos, que los relatos se tornen más conservadores y retrógrados, como una estrategia por reiterar seguridades frente a esa realidad cambiante y cada vez más incierta, hasta que los cambios solidarios en varios ámbitos quiebren esta parte del universo de las ideologías.

Cualquier planteamiento de formación o información, debe de comenzar por que el receptor perciba que lo que comunican los medios no es la realidad, sino una representación vicarial de la misma y que como representación es susceptible de manipulación, transformación y distorsión. Esta deformación, pueden ser primeramente de dos tipos: técnicas y expresivas. Las primeras se refieren a las creadas directamente por los instrumentos técnicos, por ejemplo, la utilización de lentes especiales, digitalización de imágenes para modificar el color, o la iluminación; y las segundas, a las originadas por los propósitos y la mentalidad del autor para la realización de su mensaje.

La mediación que el ambiente familiar pueda desempeñar con la televisión como medio de comunicación, depende prioritariamente del papel que se le asigne. No es lo mismo, que la televisión sea percibida como instrumento informativo y cultural, que como instrumento de diversión, distracción y ocio.

Una de las limitaciones de este trabajo, se refiere a que sólo se abordó una fracción de la Teoría Social de la Comunicación de Manuel Martín Serrano, dedicada a los Actores-Personajes.

En lo que se refiere al instrumento de análisis de los contenidos, la intención fue proponer una técnica sencilla y simple, para obtener a través de ella, resultados rápidos y eficientes, respecto a las funciones asignadas a los actores personajes del relato. Los resultados llevaron a la confirmación de la hipótesis. Durante el proceso de aplicación del instrumento, la identificación de los actores-personajes y de las funciones, los niveles de actuación, así como la cuantificación de los resultados, se concluyó que el instrumento de análisis de contenido, propuesto por este servidor, no puede ser aplicado por cualquier persona, solamente por aquellos que manejan la Teoría Comunicacional del doctor Manuel Martín Serrano.

Por último, cabe concluir que la hipótesis que se manejo en este trabajo: "Las Relaciones que ofrece el Mensaje Televisivo de Los Simpson, de la Familia con su entorno social, son representativas en las características que los actores-personajes tienen, cuya finalidad aún con su crítica irónica, es defender su unión como Familia", resultó afirmativa, tras su comprobación con las preguntas analizadas, a través del instrumento de análisis, así como en las tablas de resultados.

Por lo tanto se puede afirmar que la Teoría de los Actores-Personajes, también puede ser aplicada a la Televisión Mexicana.

Por consiguiente, las conclusiones finales se expresan mencionando que Los Simpson están insertados en un contexto socialmente estructurado desde que son producidos, transmitidos y recibidos, por lo tanto cuentan con las características del dibujo animado.

Una condición esencial del ulterior desarrollo de la animación es que se tome conciencia de lo específico de su lenguaje y del hecho de que el dibujo animado no es una variedad del cine fotográfico, sino que es un arte del todo independientemente con su propio lenguaje artístico, que en muchas cosas se opone al lenguaje del cine de ficción y documental.

Una propiedad de partida del lenguaje de la animación consiste en que éste opera con signos de signos: lo que pasa ante el espectador en la pantalla del televisor, es una representación de una representación.

Es característico que el filme de animación, por regla general, se orienta al dibujo cuyo lenguaje tiene un conjunto de rasgos específicos claramente manifiesto: a la caricatura, el dibujo infantil. Así pues, al espectador se le propone no una imagen cualquiera del mundo exterior, sino una imagen del mundo exterior en el lenguaje, por ejemplo, del dibujo infantil en traducción al lenguaje de la animación.

Se puede dilucidar que para Matt Groening dos de los objetivos de los Simpson son: enseñar a las personas que deben aprender a vivir correctamente, siendo ellos mismos, aún cuando se desenvuelven en situaciones que no les gustan y una celebración como dibujos animados, por hacer historias locas, extrañas y divertidas, que principalmente se desarrollan en la animación.

El programa, tiene una característica referencial, pues Los Simpson no sólo se refieren a su cultura, la cual critican, reflejan y parodian, sino también tienen referencia de todas esas culturas que se entrelazan en la suya, como la nuestra y por lo tanto las representan. Los Simpson siguen refiriéndose a la familia y a su entorno y la mejor prueba de esto es que al personaje se le ha adaptado a nuestros tiempos y por lo tanto, a nuevos contextos.

La característica contextual es que la familia amarilla ha alcanzado contextos distintos, ya que son transmitidos en muchos países, con diferentes tradiciones y formas de pensar, lo que genera que las características de transmisión cambien, y por ende, la manera en que son vistas y las formas en que son percibidas. Por si fuera poco, la familia de Springfield, surgen de la Televisión -Medio Técnico de Transmisión- que ha cobrado fuerza en los últimos años. Ellos hoy en día, es la principal fuente de información y esparcimiento familiar.

Los Simpson manejan un currículum enfocado en la crítica social a través de una narración con poco manejo de emociones y mayor énfasis en la comicidad.

Al tratarse de una serie compuesta por muchísimos episodios, Los Simpson muestran una serie de pseudocontextos, ya que cada episodio se entiende por sí mismo, sin necesidad de conocer toda la serie.

El hecho mismo de que Los Simpson hayan surgido en la televisión, implica que son producto de una Institución Social, en este caso, una empresa televisiva (en los Estados Unidos por la cadena Fox y en México por Televisión Azteca) con intereses y objetivos propios, que en su mayoría son comerciales, es decir, que se le otorga al producto comunicativo (El programa de los Simpson) una valoración económica, a lo que se convierte en un bien simbólico.

Los Simpson han permanecido durante más de una década en un horario estelar, debido a que ambas empresas, deciden el tiempo y el espacio de transmisión por el valor económico y simbólico que se les otorga. Esto se debe a que las empresas televisivas están inmersas dentro de la industria cultural y por lo tanto su interés primordial, es el aspecto redituable de la forma simbólica, pues si bien los creadores Matt Groening (Creador y Productor Ejecutivo), James L. Brooks (Productor Ejecutivo), Mike Scully (Productor Ejecutivo) y Sam Simon, buscan la crítica social y el entretenimiento, la empresa en realidad lo que le interesa es que sea un bien económicamente exitoso y por ello se le sigue manteniendo al aire.

Aunque se desconocen los montos de producción de Los Simpson, se calcula que cada capítulo cuesta dos millones de dólares. Haciendo cuentas, ochenta mil dólares el minuto, pero la cadena Fox puede darse el lujo de pagarlos, al igual que Televisión Azteca, el poder pagar los derechos de transmisión, por ostentar la mejor serie del siglo.

La serie de dibujos animados llamada Los Simpson, se ha convertido en un clásico, y esto se debe tanto a la originalidad gráfica y narrativa, como a la peculiar costumbre de Groening de salpicar los episodios con citas cultas, referencias cinematográficas o de la actualidad, que sólo pueden ser apreciadas por un público maduro (personas adultas), ya que la irreverencia y la ironía de sus guiones, son un elemento importante.

La naturaleza del lenguaje de la animación hace que esta especie de programa sea extraordinariamente adecuada para la transmisión de diversos matices de ironía y la creación de un texto de ficción. No por casualidad uno de los géneros en los que se refiere a los dibujos, les esperaban los mayores éxitos para adultos.

Su argumento crítico, conlleva al televidente a la reflexión, argumento que está enmarcado en situaciones cómicas, que hacen mofa del contexto social en el cual surgen y que contienen una crítica en sí mismas. El público adulto es el que tiene una capacidad de poder reflexionar y analizar lo que se le presenta.

Esta familia invita al espectador a disfrutar a aquello que realiza, a reírse de sí mismo y de la sociedad que los rodea, porque no hay mejor manera de reflexionar y darse cuenta de la realidad, que por medio del sarcasmo. Es como invitar y decirle al espectador que se siente frente al televisor a ver dibujos animados por unos veinte minutos, que se vuelva niño, se ría de lo que ve, se divierta y después, vuelva al mundo real y entonces lo analice.

Así Los Simpson crean para la televisión, una forma de contar historias, no enfocadas a un público infantil. Hacen ver a las compañías productoras de dibujos animados para adultos, con historias diferentes y al mismo tiempo muy cotidianas, pueden alcanzar el éxito comercial y de audiencia. A diferencia de otras series animadas ya mencionadas con anterioridad, ésta peculiar familia, hacen que el espectador vea no lo que quisiera ser, sino lo que es, sin presentar modelos a seguir.

Son ellos quienes rescatan, dentro del mundo de la animación, la vida cotidiana de cualquier sociedad y por lo tanto la llevan a la pantalla chica. Matt Groening presenta personajes que pueden encontrarse en la vida real, los cuales muestran interacciones comunes a cualquier individuo y las Instituciones Sociales que los rodean (Iglesia, Familia, Escuela, el Gobierno, el Trabajo, etcétera).

La serie televisiva más famosa del mundo, Los Simpson, ha servido desde hace más de 15 años, para burlarse de las instituciones socialmente intocables, como la familia y la educación, ironizando sobre toda clase de conductas habituales.

Los Simpson son mexicanos. Con el paso del tiempo, nuestra población ha sabido aceptar este retrato mordaz de su esencia globalizadora y generalista, una sociedad que contempla la televisión como fuente de sabiduría y piensa en el extranjero como un ente incómodo que se resiste inexplicablemente a aceptar algunos de los principios básicos de la vida.

En los Simpson puede haber motivos de censura, por las constantes y sarcásticas alusiones a la religión, a pesar que es la única familia de la televisión, que va todos los domingos a misa.

En una discusión sobre este tema con Marge, Homero se preguntó: “¿Por qué es importante ir a ese edificio todos los domingos?, ¿No dicen que Dios está en todas partes?”<sup>55</sup>

Y cuando hace falta arrimarse a una fuerza superior, “no soy un hombre de plegarias, pero si estás en el cielo, ¡sálvame, Superman!”.<sup>56</sup>

La Familia Simpson de Springfield, ha demostrado que los dibujos animados también pueden hablar de la realidad, de todo o que sucede, de lo que involucra al ser humano, de su vida diaria, de su percepción como individuo y como parte de una sociedad y de sus instituciones sociales.

Homero, Bart, Marge, Lisa y Maggie, son la serie de dibujos animados que batirán todos los récords en cuanto a permanencia de series en la televisión. Para ello, sin embargo, la familia de Springfield aún tiene un largo camino por recorrer y de momento, no se prevé que Los Simpson se despidan de su entusiasta público tras de 16 temporadas.

Hijos de Matt, hechos a la imagen y semejanza de cada uno de nosotros. Amarillos por haber sido creados en hojas de ese color, para crear alegría y estímulos, con nombres que recuerdan a la Familia Groening y costumbres que todos tenemos. Odiados o amados, a nadie le es indiferente esta serie televisiva, que actualmente se ha extendido a casi todos los tipos de medios. En nuestro país, se transmiten desde hace más de una década, siempre en el mismo horario, siempre en el mismo canal y últimamente hasta en maratones de los capítulos más importantes. Para muchos de nosotros, “Los Simpson”, ofrecen día con día un capítulo interesante, divertido e innovador.

---

<sup>55</sup> Homero Simpson.

<sup>56</sup> Ibidem.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARIAS Ruiz, Aníbal, **El Mundo de la Televisión**, Madrid, 1971, Pág. 236 y 237.
- ÁLVAREZ Berciano, Rosa, **La Comedia Enlatada**, España, Gedisa, Vol. 4 de la Col. Estudios de Televisión, 1999, 160 pp.
- BAGGLEY John, ET. Alt. **Análisis del Mensaje Televisivo**, Barcelona, Gustavo Gili, 1979, 370 pp.
- BARTHES Roland, **Elementos de Semiología**, en Comunicaciones, número dedicado a la Semiología, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1972.
- BERGER John, **Modos de Ver**, Barcelona, Gustavo Gili, 1975, 175 pp.
- BLANCO Antonio, **Televisión de Culto**, España, Glénat, Vol. 6 de la Col. De la Biblioteca del Dr. Vértigo, 1996, 239 pp.
- CARONTINI Enrico y Daniel Peraya, **Elementos de Semiótica General. El Proyecto Semiótico**.
- COMA, Javier, **Del Gato Félix al Gato Fritz, Historia de los Cómics**.
- DOELKER Christian, **La Realidad Manipulada. Radio, Televisión, Cine y Prensa**.
- ECO Umberto, **La Estructura Ausente**, Barcelona, 1972, Pág. 25.
- ECO Humberto, **Tratado de Semiótica General**, España, Lumen, 1977, 513 pp.
- FABBRI Paolo, **El Giro Semiótico**, Las Concepciones del Signo a lo largo de su historia, Barcelona, Gedisa, 2000, 157 pp.
- FERNÁNDEZ Cuenca, Carlos, **El Mundo del Dibujo Animado**, X Festival del Cine de San Sebastián.
- GÁMEZ Plana, David, **Los Simpson: qué atrae al televidente del Programa**, México, UAM Xochimilco, Tesis.
- GAMIÑO Centeno, Elvia, et. Alt. **Comunicación Intrafamiliar entre Los Simpson y los mexicanos: un análisis Comparativo**, México, Universidad Internacional, Tesis.



- GROENING Matt, **Guía para la vida. Bart Simpson**, México, Ediciones Grupo Zeta, 1994, 186 pp.
- GROENING Matt, **La Guía Completa de los Simpson**, México, Ediciones B Grupo Zeta, 1998, 249 pp.
- GROENING Matt, **Los Simpson ¡Por Siempre!**, México, Ediciones B Grupo Zeta, 2001, 95 pp.
- GROENING Matt, **Álbum Íntimo de la Familia Simpson**, México, Ediciones Grupo Zeta, 1998.
- GUBERN Roman, **Comunicación de Cultura de Masas**, Barcelona, Península, 1977, 230 pp.
- GUBERN Roman, **El Lenguaje de los Cómics**, Barcelona, Península, 1978, 180 pp.
- HALAS Hohn, **Las Técnicas de los Dibujos Animados**.
- JANOWITZ Morris y Robert Schulze. **Tendencias de la Investigación en el campo de la Comunicación de Masas, en Los Efectos de las Comunicaciones de Masas**, Buenos Aires, 1969, Pág.60.
- LO Duca, **El Dibujo Animado**, Buenos Aires, Lonsage, 1985, 106 pp.
- LOTMAN Iuri M. **La Semiosfera**, Semiótica de las Artes y de la Cultura, Desiderio Navarro, Frónesis Cátedra, Universidad de Valencia, Tomo II, Madrid, 2000, 299 pp.
- MAESTRÍA-TESIS, **Interpretación de un episodio de Los Simpson en seis grupos regiomontanos. Estudio de Recepción**, ITESM, Campus Monterrey.
- MARTÍN Serrano Manuel, **La Mediación Social**, 2° ed. Madrid, Akal, 1977, 220 pp.
- MARTÍN Serrano Manuel, **La Producción Social de la Comunicación**, 2° ed. Madrid, Alianza, 1993, 331 pp.
- MARTÍN Serrano Manuel, **Teoría de la Comunicación**, 1. Epistemología y Análisis de la Referencia, 2ª ed. ENEP Acatlán, México, 1993, 227 pp.
- PÉREZ Calderón, **Televisión y Lenguaje**, en el Volumen Colectivo el Lenguaje en los Medios de Comunicación Social, Madrid, 1969, Pág. 92 y 96.

- PIEMME Jean-Marie, La Televisión: Un Medio en cuestión, Fontanella, Madrid, 1980, 174 pp.
- PIÑUEL, Raigada José Luis y Juan Antonio Gaitán Moya, Metodología General. Conocimiento Científico e Investigación en la Comunicación Social, Madrid, Síntesis, 1995, 639 pp.
- PRIETO Castillo, Daniel, La Fiesta del Lenguaje, México, Ediciones Coyoacán, 1994, 246 pp.
- THIBAUT Laulan Anne-Marie, Imagen y Comunicación, Valencia, 1973, Pág. 17-45.
- VANEGAS Ernesto, Una aventura literaria con Los Simpson, Milenio, 1997, 119 pp.
- VERÓN Eliseo, et. Alt. La Ventana Electrónica, Televisión y Comunicación, México, Eufesa, 1983, 290 pp.
- WINN Marie, La Droga que se Enchufa, México, Diana, 1981, 320 pp.

## HEMEROGRAFÍA

- Semanario de Política y Cultura. Etcétera, “Bart, personaje del siglo”. México, 13 de Agosto de 1998, Núm. 289, 39 pp.
- Semanario de Política y Cultura, Etcétera, “Yo era la voz de Bart”, México, 10 de Septiembre de 1998, Núm. 293, 39 pp.
- Periódico Excélsior, Sección Espectáculos, “El creador de Los Simpson, se identifica con sus personajes” Martes 07 de Septiembre de 1999, Pág. 4/E.
- Revista Mi Guía, Montserrat García Cárdenas “Nuevos Capítulos de Los Simpson”, Edición Número 78, del 14 al 20 de Agosto de 1999, Pág. 96 pp.
- Periódico El Independiente, Sección Espectáculos, “Los Simpson al cine...”, Lunes 08 de Marzo de 2004, Pág. 10.
- Revista, Life, “The Shows That Changed America”, Revista Dimsa, Pág. 84, Abril de 1999, 122 pp.

- Periódico **El Metro**, Sección Entretenimiento, “Los Simpson planean viajar a México”, Jueves 26 de Febrero de 2004, 23 pp.
- “Un Mundo sin reglas”, **Mecánica Popular**, Pág. 38-49, México, 10 de Septiembre de 1998, Núm. 293.
- Periódico **Novedades**, Sección Escenario, “Rinden tributo a Los Simpson”, Viernes 16 de Julio de 1999, 8 pp.
- Op. Cit. “Continúan festejos por el aniversario de Los Simpson”, Miércoles 01 de Marzo de 2000.
- Op. Cit. “Los Simpson cumplen 300 programas”, Domingo 16 de Febrero de 2003.
- Op. Cit. “Anuncian el final de Los Simpson”, Martes 05 de Octubre de 2004.
- Revista **Proceso**, “Quienes son Superman y los Simpson, según sus escritores y dibujantes, y cómo los hacen”, México, 27 de Abril de 1997, Núm. 1069, Pág. 50-54.
- Periódico **Reforma**, Suplemento Gente Chiquita, Silvia Elena Mora “Los Simpson se sacan un 10”, Número 110, 11 de Marzo de 2000, 19 pp.
- **Revista de Revistas**, “Ganadores del Oscar en el 71 Aniversario”, México, Abril de 1999, Núm. 4475, 80 pp.
- **Razón Y Palabra**, Número 5, Año 1, diciembre-enero 1996-97 Instantáneas en temas de comunicación Los Simpson y la Reconstrucción Social. Laura E. López Rivera
- **Razón Y Palabra**, Número 1, Año 1, enero-febrero 1996. La Comunicación, un sendero. Ideología y Medios: Comunicación Conservadora. Mario A. Revilla Basurto.

## VIDEOGRAFÍA

### TEMPORADAS DE LOS SIMPSON

- Episodio 1 (7G08) de Temporada 1: ESPECIAL DE NAVIDAD DE LOS SIMPSON.
- Episodio 2 (7G02) de Temporada 1: BART ES UN GENIO.
- Episodio 3 (7G03) de Temporada 1: LA ODISEA DE HOMERO.
- **Episodio 4 (7G04) de Temporada 1: UNA FAMILIA MODELO\*.**
- Episodio 5 (7G05) de Temporada 1: EL GENERAL BART.
- Episodio 6 (7G06) de Temporada 1: LA DEPRESIÓN DE LISA.
- Episodio 7 (7G09) de Temporada 1: LA LLAMADA DE LOS SIMPSON.
- Episodio 8 (7G07) de Temporada 1: EL HÉROE SIN CABEZA.
- Episodio 9 (7G11) de Temporada 1: UN MOMENTO DE DECISIÓN.
- Episodio 10 (7G10) de Temporada 1: LA CORRERÍA DE HOMERO.
- Episodio 11 (7G13) de Temporada 1: INTERCAMBIO CULTURAL.
- Episodio 12 (7G12) de Temporada 1: KRUSTY VA A LA CÁRCEL.
- Episodio 13 (7G01) de Temporada 1: UNA NOCHE ENCANTADORA.
- Episodio 1 (7F03) de Temporada 2: BART REPRUEBA.
- Episodio 2 (7F02) de Temporada 2: SIMPSON Y DALILA.
- Episodio 3 (7F04) de Temporada 2: ESPECIAL DE NOCHE DE BRUJAS.
- Episodio 4 (7F01) de Temporada 2: EL PEZ DE TRES OJOS.
- Episodio 5 (7F05) de Temporada 2: HOMERO, EL ANIMADOR.
- Episodio 6 (7F08) de Temporada 2: LA SOCIEDAD DE LOS GOLFISTAS MUERTOS.
- Episodio 7 (7F07) de Temporada 2: BART CONTRA EL DÍA DE ACCIÓN DE GRACIAS.
- Episodio 8 (7F06) de Temporada 2: BART, EL TEMERARIO.
- Episodio 9 (7F09) de Temporada 2: TOMY, DALY Y MARGE.
- Episodio 10 (7F10) de Temporada 2: BART ES ATROPELLADO.
- Episodio 11 (7F11) de Temporada 2: AVISO DE MUERTE.
- Episodio 12 (7F12) de Temporada 2: LOS AÑOS QUE VIVIMOS.
- Episodio 13 (7F13) de Temporada 2: HOMERO CONTRA LISA Y EL OCTAVO MANDAMIENTO.
- Episodio 14 (7F15) de Temporada 2: EL ÚLTIMO TREN.
- Episodio 15 (7F16) de Temporada 2: ¿DÓNDE ESTÁS, HERMANO MÍO?
- Episodio 16 (7F14) de Temporada 2: EL PERRO DE BART REPRUEBA.
- Episodio 17 (7F17) de Temporada 2: NUESTROS AÑOS FELICES.
- Episodio 18 (7F18) de Temporada 2: PINCELES CON ALMA.
- Episodio 19 (7F19) de Temporada 2: EL SUSTITUTO DE LISA.
- Episodio 20 (7F20) de Temporada 2: LA GUERRA DE LOS SIMPSON.

- Episodio 21 (7F21) de Temporada 2: TRES HOMBRES Y UNA HISTORIETA.
- Episodio 22 (7F22) de Temporada 2: SANGRE NUEVA.
- Episodio 1 (7F24) de Temporada 3: PAPÁ ESTÁ LOCO.
- Episodio 2 (8F01) de Temporada 3: LISA VA A WASHINGTON.
- Episodio 3 (7F23) de Temporada 3: EL DÍA QUE CAYÓ FLANDERS.
- Episodio 4 (8F03) de Temporada 3: EL PEQUEÑO PADRINO.
- Episodio 5 (8F04) de Temporada 3: HOMERO AL DICCIONARIO.
- Episodio 6 (8F05) de Temporada 3: DE TAL PADRE, TAL PAYASO.
- Episodio 7 (8F02) de Temporada 3: ESPECIAL DE NOCHE DE BRUJAS II.
- Episodio 8 (8F06) de Temporada 3: EL PONY DE LISA.
- Episodio 9 (8F07) de Temporada 3: TARDES TE TRUENO.
- Episodio 10 (8F08) de Temporada 3: LLAMARADA MOE.
- Episodio 11 (8F09) de Temporada 3: BURNS Y LOS ALEMANES.
- Episodio 12 (8F10) de Temporada 3: ME CASÉ CON MARGE.
- Episodio 13 (8F11) de Temporada 3: BART Y LA RADIO.
- Episodio 14 (8F12) de Temporada 3: LOS PRONÓSTICOS DE LISA.
- Episodio 15 (8F14) de Temporada 3: HOMERO SE QUEDA SOLO.
- Episodio 16 (8F16) de Temporada 3: BART EL AMANTE.
- Episodio 17 (8F13) de Temporada 3: HOMERO, BATEADOR.
- Episodio 18 (8F15) de Temporada 3: VOCACIONES DISTINTAS.
- Episodio 19 (8F17) de Temporada 3: NUESTRO MEJOR AMIGO.
- Episodio 20 (8F19) de Temporada 3: HOMERO, EL CAMPIRANO.
- Episodio 21 (8F20) de Temporada 3: EL VIUDO NEGRO.
- Episodio 22 (8F21) de Temporada 3: EL ROCK DE OTTO.
- Episodio 23 (8F22) de Temporada 3: MILHOUSE SE ENAMORA.
- Episodio 24 (8F23) de Temporada 3: ÉL ES MI HERMANO.
- Episodio 1 (8F24) de Temporada 4: CAMPAMENTO KRUSTY.
- Episodio 2 (8F18) de Temporada 4: UN TRANVÍA LLAMADO MARGE.
- Episodio 3 (9F01) de Temporada 4: HOMERO HEREJE.
- Episodio 4 (9F02) de Temporada 4: LA REINA DE BELLEZA.
- Episodio 5 (9F04) de Temporada 4: ESPECIAL DE NOCHE DE BRUJAS III.
- Episodio 6 (9F03) de Temporada 4: TOMY Y DALY: LA PELÍCULA.
- Episodio 7 (9F05) de Temporada 4: MARGE CONSIGUE EMPLEO.
- Episodio 8 (9F06) de Temporada 4: LA CHICA NUEVA.
- Episodio 9 (9F07) de Temporada 4: DON BARREDORA.
- Episodio 10 (9F08) de Temporada 4: LA PRIMERA PALABRA DE MAGGIE.
- Episodio 11 (9F09) de Temporada 4: EL GRAN CORAZÓN DE HOMERO.
- Episodio 12 (9F10) de Temporada 4: MARGE CONTRA EL MONORIEL.
- Episodio 13 (9F11) de Temporada 4: LA ELECCIÓN DE SELMA.
- Episodio 14 (9F12) de Temporada 4: HERMANO MAYOR, HERMANO MENOR.
- Episodio 15 (9F13) de Temporada 4: YO AMO A LISA.

- Episodio 16 (9F14) de Temporada 4: LA PROMESA.
- Episodio 17 (9F15) de Temporada 4: LA ÚLTIMA SALIDA DE SPRINGFIELD.
- Episodio 18 (9F17) de Temporada 4: A ESTO HEMOS LLEGADO.
- Episodio 19 (9F16) de Temporada 4: EL INTERMEDIO.
- Episodio 20 (9F18) de Temporada 4: EL DÍA DEL GARROTE.
- Episodio 21 (9F20) de Temporada 4: MARGE CONDENADA.
- Episodio 22 (9F19) de Temporada 4: EL DRAMA DE KRUSTY.
- Episodio 1 (9F21) de Temporada 5: EL CUARTETO DE HOMERO.
- Episodio 2 (9F22) de Temporada 5: CABO DE MIEDOSOS.
- Episodio 3 (1F02) de Temporada 5: HOMERO VA A LA UNIVERSIDAD.
- Episodio 4 (1F01) de Temporada 5: EL OSO DE BURNS.
- Episodio 5 (1F04) de Temporada 5: ESPECIAL DE NOCHE DE BRUJAS IV.
- Episodio 6 (1F03) de Temporada 5: MARGE, LA REBELDE.
- Episodio 7 (1F05) de Temporada 5: FILOSOFÍA BARTIANA.
- Episodio 8 (1F06) de Temporada 5: EXPLORADORES A FUERZA.
- Episodio 9 (1F07) de Temporada 5: LA ÚLTIMA TENTACIÓN DE HOMERO.
- Episodio 10 (1F08) de Temporada 5: SPRINGFIELD PRÓSPERO O EL PROBLEMA DEL JUEGO.
- Episodio 11 (1F09) de Temporada 5: HOMERO DETECTIVE.
- Episodio 12 (1F11) de Temporada 5: BART SE HACE FAMOSO.
- Episodio 13 (1F10) de Temporada 5: HOMERO Y APU.
- Episodio 14 (1F12) de Temporada 5: LISA CONTRA LA STACY MALIBÚ.
- Episodio 15 (1F13) de Temporada 5: HOMERO EN EL ESPACIO PROFUNDO.
- Episodio 16 (1F14) de Temporada 5: HOMERO AMA A FLANDERS.
- Episodio 17 (1F15) de Temporada 5: BART GANA UN ELEFANTE.
- Episodio 18 (1F16) de Temporada 5: EL HEREDERO DE BURNS.
- Episodio 19 (1F18) de Temporada 5: LA CANCIÓN DE SKINNER.
- Episodio 20 (1F19) de Temporada 5: EL NIÑO QUE SABÍA DEMASIADO.
- Episodio 21 (1F21) de Temporada 5: EL AMANTE DE LADY BOUVIER.
- Episodio 22 (1F20) de Temporada 5: SECRETOS DE UN BUEN MATRIMONIO.
- Episodio 1 (1F22) de Temporada 6: EL DIABÓLICO BART.
- Episodio 2 (1F17) de Temporada 6: LA RIVAL DE LISA.
- Episodio 3 (2F33) de Temporada 6: RECUERDOS DE AMOR.
- Episodio 4 (2F01) de Temporada 6: LA TIERRA DE TOMY Y DALY.
- Episodio 5 (2F02) de Temporada 6: EL REGRESO DE BOB PATIÑO.
- Episodio 6 (2F03) de Temporada 6: ESPECIAL DE NOCHE DE BRUJAS V.
- Episodio 7 (2F04) de Temporada 6: LA NOVIA DE BART.
- Episodio 8 (2F05) de Temporada 6: LISA Y LOS DEPORTES.
- Episodio 9 (2F06) de Temporada 6: HOMERO, EL MALO.

- Episodio 10 (2F07) de Temporada 6: EL ABUELO Y LA INEFICIENCIA AMOROSA.
- Episodio 11 (2F08) de Temporada 6: MIEDO A VOLAR.
- Episodio 12 (2F09) de Temporada 6: HOMERO, EL GRANDE.
- Episodio 13 (2F10) de Temporada 6: Y CON MAGGIE SON TRES.
- Episodio 14 (2F11) de Temporada 6: EL COMETA DE BART.
- Episodio 15 (2F12) de Temporada 6: HOMERO, EL PAYASO.
- Episodio 16 (2F13) de Temporada 6: BART CONTRA AUSTRALIA.
- Episodio 17 (2F14) de Temporada 6: HOMERO CONTRA PATY Y SELMA.
- Episodio 18 (2F31) de Temporada 6: UNA ESTRELLA ESTRELLADA.
- Episodio 19 (2F15) de Temporada 6: LA BODA DE LISA.
- Episodio 20 (2F18) de Temporada 6: UN GALGO LLAMADO MONTY.
- Episodio 21 (2F19) de Temporada 6: LUCHA EDUCATIVA.
- Episodio 22 (2F32) de Temporada 6: POR LA CIUDAD DE SPRINGFIELD.
- Episodio 23 (2F21) de Temporada 6: CONTACTO EN SPRINGFIELD.
- Episodio 24 (2F22) de Temporada 6: EL LIMONERO DE TROYA.
- Episodio 25 (2F16) de Temporada 6: ¿QUIÉN MATÓ AL SEÑOR BURNS? (1ª PARTE)
- Episodio 1 (2F20) de Temporada 7: ¿QUIÉN MATÓ AL SEÑOR BURNS? (2ª PARTE)
- Episodio 2 (2F17) de Temporada 7: EL HOMBRE RADIOACTIVO.
- Episodio 3 (3F02) de Temporada 7: BART VENDE SU ALMA.
- Episodio 4 (3F01) de Temporada 7: HOGAR, DULCE HOGARCIRIJILLO.
- Episodio 5 (3F03) de Temporada 7: LISA, LA VEGETARIANA.
- Episodio 6 (3F04) de Temporada 7: ESPECIAL DE NOCHE DE BRUJAS VI.
- Episodio 7 (3F05) de Temporada 7: HOMERO TAMAÑO FAMILIAR.
- Episodio 8 (3F06) de Temporada 7: MAMÁ SIMPSON.
- Episodio 9 (3F08) de Temporada 7: LA ÚLTIMA CARCAJADA DE BOB PATIÑO.
- Episodio 10 (3F31) de Temporada 7: ESPECTACULAR EPISODIO NÚMERO 138.
- Episodio 11 (3F07) de Temporada 7: EL BEBÉ DE MAMÁ.
- Episodio 12 (3F10) de Temporada 7: EL EQUIPO DE HOMERO.
- Episodio 13 (3F09) de Temporada 7: EL MAL VECINO.
- Episodio 14 (3F11) de Temporada 7: ESCENAS DE LA LUCHA DE CLASES EN SPRINGFIELD.
- Episodio 15 (3F12) de Temporada 7: BART, EL SOPLÓN.
- Episodio 16 (3F13) de Temporada 7: LISA LA ICONOCLASTA.
- Episodio 17 (3F14) de Temporada 7: HOMERO SMITHERS.
- Episodio 18 (3F15) de Temporada 7: UN PEZ LLAMADO SELMA.
- **Episodio 19 (3F16) de Temporada 7: EL DÍA QUE MURIÓ LA VIOLENCIA\*.**
- Episodio 20 (3F17) de Temporada 7: BART RECORRE EL MUNDO.

- Episodio 21 (3F18) de Temporada 7: 22 PELÍCULAS CORTAS SOBRE SPRINGFIELD.
- Episodio 22 (3F19) de Temporada 7: MI HÉROE, EL ABUELO.
- Episodio 23 (3F20) de Temporada 7: ¿Y DÓNDE ESTÁ EL INMIGRANTE?
- Episodio 24 (3F21) de Temporada 7: ¡REVENTÓN!
- Episodio 25 (3F22) de Temporada 7: YO AMO A LISA.
- Episodio 1 (4F02) de Temporada 8: ESPECIAL DE NOCHE DE BRUJAS VII.
- Episodio 2 (3F23) de Temporada 8: SÓLO SE MUDA DOS VECES.
- Episodio 3 (4F03) de Temporada 8: HOMERO POR EL CAMPEONATO.
- Episodio 4 (4F05) de Temporada 8: PAPI BURNS.
- Episodio 5 (4F06) de Temporada 8: BART DE NOCHE.
- Episodio 6 (4F04) de Temporada 8: MILHOUSE DIVIDIDO.
- Episodio 7 (4F01) de Temporada 8: EL SOSO ROMANCE DE LISA.
- Episodio 8 (4F07) de Temporada 8: HURACÁN NEDDY.
- Episodio 9 (3F24) de Temporada 8: EL VIAJE MISTERIOSO DE NUESTRO HOMERO.
- Episodio 10 (3G01) de Temporada 8: LOS EXPEDIENTES SECRETOS DE SPRINGFIELD.
- Episodio 11 (4F08) de Temporada 8: EL TURBIO Y OSCURO MUNDO DE MARGE SIMPSON.
- Episodio 12 (4F10) de Temporada 8: LA MONTAÑA DE LA LOCURA.
- Episodio 13 (3G03) de Temporada 8: SIMPSONCALIFRAGILÍSTICOESPIALIDOSO.
- Episodio 15 (4F11) de Temporada 8: LA FOBIA DE HOMERO.
- Episodio 16 (4F13) de Temporada 8: NIÑERA, MI HERMANA.
- Episodio 17 (4F14) de Temporada 8: HERMANO DE OTRO SERIAL.
- Episodio 18 (4F15) de Temporada 8: HOMERO CONTRA LA PROHIBICIÓN.
- Episodio 19 (4F09) de Temporada 8: AMOR EN LA ESCUELA.
- Episodio 20 (4F16) de Temporada 8: MOTÍN CANINO.
- Episodio 21 (4F17) de Temporada 8: EL VIEJO Y LA LISA.
- Episodio 22 (4F18) de Temporada 8: PREGÚNTALE A MARGE.
- Episodio 23 (4F19) de Temporada 8: EL ENEMIGO DE HOMERO.
- Episodio 24 (4F20) de Temporada 8: EL REPERTORIO DE REFritos DE LOS SIMPSON.
- Episodio 25 (4F21) de Temporada 8: LA GUERRA SECRETA DE LISA. SIMPSON.
- Episodio 1 (4F22) de Temporada 9: LA CIUDAD DE NUEVA YORK CONTRA HOMERO.
- Episodio 2 (4F23) de Temporada 9: VIDA PRESTADA.
- Episodio 3 (3G02) de Temporada 9: EL SAXO DE LISA.
- Episodio 4 (5F02) de Temporada 9: ESPECIAL DE NOCHE DE BRUJAS VIII.



- **Episodio 5 (5F01) de Temporada 9: FAMILIA PELIGROSA\***.
- Episodio 6 (5F03) de Temporada 9: BART SE CONVIERTE EN ESTRELLA.
- Episodio 7 (5F04) de Temporada 9: LAS DOS SEÑORAS NAHASAPEEMAPETILON.
- Episodio 8 (5F05) de Temporada 9: LA ESCÉPTICA LISA.
- Episodio 9 (5F06) de Temporada 9: LA CRUDA REALIDAD.
- Episodio 10 (5F07) de Temporada 9: MILAGRO EN LA AVENIDA SIEMPREVIVA.
- Episodio 11 (5F24) de Temporada 9: TODOS BAILAN, TODOS CANTAN.
- Episodio 12 (5F08) de Temporada 9: BART EN LA FERIA.
- Episodio 13 (5F23) de Temporada 9: LA SECTA SIMPSON.
- Episodio 14 (5F11) de Temporada 9: EL AUTOBÚS DE LA MUERTE.
- Episodio 15 (5F10) de Temporada 9: LA ÚLTIMA TENTACIÓN DE KRUSTY.
- Episodio 16 (5F12) de Temporada 9: EL BUENO, LA MALA Y EL FEO.
- Episodio 17 (4F24) de Temporada 9: LISA, SIMPSON.
- Episodio 18 (5F13) de Temporada 9: GORGORITO.
- Episodio 19 (3G04) de Temporada 9: MI QUERÍDO CAPITÁN SIMPSON.
- Episodio 20 (5F14) de Temporada 9: MISIÓN DEDUCIBLE.
- Episodio 21 (5F15) de Temporada 9: LISA COMENTARISTA.
- Episodio 22 (5F09) de Temporada 9: BASURA DE TITANES.
- Episodio 23 (5F16) de Temporada 9: EL REY DE LA COLINA.
- Episodio 24 (5F17) de Temporada 9: HEMOS PERDIDO A NUESTRA LISA.
- Episodio 25 (5F18) de Temporada 9: ¿MARGE, PUEDO DORMIR CON EL PELIGRO?
- Episodio 1 (9ABF20) de Temporada 10: LA SAZÓN DEL BAILE.
- Episodio 2 (9ABF21) de Temporada 10: EL MAGO DE LA TERREZA POR SIEMPREVERDE.
- Episodio 3 (9ABF22) de Temporada 10: BART, LA MADRE.
- Episodio 4 (AABF01) de Temporada 10: ESPECIAL DE NOCHE DE BRUJAS IX.
- Episodio 5 (9ABF19) de Temporada 10: CUANDO SE ANHELA UNA ESTRELLA.
- Episodio 6 (AABF02) de Temporada 10: OUH EN EL VIENTO.
- Episodio 7 (AABF03) de Temporada 10: LISA SE SACA UN 10.
- Episodio 8 (AABF04) de Temporada 10: HOMERO SIMPSON EN PROBLEMAS RENALES.
- Episodio 9 (AABF05) de Temporada 10: ENCUENTRO CON LA MAFIA.
- Episodio 11 (AABF07) de Temporada 10: A UN BART SALVAJE NADIE PUEDE DESTROZARLO.

---

\* Capítulos Seleccionados para el Análisis de Contenido.

- Episodio 12 (AABF08) de Temporada 10: DOMINGO, CRUEL DOMINGO.
- Episodio 13 (AABF09) de Temporada 10: HOMERO AL MÁXIMO.
- Episodio 14 (AABF11) de Temporada 10: ME ACOMPAÑA CUPIDO.
- Episodio 15 (AABF10) de Temporada 10: EL SUBMARINO AMARILLO.
- Episodio 16 (AABF12) de Temporada 10: UN ESPACIO PARA LISA.
- Episodio 17 (AABF13) de Temporada 10: HOMERO TRABAJA DEMASIADO.
- Episodio 18 (AABF14) de Temporada 10: HISTORIAS DE LA BIBLIA.
- Episodio 19 (AABF15) de Temporada 10: ARTE DE MAMÁ Y PAPÁ.
- Episodio 20 (AABF16) de Temporada 10: EL ANCIANO Y EL ESTUDIANTE CON BAJAS CALIFICACIONES.
- Episodio 21 (AABF17) de Temporada 10: MONTY NO PUEDE COMPRAR MI AMOR.
- Episodio 22 (AABF18) de Temporada 10: SALVARON EL CEREBRO DE LISA.
- Episodio 23 (AABF20) de Temporada 10: 30 MINUTOS SOBRE TOKIO.
- Episodio 1 (AABF23) de Temporada 11: HOMERO VA A HOLLYWOOD.
- Episodio 2 (AABF22) de Temporada 11: EL CAMBIO DE BART.
- Episodio 3 (AABF21) de Temporada 11: ADIVINA QUIÉN VIENE A CRITICAR.
- Episodio 4 (BABF01) de Temporada 11: LA CASA DEL HORROR X.
- Episodio 5 (AABF19) de Temporada 11: HOMERO GRANJERO.
- Episodio 6 (BABF02) de Temporada 11: HOLA MAMÁ, HOLA PAPÁ.
- Episodio 7 (BABF03) de Temporada 11: MAL COMPORTAMIENTO.
- Episodio 8 (BABF05) de Temporada 11: LLÉVATE A MI ESPOSA.
- Episodio 10 (BABF04) de Temporada 11: LA PEQUEÑA MAMÁ.
- Episodio 11 (BABF06) de Temporada 11: PÉRDIDA DE FE.
- Episodio 12 (BABF08) de Temporada 11: LA FAMILIA MANSIÓN.
- Episodio 13 (BABF09) de Temporada 11: JINETES GALÁCTICOS.
- Episodio 14 (BABF10) de Temporada 11: SOLO NUEVAMENTEIRIJILLO.
- Episodio 15 (BABF11) de Temporada 11: MISIONERO IMPOSIBLE.
- Episodio 16 (BABF12) de Temporada 11: PIGMALION.
- Episodio 17 (BABF13) de Temporada 11: BART AL FUTURO.
- Episodio 18 (BABF14) de Temporada 11: DÍAS DE VINO Y ROSAS.
- Episodio 19 (BABF16) de Temporada 11: MATA AL COCODRILO Y HUYE.
- Episodio 20 (BABF15) de Temporada 11: ÚLTIMO TANGO.
- Episodio 21 (BABF18) de Temporada 11: MARGE ESTÁ LOCA, LOCA, LOCA.
- Episodio 22 (BABF19) de Temporada 11: DETRÁS DE LA RISA.
- Episodio 1 (BABF21) de Temporada 12: LA CASA DEL ÁRBOL DEL TERROR XI.
- Episodio 3 (BABF17) de Temporada 12: EL PAYASO DEMENTE.
- Episodio 4 (CABF01) de Temporada 12: LISA Y SU AMOR POR LOS ÁRBOLES.

- Episodio 5 (CABF04) de Temporada 12: HOMERO CONTRA LA DIGNIDAD.
- Episodio 6 (CABF02) de Temporada 12: AMENAZA EN INFORMÁTICA.
- Episodio 7 (CABF03) de Temporada 12: EL GRANDE ESTAFADOR.
- Episodio 8 (CABF06) de Temporada 12: SKINNER CUBIERTO POR LA NIEVE.
- Episodio 9 (BABF22) de Temporada 12: HOMERO.
- Episodio 10 (CABF05) de Temporada 12: POKEY MAMÁ.
- Episodio 11 (CABF08) de Temporada 12: EL PEOR EPISODIO DE LA SERIE.
- Episodio 12 (CABF07) de Temporada 12: JUEGO LIMPIO.
- Episodio 13 (CABF10) de Temporada 12: EL DÍA DE LA MUERTE DE LA COMEDIA.
- Episodio 14 (CABF12) de Temporada 12: ÍDOLOS.
- Episodio 15 (CABF09) de Temporada 12: HOMERO IDEALISTA.
- Episodio 16 (CABF11) de Temporada 12: LOS MOTIVOS DEL ABUSÓN.
- Episodio 17 (CABF13) de Temporada 12: SAFARI SIMPSON.
- Episodio 18 (CABF14) de Temporada 12: TRILOGÍA DEL ERROR.
- Episodio 19 (CABF15) de Temporada 12: VENERACIÓN A LA HOMERO.
- Episodio 20 (CABF16) de Temporada 12: HIJOS DE SEGUNDA CLASE.
- Episodio 21 (CABF17) de Temporada 12: RELATOS EXTRAORDINARIOS.

## PÁGINAS DE INTERNET

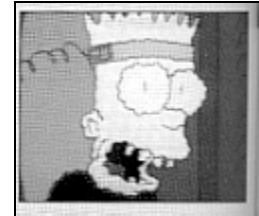
<http://www.lossimpson.com/>  
<http://www.t1msn.com.mx/entretenimiento.asp>  
<http://www.lossimpson.com/>  
<http://www.portalmix.com/simpson/>  
<http://www.geocities.com/huercal5/simpson.html>  
<http://www.etcetera.com.mx/2000/365/cris365.html>  
<http://www.gifmania.com/Dibujos/Simpsons/>  
<http://www.geocities.com/Hollywood/Lot/1916/simpkbbk.htm>  
<http://www.geocities.com/Hollywood/Academy/9205/>  
<http://habitantes.elsitio.com/hergue/>  
<http://www.geocities.com/TimesSquare/Metro/9127/simp.html>  
<http://www.angelfire.com/ia/homersimps/>  
<http://www.geocities.com/TelevisionCity/Set/9300/>  
<http://www.lossimpson.fox.es/>  
<http://www.antena3tv.com/simpsons/>  
[http://thesimpsons.com/splash\\_9.html](http://thesimpsons.com/splash_9.html)  
<http://www.lossimpson.com/home/index.cfm>  
<http://simpsons.metropoli2000.net/>  
<http://andercheran.aiind.upv.es/josema/test/simpson.html>  
<http://andercheran.upv.es/josema/puzzle.html>  
<http://thesimpsonsrp.iespana.es/thesimpsonsrp/imagenesdownload/Download/Emuladores.html>  
<http://orbita.starmedia.com/~ipesimps/>  
<http://www.geocities.com/Hollywood/Lot/1916/simpkbbk.htm>  
<http://www.biwe.es/servlet/BsvlProcesaBusqueda>  
[http://www.galeon.com/juan\\_simpson/](http://www.galeon.com/juan_simpson/)  
<http://www.terra.es/personal/mmb00002/>  
<http://andercheran.aiind.upv.es/josema/lista.html>  
<http://www.geocities.com/terrororiginal/framecast.html>  
<http://www.chicos.net.ar/chicosnet/html/fans/simpson/simpson-secreto.htm>  
<http://www.lossimpson.com/SIM/spanish/episodios/season02/02.htm>  
<http://simpsons.metropoli2000.net/famosos.htm>  
<http://simpsons.metropoli2000.com/>  
<http://www.gifmania.com/Dibujos/Simpsons/Bart/>  
<http://usuarios.tripod.es/erlewine/>  
<http://futurama.metropoli2000.net/>  
<http://www.geocities.com/Athens/Crete/2414/Simpson.html>  
<http://personal2.redestb.es/menendezmell/>

## ➤ UNA FAMILIA MODELO



Homero lleva a su familia al picnic de la compañía que da su jefe, el señor Burns. Director cruel y tiránico. Burns despide a todo aquel empleado cuyos familiares no se diviertan en la fiesta. Homero se percata de que Burns se siente atraído por una familia cuyos miembros se tratan con cariño y respeto, y se pregunta por qué pesa sobre él la maldición de una familia que no se quiere y no se respeta.

Los Simpson ven a otras familias por la calle. Asomándose en las ventanas de salas de estar, ven a varias familias felices. Convencido de que él y su familia son perdedores natos, Homero hace un alto en la Taberna de Moe, donde ve en la tele el anuncio del Centro Terapéutico y Familiar del doctor Marvin Monroe. Cuando se entera que el doctor garantiza la dicha o “dobla el dinero gastado”, Homero empeña el televisor y lleva a su familia a la clínica.



Cuando los métodos para civilizar a la familia resultan inútiles, el doctor Monroe recurre a una terapia de choque y enchufa electrodos a Los Simpson. Los Simpson se pasan shocks unos a otros. Convencido de que son incurables, el doctor les devuelve su dinero por duplicado. Con 500 dólares en el bolsillo, Homero acompaña a su feliz familia a comprar un nuevo televisor.

## ➤ MOMENTOS ESTELARES

-Mr. Burns: ... y éste debe ser... Brad.

-Bart: Bart.

-Homero: No le corrijas Bart.

-Mr. Burns: Siéntanse como en su casa.

-Bart: ¿Ya oíste papá? Puedes andar en calzoncillos y rascarte el ...

Marge al beber el ponche: “No quiero alarmar a nadie, pero creo que este ponche tiene un poco de alcohol.”

Después de que Burns ve cómo un hijo besa a su padre:

-Burns: Ahh, esa es la unión familiar que me gusta ver. Smithers, tome su nombre, auguro grandes cosas para él en la planta.

-Homero: rápido Bart, dame un beso.

-Bart: ¿Besarte? Papá, sólo soy tu hijo.

-Homero: Bart, por favor, te daré 5 dólares.

Homero a la familia: "Tenemos que mejorar como familia."

Homero, a Dios: "Tú estás en todas partes, eres omnívoro."

-Homero: Perdona Marge, pero a veces creo que ésta es la peor familia de la ciudad.

-Marge: Mudémonos a una ciudad más grande.

Los Simpson espiando:

(Los Simpson observan a través de una ventana cómo cena una familia feliz.)

-Homero: Miren eso niños, nadie pelea, nadie grita.

-Bart: Nadie eructa.

-Lisa: El papá tiene camisa.

-Marge: ¿Son servilletas?.

-Bart: Obviamente son desequilibrados.

"¿Sabes Moe? Mi madre me dijo algo que se me grabó muy bien. Me dijo: 'Homero, eres una enorme decepción' y Dios la bendiga. Creo que había captado algo."



Homero, tras ver en la tele el anuncio del doctor Monroe: "¿Cuándo aprenderé? ¡La solución a los problemas no está en el fondo de un vaso, sino en la televisión!"

Homero necesita dinero para la terapia del doctor Monroe:

-Lisa: No papá, no empeñes el televisor, por favor.

-Bart: Ay papá, lo que sea menos eso.

-Marge: ¡Podríamos empeñar mi sortija de compromiso!

-Homero: Te lo agradezco mucho linda, pero necesitamos 150 dólares.

➤ **UNA FAMILIA MODELO.**

**ACTORES PERSONAJES**

**NÚMERO DE APARICIONES  
EN EL RELATO**

**ESCENA 1 INTERIOR DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Lisa Simpson	3
Bart Simpson	3
Maggie Simpson	1
Homero Simpson	10
Marge Simpson	4
	<hr/>
	21

**ESCENA 2 AUTO DE LOS SIMPSON.**

Homero Simpson	2
Marge Simpson	1
Bart Simpson	2
Lisa Simpson	2
Maggie Simpson	2
	<hr/>
	9

**ESCENA 3 AFUERA DE LA MANSIÓN DEL SEÑOR BURNS.**

Homero Simpson	2
Marge Simpson	1
Bart Simpson	2
Lisa Simpon	2
Maggie Simpson	1
	<hr/>
	8

#### **ESCENA 4    ADENTRO DE LA MANSIÓN DEL SEÑOR BURNS.**

Smithers	8
Señor Burns	12
Empleado de la Planta Nuclear	3
Hijo del Empleado de la Planta Nuclear	1
Esposa del Empleado de la Planta Nuclear	1
Homero Simpson	9
Marge Simpson	4
Maggie Simpson	3
Lisa Simpson	4
Bart Simpson	6
	<hr/>
	51

#### **ESCENA 5    EN EL JARDÍN DE LA MANSIÓN DEL SEÑOR BURNS.**

Niños	1
Padres e Hijos	2
Lisa Simpson	4
Bart Simpson	4
Homero Simpson	5
Marge Simpson	6
Maggie Simpson	6
Mamá	5
Hija	5
	<hr/>
	38

#### **ESCENA 6    INTERIOR DE LA MANSIÓN DEL SEÑOR BURNS.**

Niños	3
Mamá	3
Hija	4
Marge Simpson	3
Maggie Simpson	3
	<hr/>
	16



**ESCENA 7 EN EL JARDÍN DE LA MANSIÓN DEL SEÑOR BURNS.**

Homero Simpson	5
Lisa Simpson	1
Bart Simpson	5
	<hr/>
	11

**ESCENA 8 TERRAZA DE LA MANSIÓN DEL SEÑOR BURNS.**

Señoras	5
Señora Hablando	3
Marge Simpson	7
Mamá	4
	<hr/>
	19

**ESCENA 9 CARRERA PARA PADRES E HIJOS EN EL JARDIN.**

Padres e Hijos	19
Homero Simpson	11
Bart Simpson	12
Señor Burns	12
Smithers	6
	<hr/>
	60

**ESCENA 10 TERRAZA DE LA MANSIÓN DEL SEÑOR BURNS.**

Marge Simpson	10
Señoras	6
Bart Simpson	4
Homero Simpson	7
Lisa Simpson	3
	<hr/>
	30

## **ESCENA 11 KIOSCO.**

Padres E Hijos	5
Smithers	4
Señor Burns	6
Banda Musical	6
Homero Simpson	2
Marge Simpson	2
Maggie Simpson	2
	<hr/>
	27

## **ESCENA 12 RECIBIDOR DE LA MANSIÓN DEL SEÑOR BURNS.**

Smithers	5
Señor Burns	5
Padres e Hijos	1
Homero Simpson	6
Marge Simpson	1
Maggie Simpson	1
Bart Simpson	3
Lisa Simpson	1
Papá	2
Mamá	2
Hijo	2
Hija	2
	<hr/>
	31

## **ESCENA 13 ESTACIONAMIENTO DE LA MANSIÓN.**

Homero Simpson	13
Marge Simpson	5
Maggie Simpson	3
Lisa Simpson	8
Bart Simpson	8
Papá	5
Mamá	4

Hijo	4
Hija	3
	<hr/> 53

**ESCENA 14 EN LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Marge Simpson	16
Maggie Simpson	14
Bart Simpson	18
Lisa Simpson	17
Homero Simpson	23
	<hr/> 88

**ESCENA 15 LA FAMILIA SIMPSON OBSERVANDO POR LAS VENTANAS DE SUS VECINOS.**

Marge Simpson	12
Bart Simpson	11
Maggie Simpson	10
Homero Simpson	13
Lisa Simpson	11
Hijo	4
Niños	2
Mujer	1
Papá	5
Mamá	2
Hombre	1
Señora	1
	<hr/> 73

**ESCENA 16 TABERNA DE MOE.**

Moe	8
Barney	6
Observadores de la Televisión	8
Homero Simpson	17

Eddie	7
Lou	7
Perro	4
Dr. Marvin Monroe	4
Mujer	4
Hombre	2
Niño	1
	<hr/>
	68

**ESCENA 17 SALA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Tomy	1
Daly	1
Lisa Simpson	7
Marge Simpson	9
Maggie Simpson	6
Bart Simpson	7
Homero Simpson	9
	<hr/>
	40

**ESCENA 18 COCINA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Maggie Simpson	2
Homero Simpson	3
Bart Simpson	2
Lisa Simpson	2
Marge Simpson	1
	<hr/>
	10

**ESCENA 19 MONTE DE PIEDAD.**

Homero Simpson	6
Bart Simpson	2
Lisa Simpson	2
Maggie Simpson	4
Marge Simpson	4
Empleado del Monte de Piedad	3
	<hr/>
	21

**ESCENA 20 EN LA CLÍNICA DEL DR. MONROE.**

Papá	4
Hija	4
Hijo	3
Mamá	4
Bart Simpson	4
Lisa Simpson	5
Maggie Simpson	4
Marge Simpson	4
Homero Simpson	7
Recepcionista de la Clínica	3
	<hr/>
	42

**ESCENA 21 CONSULTORIO DEL DR. MARVIN MONROE.**

Dr. Marvin Monroe	21
Lisa Simpson	16
Bart Simpson	19
Homero Simpson	20
Maggie Simpson	9
Marge Simpson	16
	<hr/>
	101

**ESCENA 22 CUARTO DEL CONSULTORIO DEL DR. MARVIN MONROE.**

Bart Simpson	26
Lisa Simpson	22
Maggie Simpson	12
Marge Simpson	22
Homero Simpson	21
Dr. Marvin Monroe	16
Recepcionista de la Clínica	8
Señor Burns	2
Smithers	1
Las Familias	1
	<hr/>
	131

**ESCENA 23 AFUERA DE LA CLÍNICA DEL DR. MARVIN MONROE.**

Dr. Marvin Monroe	2
Homero Simpson	10
Marge Simpson	7
Maggie Simpson	5
Lisa Simpson	6
Bart Simpson	8
	<hr/>
	38

**Total de Personajes: 986**

**APARICIÓN TOTALITARIA DE LOS ACTORES PERSONAJES EN EL  
CAPÍTULO “ UNA FAMILIA MODELO “**

<b>ACTORES PERSONAJES</b>	<b>NÚMERO DE APARICIONES EN EL RELATO</b>
Lisa Simpson	116
Bart Simpson	146
Maggie Simpson	88
Homero Simpson	201
Marge Simpson	135
Smithers	24
Señor Burns	37
Empleado de la Planta Nuclear	3
Hijo del Empleado de la Planta Nuclear	1
Esposa del Empleado de la Planta Nuclear	1
Niños	7
Padres e Hijos	26
Mamá	24
Hija	19
Señoras	12
Señora Hablando	3
Banda Musical	6
Papá	16
Hijo	12
Mujer	5
Hombre	3
Señora	1
Moe	8
Barney	6
Observadores de la Televisión	8
Eddie	7
Lou	7
Perro	4
Dr. Marvin Monroe	43
Tomy	1
Daly	1
Empleado del Monte de Piedad	3
Recepcionista de la Clínica	11
Las Familias	1
<b>Total de Personajes:</b>	<b>986</b>

ANÁLISIS DE CONTENIDO PARA LA FAMILIA AMARILLA: LOS SIMPSON 1.

TEMA: Una Familia Modelo.		INTERPRETES					OBSERVADORES								
FECHA DE EMISIÓN: 28 de Enero de 1990.		EPISODIO: 7G04.					ESPECTADOR		RELATORES		DESTINATARIO		CONTROLADOR		
CANAL DE TRANSMISIÓN: Canal 7 Televisión Azteca.		LÍDERES	AYUDANTES				Acont.	Com.	Acont.	Com.	Acción	Com.	Acción	Com.	
HORARIO: 20:00 a 20:30 Hrs.		Héroes	Anti.	Coopera	Wardat.	Auxiliar									
NIVEL DE ACTUACION	EXPERIENCIA	¿Quién aparece confirmando la veracidad de los hechos, teniendo la iniciativa de los mismos, mediante un juicio de existencia?	*Si												
		¿Quién niega y desmiente su implicación en los hechos del acontecer, por medio de juicios denegatorios?	No	Si											
		¿Existe algún Actor que provea de los Medios a los Actores Héroes y Antiheroes para su actuación en el acontecer?		*No	*Si										
		¿Aparece el Actor en las mismas acciones que del Líder, confirmando su implicación en éstas, para sin aceptar esa implicación?			No	*Si									
		¿Se cita en el relato quién ejecuta los encargos del Líder y aparece un número mayor de ellos del lado del Héroe?				No	*Si								
	INFORMACION	¿Existe el Actor que conoce lo que acontece, pero no se le involucra y sólo aparece como Testigo que da fe de lo que ocurre?						*Si							
		¿Es mencionado el Actor que conoce los actos de los Comunicantes sin involucrarse en el Proceso Comunicativo pronunciando la Mediación?						No	Si						
		¿Aparece el Actor que proporciona información sobre lo que acontece?							*No	*Si					
		¿Existe el Actor que produce todo o parte del Producto Comunicativo?								No	*Si				
		¿Hay el Actor que se ve beneficiado o perjudicado por los Act. de los Agentes y que sirve para dar o quitar legitimidad en lo que hacen o dicen los Inter. y Act. del Acontecer?									No	*Si			
PAPELES	¿Existe aquel actor al que le está designado el Producto Comunicativo?									No	*Si				
	¿Aparece el actor que se sirve de los otros Agentes, para controlar cómo suceden las cosas?										No	*Si			
	¿Es mencionado el actor que se sirve de los Comunicantes para controlar la Institución Comunicativa?											No	Si		
		1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	*No		

1 Homero Simpson.	6 Al Jean y Mike Reiss.
2 Lisa, Bart, Maggie, Marge Simpson y el Dr. Marvín Monroe.	7 James L. Brooks, Matt Groening, Sam Simos y la Televisión como MCM.
3 Marge Simpson.	8 La Familia Simpson y el Señor Burns.
4 El Empleado del Monte de Piedad.	9 Los Televidentes.
5 El Papá, la Mamá, el Hijo y la Hija.	10 La Familia, como base de la sociedad.



## **FUNCIONES DE LOS ACTORES**

➤ **Intérpretes:** La Familia Simpson y su Entorno Social.

- Líder: Homero Simpson.
- Héroe: Homero Simpson.
- Antihéroe: X
- Cooperantes del Héroe: Marge Simpson, Lisa Simpson Maggie Simpson y El Dr. Marvin Monroe.
- Cooperantes del Antihéroe: X.
- Mandatarios del Héroe: Marge Simpson.
- Mandatarios del Antihéroe: X
- Auxiliares del Héroe: El Empleado del Monte de Piedad y el Televisor.
- Auxiliares del Antihéroe: X

➤ **Espectadores:** Padres e Hijos, las Señoras en el día de campo del Señor Burns y el Público Televidente.

Los Espectadores se diferencian en dos clases:

- Espectadores del Acontecer: El Papá, la Mamá, el hijo y la hija, que sería la representación de la “Familia Modelo”.
- Espectadores de la Comunicación: X
- Relatores del Acontecer: Al Jean y Mike Reiss.
- Relatores de la Comunicación: James L. Brooks, Matt Groening, Sam Simon y la Televisión como MCM.

➤ **Destinatarios:** Dr. Marvin Monroe.

Se distinguen dos tipos:

- Destinatarios de la Acción: La Familia Simpson y el Sr. Burns como beneficiarios y como damnificado al Dr. Marvin Monroe.
- Destinatarios de la Comunicación: Los Televidentes.

➤ **Controladores:**

Se establecen dos categorías:

- Controladores de la Acción: La Familia como la base de la Sociedad.
- Controladores de la Comunicación: X

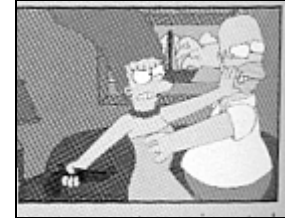
## ➤ UNA FAMILIA PELIGROSA



Los habitantes de Springfield se pelean después de la celebración de la final de la Asociación Continental de Fútbol, entre México y Portugal. A consecuencia de eso, Los Simpson deciden hacer más segura su casa. Al no tener dinero para costearse un sistema electrónico de seguridad, Homero decide comprar una pistola.

Homero, que está muy nervioso por su adquisición, debe esperar cinco días hasta que le den el arma. Marge se asusta al saber que Homero ha comprado una pistola y le pide que se deshaga de ella. Homero la lleva a una reunión de la Asociación Nacional del Rifle, con la intención de convencerla de que necesitan un arma.

Después de unos accidentes durante la cena, Marge insiste en que cambie de idea. Él se muestra de acuerdo, pero Marge descubre que le ha mentado. Marge se va de la casa con los niños. Homero celebra su reunión de admisión en la Asociación del Rifle en su casa, pero los miembros lo rechazan al ver que usa muy temerariamente el arma. Va al mugriento motel en el que están Marge y los chicos y le asegura que se ha deshecho de la pistola.



Serpiente, armado con una navaja, entra en la recepción del motel para quedarse con el dinero de la caja. Homero saca la pistola e impide el atraco. Homero se disculpa ante Marge por haberle mentado de nuevo alegando que la pistola ejerce un poder hipnótico sobre él. Ella lo perdona y se encarga de deshacerse de la pistola... aunque en el último momento se la queda.

## ➤ MOMENTOS ESTELARES

‘Estadio de Springfield: Hoy Fútbol, Mañana: Monstruos de la poesía’.  
Cartel a la entrada del estadio de Springfield.

“Es increíble que esto algún día fuera un campo de detención.” Marge en las gradas del estadio de Springfield.

El comienzo del torneo de la Asociación Continental de Fútbol en Springfield:

- Actor secundario Mel: No soporto más. ¡Me voy de aquí!
- Moe: Pero no antes que yo huesudo.

-Ned: Vamos. ¡Hay suficientes salidas para todos! (Moe hace una presa de cuello a Ned.)

-Moe: Ahora sí te pasaste de veras.

-Skinner: ¡Oiga! ¡Está fuera de lugar!

-Lenny: ¡Cierra la boca Skinner! (Le arrea un puñetazo en el estómago, haciéndole caer sobre Barney, que se derrama la cerveza por encima.)

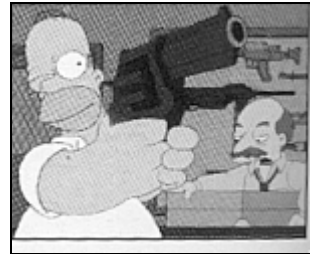
“Lo que originalmente fuera una bronca tradicional de fútbol, ha degenerado en una revuelta humana. El alcalde Diamante ha declarado el estado de decepción. Así que por los próximos años, cada familia se cuidará a sí misma.” Kent Brockman.

Homero echa de casa al vendedor:

-Vendedor de Seguridad: Pero la seguridad de su familia no tiene precio Señor.

-Homero: Eso digo yo, pero... ¡así está la cosa!

“Por qué cuidado si tengo una pistola.” Homero.



La espera:

(Homero quiere coger su pistola, pero el vendedor no lo deja.)

-Vendedor: Lo siento. La ley exige un período de espera de cinco días para hacer una investigación.

-Homero: ¡Cinco días! ¡Pero si yo estoy enojado hoy! (El vendedor pone la pistola fuera del alcance de Homero.)

-Homero: Si tuviera mi pistola, lo mataría.

-Vendedor: Si, pues no la tiene.

“Las armas de asalto han generado mala reputación, pero por algo las fabrican: para acabar con los súper animales de hoy como la ardilla voladora y la anguila eléctrica.” Lenny.

Marge descubre que Homero ha conservado la pistola:

-Marge: De todas las cosas horribles que has hecho en tu vida, ésta es la peor, y la más despreciable.

-Homero: Pero Marge, te lo juro, nunca pensé que te darías cuenta.

“... pero la pistola me hizo su esclavo. Sentía una increíble sensación de poder, como debe sentirse Dios cuando tiene una pistola.” Homero explicando a Marge por qué le mintió acerca del arma.

➤ **FAMILIA PELIGROSA.**

**ACTORES PERSONAJES**

**NÚMERO DE APARICIONES  
EN EL RELATO**

**ESCENA 1 INTERIOR DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Bart Simpson	3
Lisa Simpson	3
Maggie Simpson	2
Marge Simpson	2
Homero Simpson	4
	<hr/>
	14

**ESCENA 2 ESTADIO DE SPRINGFIELD.**

Barney	5
Carl	1
Público	14
Lisa Simpson	4
Bart Simpson	5
Marge Simpson	5
Maggie Simpson	4
Homero Simpson	6
Vendedor de Paella	1
Jugadores de Fútbol	9
Árbitro	3
Pelé	3
Coordinador	2
Krusty, El Payaso	1
Kent Brookman	1
Comentarista Brasileño	1
Mel	1
Moe	4
Skinner	3
Lenny	2
Willie, El Jardinero	3

Karatecas	2
Nelson	1
Milhouse Van Houten	1
Ned Flanders	4
Dr. Hibbert	1
	<hr/>
	87

### **ESCENA 3 EN LAS CALLES DE SPRINGFIELD.**

Kent Brookman	1
Público	1
Ned Flanders	2
Serpiente	1
Homero Simpson	4
Marge Simpson	3
Lisa Simpson	1
Bart Simpson	1
	<hr/>
	14

### **ESCENA 4 INTERIOR DE LA CASA DE LOS SIMPSON.**

Marge Simpson	12
Homero Simpson	12
Vendedor de Seguros	10
	<hr/>
	34

### **ESCENA 5 TIENDA DE ARMAS.**

Homero Simpson	13
Vendedor de Armas	5
	<hr/>
	18

**ESCENA 6 INTERIOR DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON POR LA NOCHE.**

Lisa Simpson	3
Homero Simpson	2
	<hr/>
	5

**ESCENA 7 FRENTE A LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Homero Simpson	6
Patty	1
Selma	1
Ned Flanders	2
	<hr/>
	10

**ESCENA 8 TIENDA DE ARMAS.**

Homero Simpson	8
Vendedor de Armas	8
	<hr/>
	16

**ESCENA 9 SALA DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Marge Simpson	10
Bart Simpson	4
Lisa Simpson	7
Maggie Simpson	2
Homero Simpson	14
	<hr/>
	37

## ESCENA 10 ASOCIACIÓN DEL RIFLE.

Homero Simpson	
Marge Simpson	9
Eddie	10
Moe	1
Krusty; El Payaso	10
Lou	5
Dolph	1
Lenny	3
Público	2
Señora Skinner	9
Mel	1
Señor Burns	4
Smithers	2
Cletus	2
	<hr/>
	61

## ESCENA 11 SALÓN DE TIRO.

Dr. Hibbert	1
Krusty, El Payaso	1
Moe	1
Dolph	1
Señora Skinner	1
Homero Simpson	3
Lenny	1
Empleado del Salón de Tiro	1
	<hr/>
	10

## ESCENA 12 MINI-SUPERMERCADO.

Homero Simpson	
Apu	5
	2
	<hr/>
	7



**ESCENA 13 SUEÑO DE HOMERO.**

Homero Simpson	2
Marge Simpson	1
	<hr/>
	3

**ESCENA 14 INTERIOR DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Lisa Simpson	8
Homero Simpson	25
Bart Simpson	9
Maggie Simpson	4
Marge Simpson	12
	<hr/>
	58

**ESCENA 15 COCINA DE LA CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Bart Simpson	11
Milhouse Van Houten	5
Marge Simpson	10
Maggie Simpson	3
Lisa Simpson	2
Homero Simpson	9
	<hr/>
	40

**ESCENA 16 APARTAMENTOS.**

Marge Simpson	5
Maggie Simpson	4
Bart Simpson	3
Lisa Simpson	3
Patty	5
Técnico de Televisión	1
	<hr/>
	21

**ESCENA 17 REUNIÓN DE LA ASOCIACIÓN DEL RIFLE EN LA CASA DE LOS SIMPSON.**

Homero Simpson	4
Moe	2
	<hr/>
	6

**ESCENA 18 HOTEL “ DUERME FÁCIL “.**

Marge Simpson	4
Maggie Simpson	2
Bart Simpson	2
Lisa Simpson	1
Prostitutas	12
	<hr/>
	21

**ESCENA 19 CASA DE LA FAMILIA SIMPSON.**

Moe	7
Cletus	5
Ruth Powers	4
Personaje de la Mafia	3
Dr. Hibbert	5
Lenny	5
Krusty, El Payaso	5
Homero Simpson	9
Señora Skinner	2
	<hr/>
	45

**ESCENA 20 HOTEL “ DUERME FÁCIL ”.**

Marge Simpson	5
Maggie Simpson	3
Lisa Simpson	4
Bart Simpson	5
Empleado del Hotel	2
Muerto	2
	<hr/>
	21

## ESCENA 21 CASA DE LA FAMILIA SIMPSON POR LA NOCHE.

Homero Simpson	1
	<hr/>
	1

## ESCENA 22 HOTEL “ DUERME FÁCIL “.

Bart Simpson	4
Marge Simpson	14
Lisa Simpson	3
El Alcalde Diamante	3
Señorita acompañante del Alcalde	2
Homero Simpson	8
	<hr/>
	34

## ESCENA 23 RECEPCIÓN DEL HOTEL.

El Alcalde Diamante	6
Homero Simpson	16
Marge Simpson	15
Recepcionista del Hotel	8
Serpiente	10
Bart Simpson	4
Maggie Simpson	6
Dr. Hibbert	3
Señora Skinner	3
Moe	4
Lenny	6
Lisa Simpson	4
	<hr/>
	85

**648**

**Total de Personajes:**

**APARICIÓN TOTALITARIA DE LOS ACTORES PERSONAJES EN EL  
CAPÍTULO “ FAMILIA PELIGROSA “.**

<b>ACTORES PERSONAJES</b>	<b>NÚMERO DE APARICIONES EN EL RELATO</b>
Bart Simpson	51
Lisa Simpson	43
Maggie Simpson	30
Marge Simpson	108
Homero Simpson	160
Barney	5
Carl	1
Público	24
Vendedor de Paella	1
Jugadores de Fútbol	9
Árbitro	3
Pelé	3
Coordinador	2
Krusty, El Payaso	12
Kent Brookman	2
Comentarista Brasileño	1
Mel	5
Moe	28
Skinner	3
Lenny	16
Willie, El Jardinero	3
Karatecas	2
Nelson	1
Milhouse Van Houten	6
Ned Flanders	8
Serpiente	11
Vendedor de Seguros	10
Vendedor de Armas	13
Patty	6
Selma	1
Eddie	1
Lou	1
Dolph	4
Señora Skinner	7
Señor Burns	2

Smithers	2
Cletus	7
Dr. Hibbert	10
Empleado del Salón de Tiro	1
Apu	2
Técnico de Televisión	1
Prostitutas	12
Ruth Powers	4
Personaje de la Mafia	3
Empleado del Hotel	2
Muerto	2
El Alcalde Diamante	9
Señorita acompañante del Alcalde	2
Recepcionista del Hotel	8
	<hr/>
	648
 <b>Total de Personajes:</b>	 <b>648</b>

ANÁLISIS DE CONTENIDO PARA LA FAMILIA AMARILLA: LOS SIMPSON 2.

TEMA: Familia Peligrosa.		INTERPRETES					OBSERVADORES								
FECHA DE EMISIÓN: 02 de Noviembre de 1997.		AYUDANTES					ESPECTADOR		RELATORES		DESTILTARIOS		CONTROLADOR		
CANAL DE TRANSMISIÓN: Canal 7 Televisión Azteca.		Héroes	Anti.	Coopera	Mandat.	Asallar	Accnt.	Com.	Accnt.	Com.	Acción	Com.	Acción	Com.	
HORARIO: 20:00 a 20:30 Hrs.															
NIVEL DE ACTUACIÓN	EXPOSICIÓN	¿Quién aparece confirmando la versión de los hechos, teniendo la iniciativa de los mismos, mediante un juicio de asistencia?	*Si												
		¿Quién niega y desmiente su implicación en los hechos del acontecer, por medio de juicios denegatorios?	No	Si											
		¿Existe según Actor que provea de los Medios a los Actores Héroes y Antihéroes para su actuación en el acontecer?			Si										
		¿Aparece el Actor en las mismas acciones que el Líder, confirmando su implicación en ésta, pero sin aceptar esa implicación?				*Si									
	INFORMACIÓN	¿Se cita en el relato quién ejerce los encargos del Líder y aparece un número mayor de ellos del lado del Héroe?				No	*Si								
		¿Existe el Actor que conoce lo que acontece, pero no es la involucra y sólo aparece como Testigo que da fe de lo que ocurre?						No	*Si						
		¿Es mencionado el Actor que conoce los actos de los Comunicantes sin involucrarse en el Proceso Comunicativo denunciando la Mediación?							No	*Si					
	FUSIÓN CON EL	¿Aparece el Actor que proporciona información sobre lo que acontece?							No	*Si					
		¿Existe el Actor que produce todo o parte del Producto Comunicativo?								No	*Si				
		¿Hay el Actor que se ve beneficiado o perjudicado por los Act. de los Agentes y que sirve para dar o quitar legitimidad en lo que hacen o dicen los Inter y Act. del Acontecer?										No	*Si		
CONTRASTACIÓN	¿Existe igual actor al que le está designado el Producto Comunicativo?										No	*Si			
	¿Aparece el actor que se sirve de los otros Agentes, para controlar cómo suceden las cosas?											No	*Si		
	¿Es mencionado el actor que se sirve de los Comunicantes para controlar la Institución Comunicativa?												No	Si	
		1			2	3	4	5	6	7	8	9	10		
		1 Homero Simpson.				6 John Swartzwelder, Pete Michels y Mike Scully.									
		2 Bart Simpson.				7 James L. Brooks, Matt Groening, Sam Simon y la Televisión como MCM.									
		3 Vendedor de Armas y Moe, Lenny, Señora Skinner y el Dr. Hibbert.				8 Homero Simpson.									
		4 La Familia Simpson.				9 Los televidentes.									
		5 Kent Broolman.				10 Moe, Lenny, Señora Skinner y el Dr. Hibbert.									

## **FUNCIONES DE LOS ACTORES**

- Intérpretes: La Familia Simpson y la inseguridad.
  - Líder: Homero Simpson.
  - Héroe: Homero Simpson.
  - Antihéroe: X
  - Cooperantes del Héroe: Dr. Hibbert, Señora Skinner, Moe y Lenny.
  - Cooperantes del Antihéroe: X
  - Mandatarios del Héroe: Bart Simpson.
  - Mandatarios del Antihéroe: X
  - Auxiliares del Héroe: Vendedor de Armas y La Asociación del Rifle.
  - Auxiliares del Antihéroe: X

- Espectadores: Público del Estadio de Springfield, el Público de la Asociación del Rifle y los Televidentes.

Los Espectadores se diferencian en dos clases:

- Espectadores del Acontecer: La Familia Simpson.
- Espectadores de la Comunicación: Kent Brookman
- Relatores del Acontecer: John Swartzwelder, Pete Michels y Mike Scully.
- Relatores de la Comunicación: James L. Brooks, Matt Groening, Sam Simon y la Televisión como MCM.

- Destinatarios: Marge Simpson, Bart Simpson, Lisa Simpson y Maggie Simpson.

Se distinguen dos tipos:

- Destinatarios de la Acción: Homero Simpson, como beneficiario y como damnificados Marge Simpson, Bart Simpson, Lisa Simpson y Maggie Simpson.
- Destinatarios de la Comunicación: Los Televidentes.

- Controladores:

Se establecen dos categorías:

- Controladores de la Acción: La Asociación del Rifle de los Estados Unidos.
- Controladores de la Comunicación: X

## ➤ CUADROS DE CONCENTRACIÓN DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE ANÁLISIS DE CONTENIDO.

En estos cuadros se concentran los resultados que se obtuvieron tras la aplicación del Instrumento de Análisis de Contenidos, los cuales proporcionaron diferentes relaciones que permiten conocer y profundizar sobre los actores personajes.

Cada apartado tiene la particularidad de relacionarse para su comparación con los demás cuadros, que componen el mismo.

Los cuadros fueron ordenados por orden de importancia.

La simbología que se maneja para abreviar conceptos fue la siguiente:

Héroe  
Cooperante  
Mandatario  
Auxiliar  
Antihéroe  
Espectador del Acontecer  
Espectador de la Comunicación  
Relatores del Acontecer  
Relatores de la Comunicación  
Destinatarios de la Acción  
Destinatarios de la Comunicación  
Controladores de la Acción  
Controladores de la Comunicación

Dividiéndose los cuadros, de la siguiente forma:

- A) Comparación de los actores que aparecen en los relatos.
- B) Comparación por función asignada en el relato.
- C) Comparación de los actores personajes que aparecieron en el relato por función.

Por lo que respecta a la comparación entre las apariciones en el relato del capítulo llamado Una Familia Modelo y el de la Familia Peligrosa, los resultados fueron los siguientes:

En el video de Una Familia Modelo aparecieron un mayor número de relatos y de actores personajes en comparación con la Familia Peligrosa. Del total de 1634 actores personajes que aparecieron en ambos capítulos, 986 actores aparecieron en Una Familia Modelo y 648 en Familia Peligrosa.



Tomando en consideración el número de veces en que aparecen en los relatos, sin especificar las funciones asignadas, los resultados son:

### COMPARACIÓN DE LOS ACTORES QUE APARECEN EN LOS RELATOS.

ACTORES PERSONAJES	NÚMERO DE VECES EN QUE APARECIERON EN LOS RELATOS	ACTORES PERSONAJES	NÚMERO DE VECES EN QUE APARECIERON EN LOS RELATOS
Homero Simpson			160
Bart Simpson		Homero Simpson	108
Marge Simpson	201	Marge Simpson	51
Lisa Simpson	146	Bart Simpson	43
Maggie Simpson	135	Lisa Simpson	30
Dr. Marvin Monroe	116	Maggie Simpson	28
	88	Moe	24
Señor Burns	43	Público	16
Padres e Hijos	37	Lenny	13
Smithers	26	Vendedor de Armas	12
Mamá	24	Krusty, El Payaso	12
Hija	24	Prostitutas	11
Papá	19	Serpiente	
Señoras	16	Vendedor de Seguros	10
Hijo	12	Dr. Hibbert	10
Recepcionista de la Clínica	12	Jugadores de Fútbol	9
Moe	11	El Alcalde Diamante	9
Observadores de la Televisión	8	Ned Flanders	8
Niños	8	Recepcionista del Hotel	8
Eddie	7	Señora Skinner	7
Lou	7	Cletus	7
Banda Musical	7	Milhouse Van	6
Barney	6	Houten	6
Mujer	6	Patty	5
Perro	5	Barney	5
Empleado de la Planta Nuclear	4	Mel	4
Señora Hablando	3	Dolph	4
Hombre	3	Ruth Powers	3
Empleado del Monte de Piedad	3	Árbitro	3
Hijo del Empleado de la Planta Nuclear	3	Pelé	3
Esposa del Empleado de la Planta Nuclear	1	Skinner	3
Señora Tomy	1	Willie, El Jardinero	
Daly	1	Personaje de la Mafia.	3
Familias	1	Coordinador	2
		Kent Brookman	2
		Karatecas	2
		Señor Burns	2
		Smithers	2
		Apu	2
		Empleado del Hotel Muerto	2

Señorita acompañante del	
Alcalde	2
Carl	1
Vendedor de Paella	1
Comentarista	
Brasileño	1
Nelson	1
Selma	1
Eddie	1
Lou	1
Empleado del Salón de Tiro	1
Técnico de Televisión	1

Tanto en el capítulo de Una Familia Peligrosa como en el de Familia Peligrosa, aparecen citados como Actores Principales a la Familia Simpson, con diferencias en cuanto al número de veces que aparecieron.

En el capítulo de Una Familia Modelo, los actores personajes aparecieron más veces que en una Familia Peligrosa. Ambos capítulos coincidieron en otorgar los lugares de mayor importancia a Homero, Bart y Marge Simpson (1º, 2º y 3º lugar respectivamente) y ambos ubicaron también a Lisa y a Maggie Simpson en 4º y 5º lugar.

En cuanto a la asignación de funciones a los actores personajes, los resultados de ambos capítulos fueron de la siguiente forma:

### COMPARACIÓN POR FUNCIÓN ASIGNADA EN EL RELATO.

FUNCIÓN	UNA FAMILIA MODELO	FAMILIA PELIGROSA
Héroe	201	160
Cooperante	528	51
Mandatario	135	0
Auxiliar	3	13
Antihéroe	0	0
Espectador del Acontecer	71	392
Espectador de la Comunicación	0	2
Relator del Acontecer	2	3
Relator de la Comunicación	4	4
Destinatario de la Acción	723	160
Destinatario de la Comunicación	1	1
Controlador de la Acción	686	61
Controlador de la Comunicación	0	0
	<hr/> 2354	<hr/> 847

En el capítulo de Una Familia Modelo aparecen más Destinatarios de la Acción, Mandatarios y Cooperantes, los cuales constituyen el grupo de Ayudantes de Líderes, según el esquema de Manuel Martín Serrano. El mayor énfasis otorgado a éstos, determina que los Destinatarios de la Acción se vean beneficiados o perjudicados por la acción de los líderes.

El total de funciones asignadas en ambos capítulos fue de 3201. De éstas 2354 funciones, se manejaron en Una Familia Modelo y 847 en Familia Peligrosa (más de 3 veces que aparecieron en Una Familia Modelo).

Por último, los Actores Personajes que aparecieron por función en ambos capítulos, los resultados fueron los siguientes:

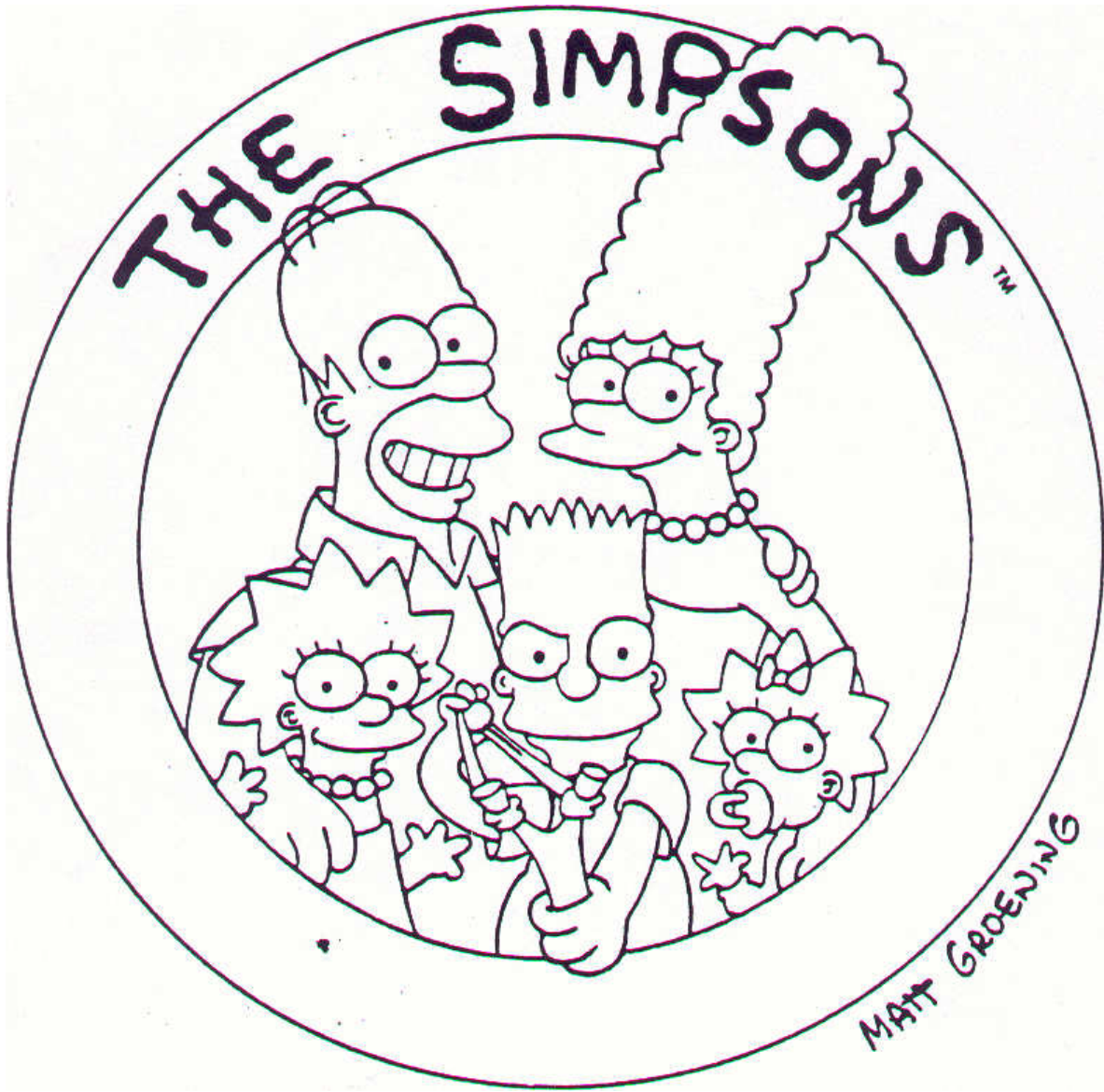
### **COMPARACIÓN DE LOS ACTORES PERSONAJES QUE APARECEN EN EL RELATO POR FUNCIÓN.**

<b>ACTORES PERSONAJES</b>	<b>UNA FAMILIA MODELO</b>	<b>FAMILIA PELIGROSA</b>
Homero Simpson	201	160
Empleados	3	13
Lisa Simpson	116	0
Bart Simpson	146	0
Maggie Simpson	88	0
Marge Simpson	135	0
Dr. Marvin Monroe	43	0
Marge Simpson	135	0
Bart Simpson	0	51
Papá	16	0
Mamá	24	0
Hijo	12	0
Hija	19	0
Familia Simpson	1372	552
Kent Brookman	0	2
Al Jean	1	0
Mike Reiss	1	0
John Swartzwelder	0	1
Pete Michels	0	1
Mike Scully	0	1
James L. Brooks	1	1
Matt Groening	1	1
Sam Simon	1	1
Televisión	1	1
Señor Burns	37	0
Televidentes	1	1
Moe	0	28
Lenny	0	16
Señora Skinner	0	7
Dr. Hibbert	0	10
	2354	847

En Una Familia Modelo, el Actor Personaje Homero Simpson, aparece como Héroe 201 veces, mientras que en Familia Peligrosa, aparece como tal, 160 ocasiones.

El Actor Personaje Homero Simpson, es el actor que más se menciona en ambos capítulos, seguido de Bart Simpson.

Como Actores Personajes, Lisa, Bart, Maggie y Marge Simpson presentan diferencias, ya que en el capítulo Una Familia Modelo aparecen como Cooperantes, mientras que en el video Familia Peligrosa, no fue asignada esta función. Las otras doce funciones aparecen en ambos capítulos, sobresaliendo la función del Héroe, seguidos de la del Destinatario de la Acción; la función del Controlador de la Acción con 686 veces en Una Familia Modelo y sólo 61 en Familia Peligrosa.





---

**H**OMER

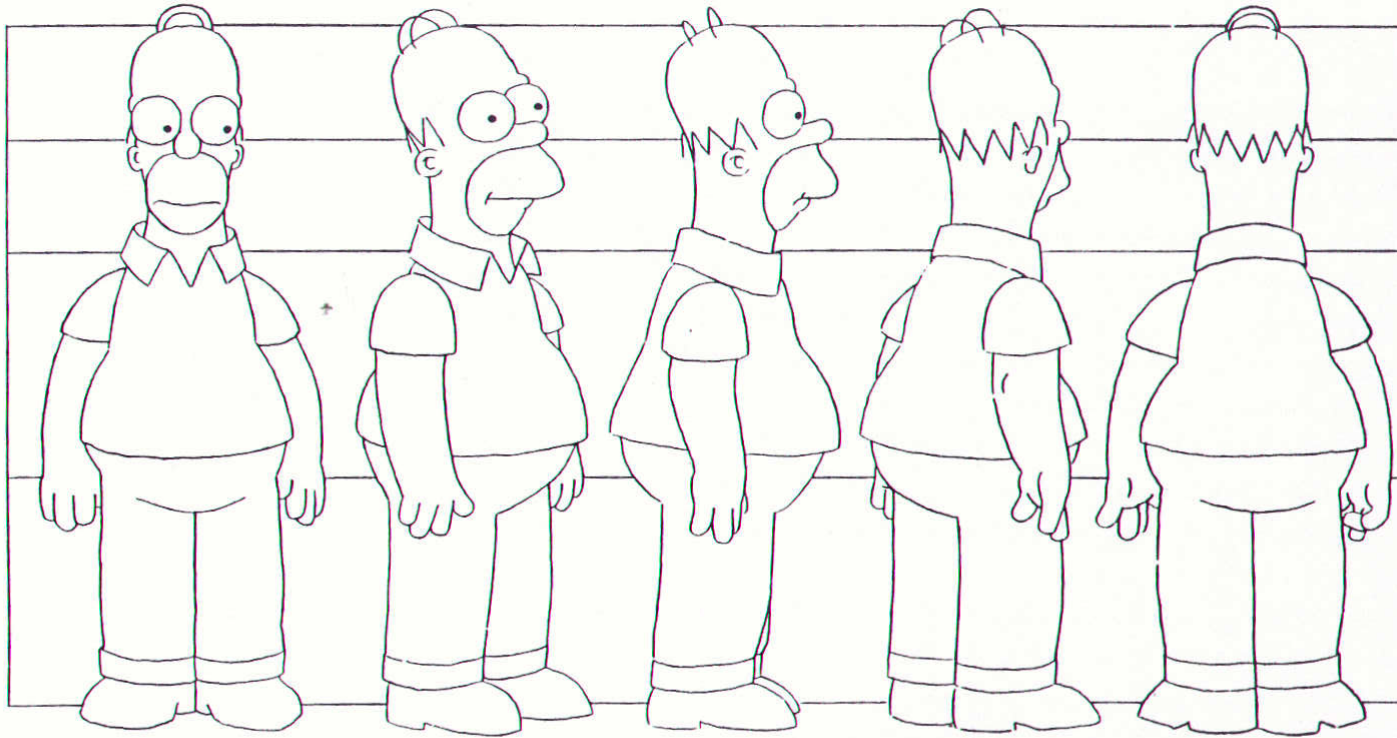
---



---

**H**OMER

---

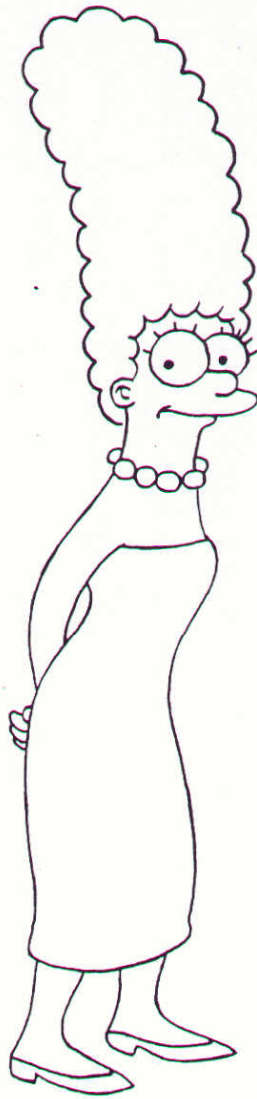


---

**MODEL SHEET**

---

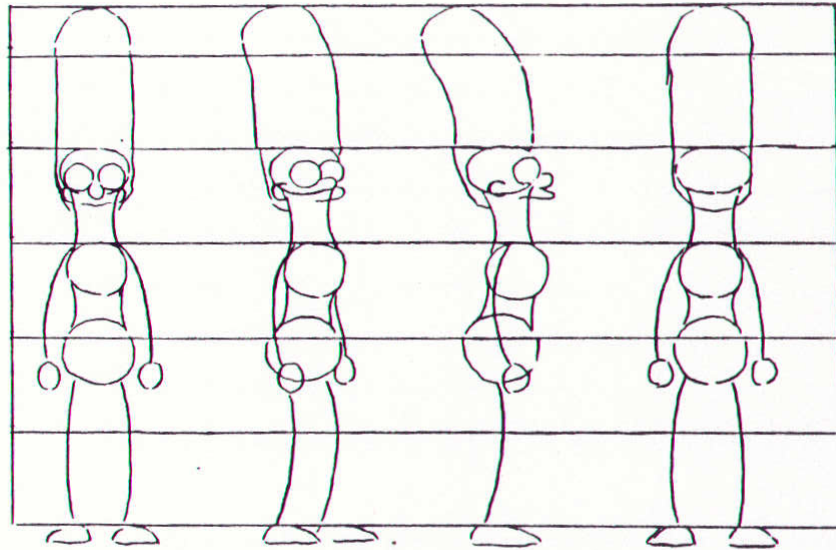
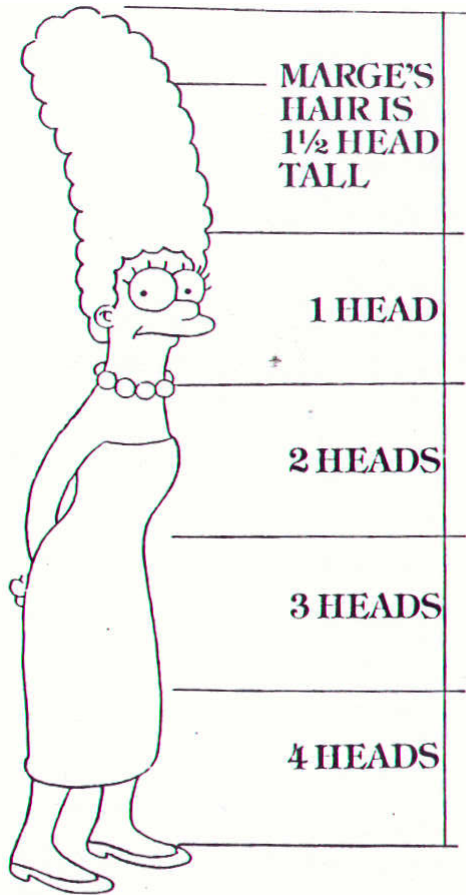




---

**M**ARGE

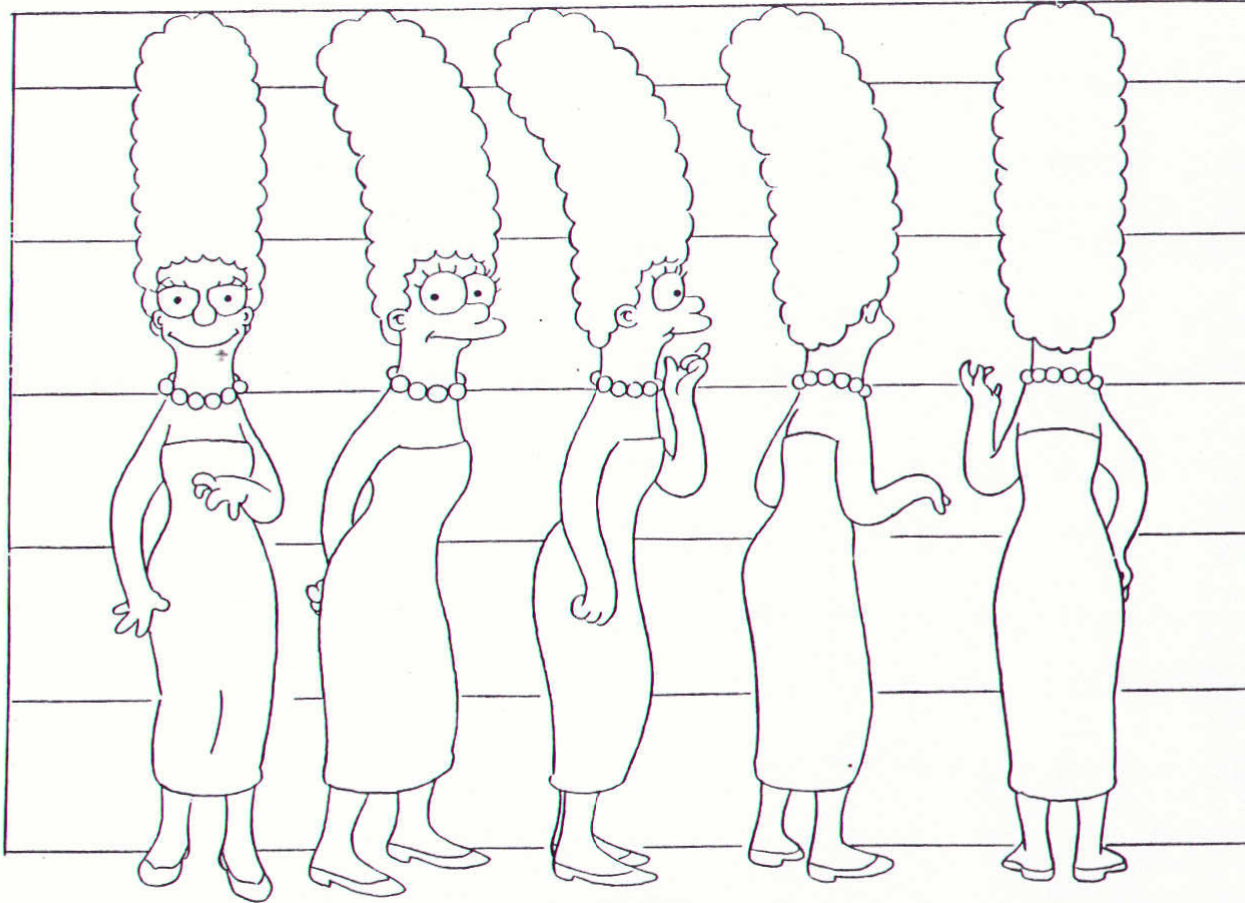
---



---

# MODEL SHEET

---



---

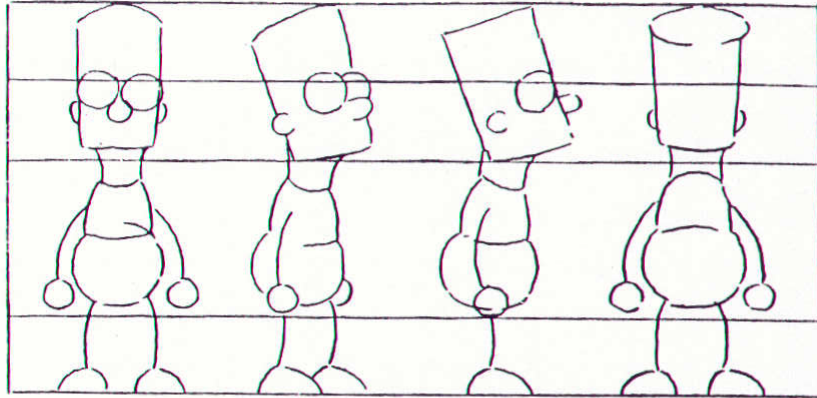
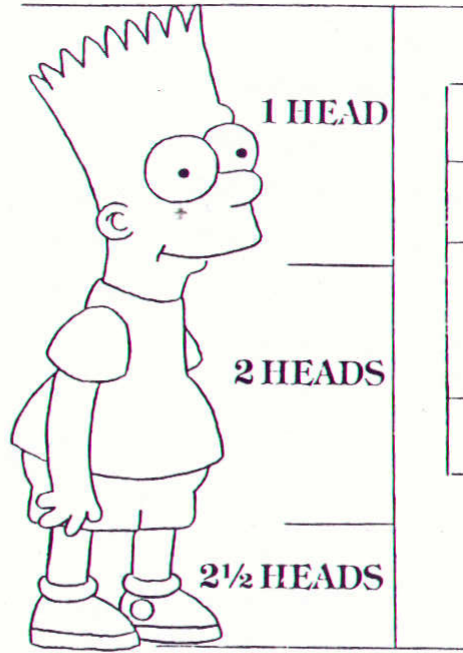
**MODEL SHEET**

---



---

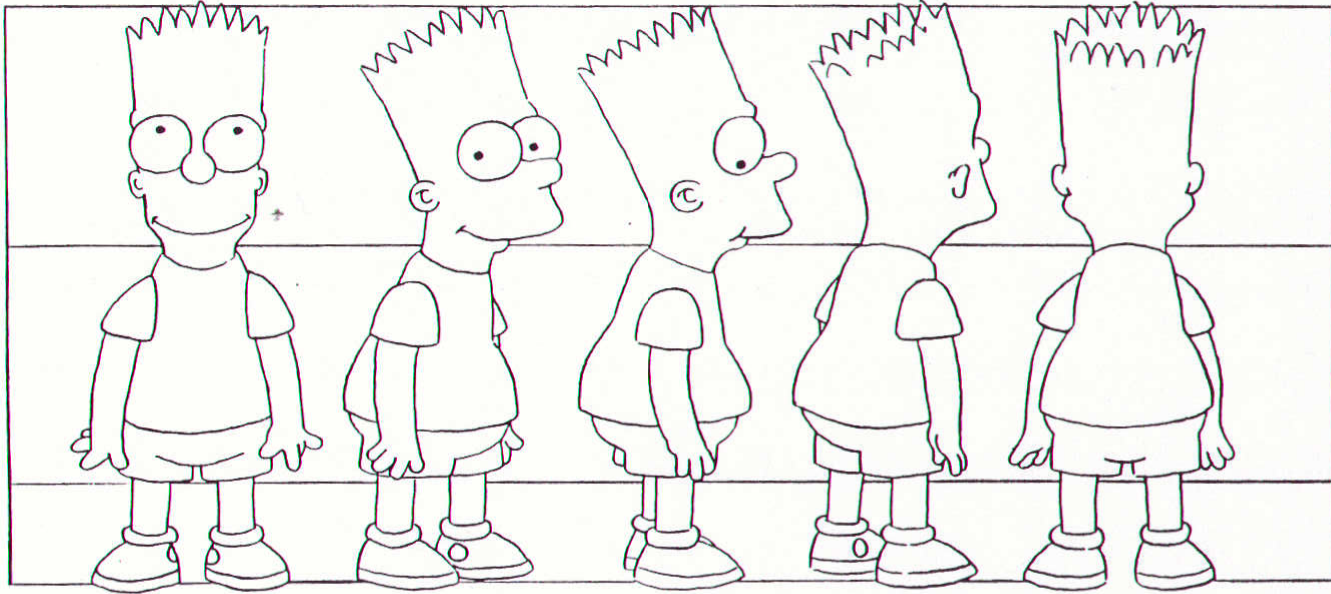
**B**ART



---

# MODEL SHEET

---



---

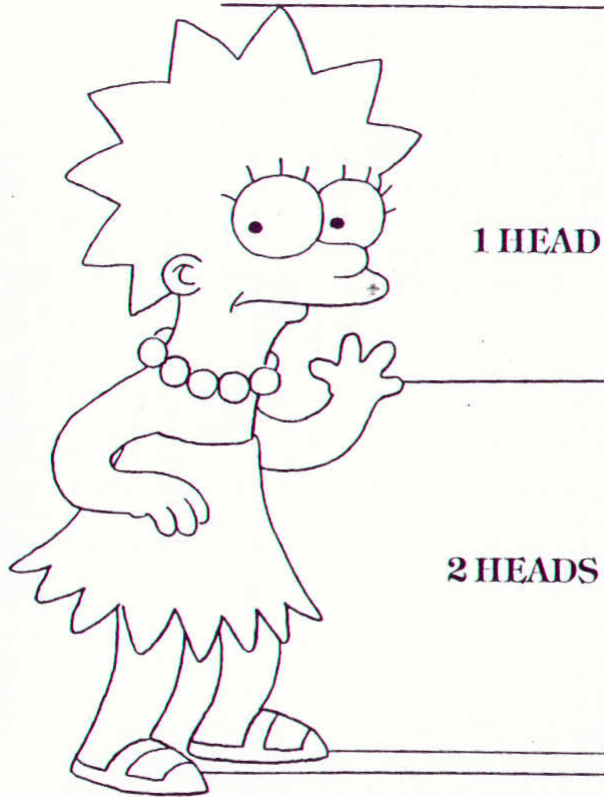
# MODEL SHEET



---

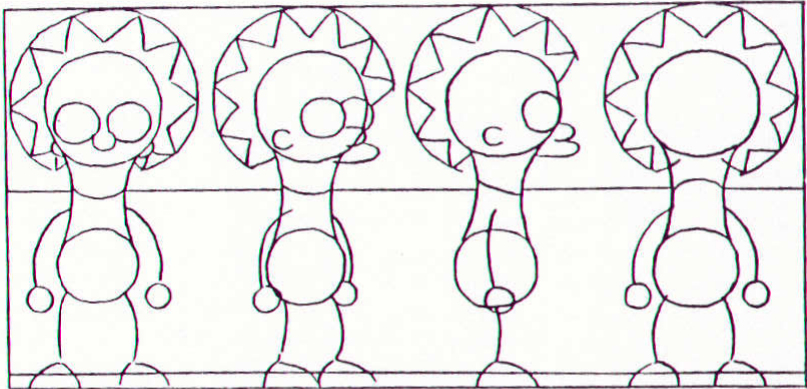
**L**LISA

---



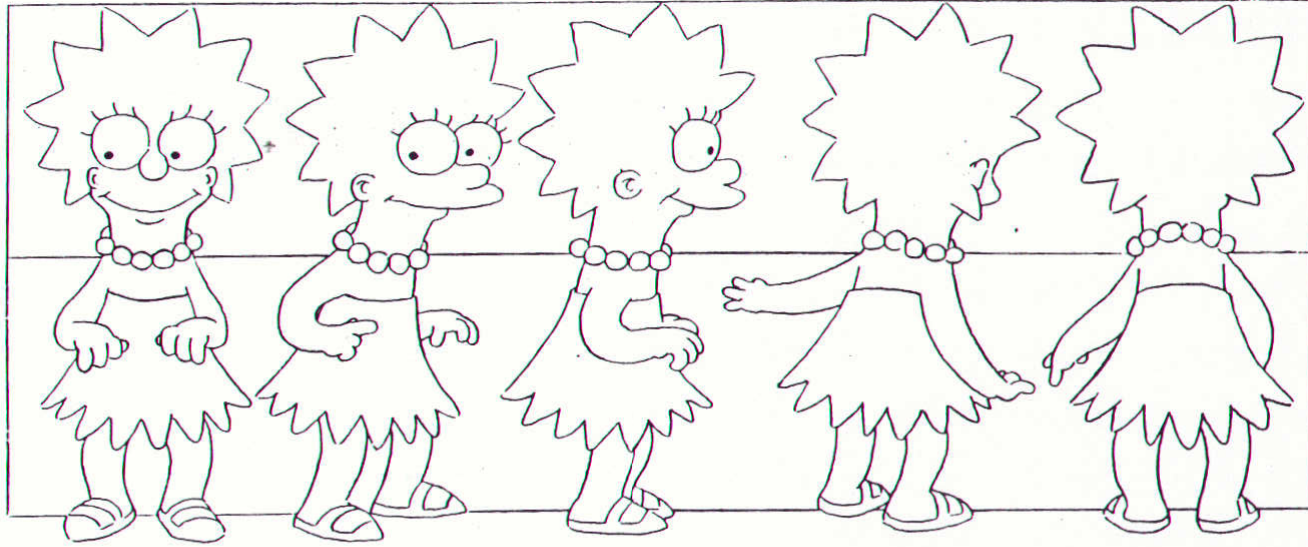
1 HEAD

2 HEADS



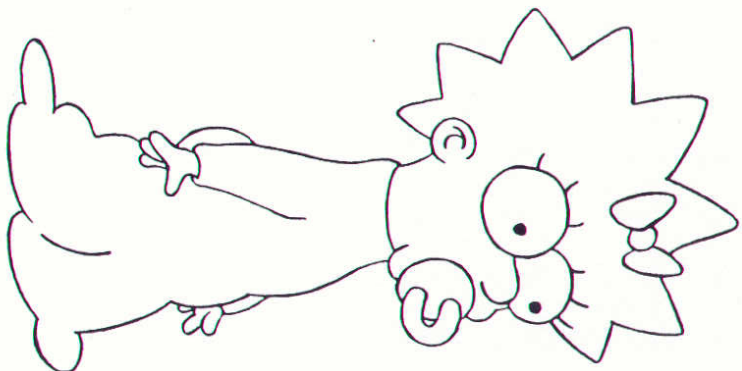
# MODEL SHEET





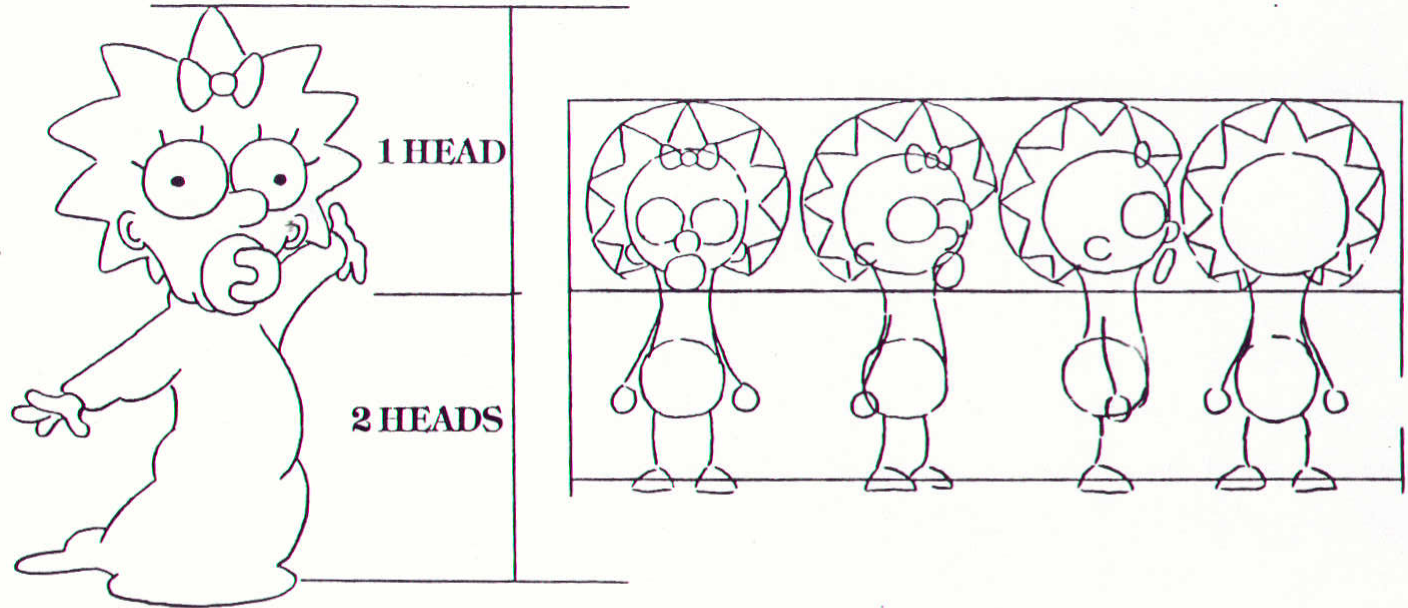
---

# MODEL SHEET



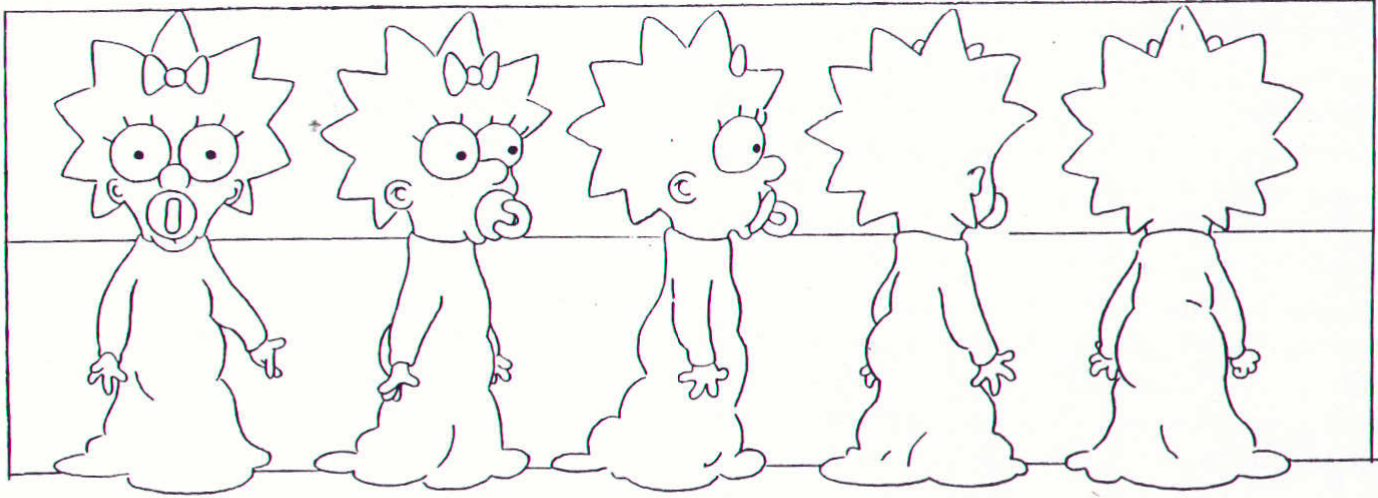
---

**M**AGGIE



---

# MODEL SHEET



---

**MODEL SHEET**

---

