



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS
SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

“Tenía que ser el Chavo del 8, discursos y estigmas sociales en las narrativas de la vecindad”.

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación.

AUTORA:

Elena Cristina Shambi Cantos

TUTOR:

Leonardo Xavier Brito Alvarado

Ambato - Ecuador
2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICA:

Que la señorita Elena Cristina Shambi Cantos, portadora de la C.C. 1803328853, egresada de la Carrera de Comunicación, de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, habilitado para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad TRABAJO TITULACIÓN - PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; sobre el Tema: **“TENÍA QUE SER EL CHAVO DEL 8, DISCURSOS Y ESTIGMAS SOCIALES EN LAS NARRATIVAS DE LA VECINDAD”**, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación; por lo que en calidad de tutor del trabajo de investigación certifico que el trabajo de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a evaluación del tribunal de grado, que el Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 24 de julio del 2023



Firmado electrónicamente por:
**LEONARDO XAVIER
BRITO ALVARADO**

Leonardo Xavier Brito Alvarado

TUTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

La información emitida en el trabajo de investigación: “**TENÍA QUE SER EL CHAVO DEL 8, DISCURSOS Y ESTIGMAS SOCIALES EN LAS NARRATIVAS DE LA VECINDAD**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones son de responsabilidad del autor.

Ambato, 24 de julio del 2023

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above a horizontal line.

Elena Cristina Shambi Cantos

C.C. 1803328853

AUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además también apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga fines lucrativos, y además se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 24 de julio del 2023

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above a horizontal line.

Elena Cristina Shambi Cantos

C.C. 1803328853

AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: **“TENÍA QUE SER EL CHAVO DEL 8, DISCURSOS Y ESTIGMAS SOCIALES EN LAS NARRATIVAS DE LA VECINDAD”**, presentado por la señorita Elena Cristina Shambi Cantos. De conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Licenciado en Comunicación de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, ____ de ____ de 2023

Para constancia firman:

Presidente/a

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

Con todo mi cariño y empatía desde lo más profundo de mi corazón, en donde vive mi niña interior, dedico este trabajo de investigación a todas aquellas mujeres que a lo largo de su vida experimentaron muchas inseguridades, miedos y complejos, que fueron creados por comentarios absurdos donde calificaban su físico, definían y etiquetaban por su apariencia.

Por todas esas lágrimas derramadas en la soledad de su habitación al pensar que su valor se basan en su aspecto físico, por todas esas noches lúgubres en donde se sentían insuficientes y su amor propio fue disminuyendo de a poco con el pasar de los días, por todo ese dolor experimentado, por todas esas palabras crueles que se quedaron en su memoria por años; pero para el resto de personas eran “insignificantes”, por todas las voces auto destructivas que pasan por su mente, por lo frías y malvadas que pueden ser consigo mismas al no sentirse cómodas con su cuerpo, por todas esas heridas que se generaron por comentarios “inofensivos”.

Quiero reafirmarle a cada una de ustedes que su valor se halla en la calidad de su corazón, el cual es el reflejo de una poderosa belleza, única e incomparable que habita en cada una de ustedes; y al momento que se den cuenta de eso no habrá nada ni nadie que las vuelva a limitar. Recuerden lo extraordinarias y valientes que son; no permitan que palabras necias las califique, destruya o paralice. Para ir concluyendo, quiero decirle a cada mujer que se sintió identificada con lo antes mencionado que las admiro grandemente, debido a que lidiaron con cada una de sus heridas por mucho tiempo, a cada una de ustedes las abrazo fuertemente.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, a Dios porque dentro de su soberanía, cuidado y amor me permitió disfrutar cada etapa en la universidad con responsabilidad. A mi bondadoso y gentil padre Kléber Shambi, quién en todo momento me respalda y motiva en cada paso de mi vida, y a su frase: “El estudio es la base de todo cambio” que me inspira a superarme constantemente; a mi virtuosa madre Clara Cantos, quién sabe comprenderme con tanta empatía y amor en todas las etapas de mi estudio; a mi hermana Bianca Shambi, mi compañera de aventuras, confidente y mejor amiga, quién es un pilar fundamental de nobleza en mi vida, a mi hermanito Mathías Shambi, que alegra mis días con todas sus bromas y ocurrencias.

También quiero agradecer a todos los amigos que he conocido a lo largo de mi vida estudiantil, quienes han estado presentes en muchos momentos importantes de mi vida, porque compartimos recuerdos inolvidables, lágrimas lindas y otras no tan lindas, cada uno de ustedes a su manera supieron estar conmigo cuando los necesite; esos gestos de amor y bondad conmigo, marcaron de forma extraordinaria mi corazón. Fueron parte esencial en todo este proceso y gran etapa que llega a su fin; pero también es el inicio de otra con nuevos retos desafiantes y metas por cumplir.

Gracias infinitas a cada uno de ustedes.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO	viii
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes Investigativos.....	1
1.2 Culturas Mediáticas	7
1.3 Cómo cuenta la Televisión las narrativas	15
1.4 Contexto de estudio – Programa televisivo El Chavo del 8.....	22
1.2 OBJETIVOS.....	27
1.2.1 Objetivo General	27
1.2.2 Objetivos Específicos.....	27
CAPÍTULO II	28
METODOLOGÍA	28
2.1 Metodología.....	28

2.2 Matrices.....	29
Ejemplo de Matriz de análisis 1	29
Ejemplo de Matriz de análisis 2	30
Ejemplo de Matriz de análisis 3	31
2.3 El objeto de estudio	32
2.4 Corpus de Análisis.....	32
2.5 Materiales.....	33
CAPÍTULO III.....	35
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	35
3.1 Análisis y discusión de resultados	35
3.2 Análisis	35
3.3 Matriz de análisis de las características de los personajes principales de “El Chavo del 8”	35
Matriz de análisis 1	36
3.4 Los estigmas	40
3.5 Matriz de análisis del discurso del programa televisivo “El Chavo del 8.	42
Matriz de análisis 2	42
3.6 Matriz de análisis del lenguaje de los discursos para el levantamiento de campos léxicos en el programa “El Chavo del 8”.....	49
Matriz de análisis 3	49
3.7 El discurso televisivo	52
CONCLUSIONES.....	54
BIBLIOGRAFIA.....	55

INDÍCE DE TABLAS

Tabla 1	36
Tabla 2	42
Tabla 3	43
Tabla 4	45
Tabla 5	47
Tabla 6	48
Tabla 7	49
Tabla 8	50
Tabla 9	50
Tabla 10	51
Tabla 11	51

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Tomada de la plataforma Pinteres.....	36
Ilustración 2. Tomada de la plataforma Pinteres.....	36
Ilustración 3. Tomada de la plataforma Pinteres.....	38
Ilustración 4. Tomada de la plataforma Pinteres.....	37
Ilustración 5. Tomada de la plataforma Pinteres.....	38
Ilustración 6. Tomada de la plataforma Pinteres.....	39
Ilustración 7. Tomada de la plataforma Pinteres.....	39
Ilustración 8. Tomada de la plataforma Pinteres.....	40

RESUMEN

El punto central de la presente investigación es analizar el discurso televisivo en las narrativas mediáticas del programa cómico “El Chavo del 8”. Se adquiere como material de análisis cinco capítulos producidos por Roberto Gómez Bolaños: dos de ellos son parte de la temporada número dos del año 1973, uno es de la temporada número cuatro del año 1975 y los dos capítulos finales pertenecen a la temporada número cinco del año 1978; con el objetivo de comprender como a través de elementos melodramáticos en las narrativas de este programa logró evocar numerosas emociones y sentimientos en la audiencia televisiva; así mismo, como la combinación de imágenes con el texto lingüístico generan una gran repercusión en el imaginario social colectivo. De igual manera, se analizó el lenguaje empleado dentro de los discursos, es decir, un levantamiento léxico en cuanto a la cantidad de palabras repetidas dentro de la producción de los cinco capítulos, con el propósito de determinar los estigmas establecidos en torno a cada uno de los personajes principales del programa, que corresponden a estereotipos de comportamiento, ideológicos, físicos y sociales. El trabajo de titulación se sustentó en una revisión bibliográfica y teórica, con un recorrido a partir de autores afines al tema de investigación que facilitan establecer conexiones de forma argumentativa y metodológica para comprender cuáles son las dinámicas que se construyen a partir de los discursos del espectáculo televisivo.

Palabras clave: Análisis, Discurso televisivo, Narrativas, Programa, El Chavo del 8, Estigma.

ABSTRACT

The central point of this research is to analyze the television discourse in the media narratives of the comedy show "El Chavo del 8." Five episodes produced by Roberto Gómez Bolaños were selected as the material for analysis: two from the second season of 1973, one from the fourth season of 1975, and the final two episodes from the fifth season of 1978. The objective is to understand how the program evoked numerous emotions and feelings in the television audience through melodramatic elements in its narratives. Additionally, the study examines how the combination of images and linguistic text has a significant impact on the collective social imagination. Furthermore, the research analyzed the language used in the discourses by conducting a lexical survey to determine the quantity of repeated words within the production of the five episodes. This was done to identify the established stigmas surrounding each of the main characters of the program, encompassing behavioral, ideological, physical, and social stereotypes. The research is supported by a bibliographic and theoretical review, drawing from relevant authors in the field to establish argumentative and methodological connections that help comprehend the dynamics constructed through the discourses of the television show.

Keywords: Analysis, Television discourse, Narratives, Program, El Chavo del 8, Stigma.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

Para el desarrollo de esta investigación se tomó como punto de referencia tesis de pregrado y posgrado, que poseen fundamentos teóricos y metodológicos necesarios para la construcción de un recorrido epistemológico. Mediante la revisión bibliográfica se determina un punto de inicio para solventar el tema de investigación: “Chavo del 8”, discursos y estigmas sociales en las narrativas de la vecindad. A continuación, se presenta el cuadro con las tesis delimitadas:

Título	Año	Autor	Universidad	Tipo de Tesis	Aporte	Link
El Chavo del 8: comedia social y su línea de tiempo flotante.	2021	Carlos Aguasaco	City University of New York	Artículo científico	En este texto, el autor realiza un análisis representativo de la comedia social que simula al teatro italiano, menciona que, dicha serie que mantiene a sus personajes en una línea de tiempo flotante que además incorpora elementos de la cultura popular, prevalece en el tiempo, es el caso de estudio de El Chavo del 8, que se mantuvo en sintonía como sketch televisivo.	https://academicworks.cuny.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1900&context=cc_pubs
Concepciones de niñez en la vecindad, en Resonancias de El Chavo del 8 en la niñez, educación y	2020	Victoria Parra	Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)	Revista científica	Dicho capítulo se centra en exponer los roles lingüísticos, actos ilocutivos y (re)presentaciones simbólicas de los personajes infantiles que son personificados por actores adultos.	https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctv1gm03cg.5.pdf

sociedad latinoamericana.						
El Chavo del Ocho: la dinámica de la vecindad en la comedia de situación televisiva.	2019	David González Hernández	Universidad de Guadalajara	Ensayo científico	En este texto científico se analiza el formato televisivo en el habla hispanoamericana sobre la identidad comunal mediante sus representaciones sociales del país de origen de la trama.	https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2019000100414&script=sci_arttext
Representaciones sociales de familia reflejadas en el discurso del programa humorístico de televisión “El Chavo del Ocho”.	2019	Laura Daniela Palacios Cortés	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	Tesis de Posgrado	El estudio aborda principalmente el elemento familiar como punto de origen discurso del programa humorístico de televisión “El Chavo del Ocho”, de esta manera se identifican dichas representaciones sociales discursivas inmersas en los personajes que conforman el show de televisión, en el cual las representaciones se fijan como conocimientos universales simbólicos	https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/8567/Representaciones_sociales_de_familia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

					que presenta la realidad de un contexto sociocultural y económico.	
Los cautiverios en los programas cómicos televisivos. Estudio de caso: Chavo del 8.	2018	Adriana Barragán Nájera	Universidad de Costa Rica	Memorias	En las memorias estudiadas, se define a la violencia como aquellos simbolismos existentes dentro de las narraciones televisivas que se representan a través de los programas de televisión. En el Chavo del Ocho existe violencia que se ejerce y que a su vez se recibe con corte cómico.	https://academicworks.cuny.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1900&context=cc_pubs
Humor y posmodernidad: el humorismo en la narrativa de Eduardo Mendoza Garriga	2017	Miguel Ángel Boto Bravo	Universidad Nacional de Educación a Distancia	Tesis doctoral	En la presente investigación, el tesista relaciona el concepto de humor en la literatura y cómo esta práctica se ha apoderado de las producciones audiovisuales.	http://espacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Filologia-Maboto/BOTO_BRAVO_MiguelAngel_Tesis.pdf

<p>Influencia de la serie cómica televisiva “El Chavo del Ocho” en el comportamiento social de las niñas de primer año de educación básica del jardín de infantes “El Despertar” de la ciudad de Ambato.</p>	<p>2014</p>	<p>Rodríguez Valle Jessica Fernanda</p>	<p>Universidad Técnica de Ambato</p>	<p>Tesis de pregrado</p>	<p>Para este análisis, la autora establece una problemática sobre la influencia que tiene la serie de televisión en los niños y cómo a su vez impacta significativamente en el comportamiento social del segmento a analizar, en este caso, infantes.</p> <p>De este modo, la investigadora desarrolla ampliamente sus categorías fundamentales acompañadas de una hipótesis y una revisión bibliográfica sobre el tema.</p> <p>Con la finalidad de llegar a analizar e interpretar los resultados obtenidos de la investigación.</p>	<p>https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6967/1/FCH-E-CEP-546.pdf</p>
<p>“Fue sin querer queriendo”: El estigma en El Chavo del Ocho.</p>	<p>2012</p>	<p>Luis Santiago</p>	<p>Universidad Central de Venezuela</p>	<p>Tesis de pregrado</p>	<p>En este trabajo de titulación se analizan los diversos discursos sociales que se presentan en el programa, determinando los indicadores pragmáticos más significativos, recurriendo a la</p>	<p>http://saber.ucv.ve/bitstream/10872/1798/1/Tesis.pdf</p>

					interpretación de los tipos de estigmas sociales en torno a su personaje principal y personajes secundarios.	
Sin querer queriendo la cultura de la indefensión y del simulacro en el chavo animado: interpretación del dibujo animado a través de su análisis formal y humorístico	2011	Ávila Rosales Marco Antonio Isaías	Universidad Autónoma Metropolitana a. Unidad Xochimilco	Tesis de posgrado	En la presente tesis de posgrado, se analiza como tradición cultural las narrativas mediáticas del programa de televisión El Chavo del Ocho, de esta forma se realiza un reconocimiento de aquellas características más significativas del lenguaje audiovisual y la aceptación de este de las audiencias nacionales e internacionales.	https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/bitstream/123456789/391/1/127659.pdf

1.2 Culturas Mediáticas

Para empezar, se va a discutir el concepto de cultura y el concepto mediático, con el fin de obtener una explicación teórica que permita comprender y explicar de manera completa la definición de cultura mediática. Se entiende por "cultura" al conjunto de prácticas, donde la lengua, el territorio, entre otros elementos, configuran a los miembros de una misma sociedad. Estos rasgos otorgan a los individuos una identidad que los distingue de otros; por lo tanto, "la cultura comprende el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y las otras capacidades o hábitos adquiridos por el hombre en tanto miembro de la sociedad" (Tylor, 1871, p.1).

Denys Cuche (2000), expresa que este concepto proviene del griego "culture" que significa cultivo, que es un proceso donde se cultiva la mente, el cuerpo y el espíritu a través del conocimiento, "la cultura es la suma de los saberes acumulados y transmitidos por la humanidad, considerada una totalidad, en el curso de la historia" (Cuche, 2000, p. 11). La expresión de la totalidad hace referencia a la vida social del ser humano caracterizada por las diferentes interacciones sociales, normas, valores y actividades la cuál "es adquirida y no se origina en la herencia biológica; si bien la cultura es adquirida, su origen y características son, en gran parte, inconscientes" (Cuche, 2000, p. 20).

En término de cultura tiene relación con la mediación que para Jesús Martín Barbero (1991), el término "mediación" se refiere al espacio que existe entre lo que un medio de comunicación desea transmitir y las diferentes personas que lo reciben. Este espacio se conforma mediante procesos y elementos que intervienen en la transmisión de mensajes. De esta manera, la mediación y la cultura están estrechamente relacionadas, porque la información emitida es interpretada según el contexto cultural de cada individuo. "Las mediaciones mediáticas son espacios de construcción de identidades, de formación de opinión pública y de negociación de significados, donde se entrecruzan distintas voces y discursos" (Martín Barbero, 1991, p. 138).

En este sentido, los medios de comunicación aparecen como uno de los principales difusores que hacen visibles otras historias, diferentes vivencias, tradiciones y distintos

enfoques explicativos de la vida. De esta manera, los medios producen cultura, pero una mediática “porque son máquinas narrativas que socializan una variedad de relatos, visibilizan una diversidad de sujetos, extienden las escenas del sentido e intervienen simbólicamente en la sociedad contemporánea” (Rincón, 2006, p. 20).

En este aspecto, la comunicación mediática es un dispositivo potente para comprender esos tiempos, porque su potencial cultural se halla:

En que es capaz de crear ilusión ante la pérdida de certezas, la abundancia de significantes vacíos y el flujo disperso de las identidades; en que es un dispositivo de producción de nuevas experiencias de subjetividad, ciudadanía y comunidad; y en que da cuenta de los nuevos modos de conexión, las nuevas sensibilidades y estéticas (Martín Barbero, 2002, p. 13-20).

De esta manera, para Victoria Martín (2003), la comunicación genera culturas mediáticas o redes de significados colectivos de carácter público caracterizadas por transformar a los medios en:

Nuevos territorios por los cuales viajar en la aventura de producir sentido; nuevos tiempos que habitan el instante, que se hacen flujo, que se inventan duraciones; nuevos ejercicios del poder cada vez más productivos, móviles y efímeros, pero efectivos; nuevas promesas de subjetividad para imaginar individuos seductivos en la producción de su yo; nuevos símbolos que se establecen como realidad más allá de lo vivido (Martín, 2003, p. 161 - 165).

Desde este enfoque, las culturas mediáticas para Alberto Abruzzese y Andrea Miconi (2002), promueven en la sociedad un gusto, una experiencia individual de placer y un proceso colectivo que refleja una sensación de pertenencia a algo compartido con otros; porque “nos han contado tramas; intrigas y maquinaciones entre la vida y la muerte, entre lo visible y lo invisible, entre lo humano y lo sagrado. Han garantizado lugares, formas y ceremoniales colectivos para el público” (Abruzzese, Miconi, 2002, p. 11).

De este modo, la forma en que se percibe la realidad no se basa en su propia naturaleza, sino en la influencia de los sistemas del lenguaje, ya que los medios utilizan formas de

fácil comprensión para contar historias, “nuestros lenguajes son nuestros medios de comunicación, los medios de comunicación son nuestras metáforas” (Castells, 1999, p. 360).

De esta manera, las culturas mediáticas surgen porque los medios de comunicación han formado para Omar Rincón (2006), sus propias culturas o modos de significar, vincular y ritualizar el mundo de la vida, debido a que “los contenidos, los valores y las representaciones importan, pero para poder tener impacto «deben» convertirse en historias que se hacen modos de narrar, dentro de la lógica del entretenimiento y bajo la presión industrial (Rincón, Estrella, 2000, p. 53-55).

Así mismo, para comprender como funcionan las lógicas de las culturas mediáticas se lo deberá hacer a través de la narración, (que se explicará más adelante), porque la narración se convierte en el dispositivo utilizado para describir desde sus adentros, a los medios de comunicación:

La comunicabilidad de los medios está mucho más en los modos de narrar que en los contenidos propiamente dichos; se afirma que las prácticas mediáticas son relatos para la interpelación social que actualizan otros modos de significar y referenciar la vida, y que deben ser comprendidos más desde la narración que, desde los argumentos, más desde el estilo y las estéticas que desde las razones y las ideologías (Rincón, 2006, p. 15).

Y como resultado es el habitar en culturas mediáticas, porque existe una relación que se caracteriza por la temporalidad, su capacidad para entretener y atraer a la audiencia y su uso de representaciones efímeras porque la “cultura mediática implica una interacción dinámica entre los medios de comunicación y los receptores, donde se producen procesos de negociación, apropiación y reinterpretación de los mensajes mediáticos por parte de los usuarios, quienes se convierten en coautores y actores activos en la construcción del sentido” (Vilches, 2007, p. 89).

Por otro lado, para introducir el concepto de espectáculo, se hará referencia a una frase: El espectáculo es el momento en que la mercancía ha logrado la colonización total de la vida social. Guy Debord.

El mundo del espectáculo y entretenimiento, los medios de comunicación en especial la televisión prometen felicidad y diversión para todos los segmentos sociales, para Guy Debord (2008), el espectáculo funciona con una lógica estética, es decir, generando una cierta democratización de preferencias y gustos; como resultado, el entretenimiento ha adquirido una relevancia crucial en la vida de las personas; que viene determinado por la lógica del entretenimiento que se hace espectáculo, “el espectáculo produce una conciencia que apunta a la celebridad, a la belleza, a la fama, reevalúa cualquier reacción de shock [...] el resultado, una ironía: todos creemos que somos protagonistas porque somos espectadores” (Rincón, 2006, p. 57-58).

En este sentido, el espectáculo es la representación y la mediación de la vida social por medio de las imágenes y los medios de comunicación; creando una falsa apariencia y una ilusión que distorsiona la realidad de la sociedad. “Con la idea de reemplazar el vivir por el representar, hacer de la vida una espectadora de sí misma” (Debord, 2008, p. 40).

Así, en la actualidad, la sociedad reside en un contexto en el que el espectáculo ha adquirido un rol predominante en su organización social, para Debord (2008), en el cual las imágenes y los símbolos son impuestos como la propia realidad, y adquieren autonomía; el diario vivir se fragmenta en experiencias aisladas y alienantes, “las imágenes desprendidas de cada aspecto de la vida se fusionan en un cauce común, donde la unidad de esta vida es irrecuperable. La realidad vista parcialmente se despliega dentro de su propia unidad general como pseudomundo aparte, objeto de mera contemplación (Debord, 2008, p. 32).

De esta manera, el individuo se convierte en un mero espectador pasivo, para Jaques Rancière (2004), el modelo tradicional de espectador es aquel que espera que el arte hable por sí solo y le ofrezca al televidente un mensaje claro y unívoco. Este enfoque limita al espectador a interpretar por sí solo el trasfondo principal de la trama propuesta por el artista, “el espectador tradicional es aquel que busca comodidad y seguridad en la experiencia estética, sin arriesgarse a salir de su zona de confort” (Rancière, 2004, p. 55). Al hacer referencia al arte, el autor evita encasillarse a un objeto o categoría específica, según Rancière (2004), el arte alude a las diversas formas de desafiar y transformar la

realidad utilizando herramientas artísticas como el cine, la música, la pintura, la literatura y otras expresiones creativas; “el arte no es visto simplemente como una mera representación de la realidad, sino como una práctica que contribuye a construir la realidad del mundo, permitiendo crear mundos posibles” (Rancière, 2004, p. 27).

En este sentido, el espectador pasivo solo consume imágenes en lugar de ser un agente activo en la construcción de su propia realidad y la consecuencia es una sociedad que se concibe y se crea a través de representaciones visuales; “la espectacularización busca centrarse en sí misma, es el inicio, es referente, es narrativa y es fin en sí misma, es un espacio donde toda otra palabra queda excluida” (Debord, 2008, p. 34).

Y como resultado es la civilización del espectáculo, que para Mario Vargas Llosa (2012), es la sociedad contemporánea se encuentra dominada por una cultura del entretenimiento, la cual genera una seducción, conformismo y afectos, “la de un mundo donde el primer lugar en la tabla de valores vigente lo ocupa el entretenimiento, y donde divertirse, escapar del aburrimiento, es la pasión universal” (Vargas Llosa, 2012, p. 18).

La civilización del espectáculo también es entendida por el dominio de representaciones visuales en donde se valora más la apariencia y tiene privilegio las formas antes que los argumentos; de esta manera se genera una sociedad superficial; en la que “la civilización del espectáculo es cruel. Los espectadores no tienen memoria; por esto tampoco tienen remordimientos ni verdadera conciencia. Viven prendidos a la novedad, no importa cuál sea con tal de que sea nueva” (Vargas Llosa, 2012, p. 28).

Hoy en día, se puede señalar que el espectáculo está acompañado por conflictos, dramas y tragedias cotidianas, que han permitido “una simulación entre el sujeto que mira y el objeto observable desencadenan en una falsa representación de los hechos” (Brito, Capito, 2017, p. 98). De este modo, la representación ya no se limita a ser transmitida por un único sujeto, para Gérard Imbert (2003), se vuelve más abstracto, omnipresente y accesible para todos, sin pertenecer a un territorio específico. La imagen proviene de la imaginación y se convierte en una colección de imágenes repetitivas que cada individuo consume. En este aspecto, los medios de comunicación “han permitido que todo se convierta en espectáculo,

la intimidad personal es reducida a una mínima expresión, la vida y la muerte son maneras de entretener al televidente” Brito, Capito, 2017, p. 99).

Para finalizar, otra conceptualización del entretenimiento proviene de la cultura mainstream que es heredada de las industrias culturales, y es entendida como:

La palabra mainstream, difícil de traducir, significa literalmente dominante o gran público, y se emplea generalmente para un medio, un programa de televisión o un producto cultural destinado a una gran audiencia. El mainstream es lo contrario de la contracultura, de la subcultura de los nichos de mercado (Martel, 2012, p. 22).

Por ello, en la cultura “mainstream” los medios de comunicación expanden su capacidad de producción industrial, para satisfacer a las audiencias ávidas de saciar su intenso anhelo de entretenimiento y consumo de medios. “El entretenimiento, metafóricamente, se ha convertido en una escapatoria para la atosigante cotidianidad, sus productos, en su mayoría, acuden a los discursos de superficialidad de lo light, que han creado una manera ilusoria de ver y sentirse parte de la vida” (Brito, Capito, 2017, p. 96).

Por otro lado, dentro del abordaje del espectáculo se encuentra la perspectiva del mundo light; el cual ofrece un sin número de programas televisivos que se convierten en una invitación a no criticar lo que pasa en la sociedad “lo light evoca en las audiencias la sensación de inteligencia, de ser culto, revolucionario, moderno, y de estar a la vanguardia, con un mínimo de esfuerzo intelectual” (Vargas Llosa, 2012, p. 37).

Para Enrique Rojas (2012), lo “light” está en boga y transmite un mensaje latente en el que todo debe ser ligero, suave y entretenido. El lema 'sin calorías' se ha convertido en un culto seguido por innumerables personas, y los medios de comunicación han sido el escenario principal para difundir y consolidar esta ideología; de este modo:

La vida light ha tenido éxito gracias a la globalización mediática; la economía, la política y la cultura han sido absorbidas, en gran parte, por este modo de pensamiento. Para tener éxito mediático y comercial los productos mediáticos deben jugar con la promesa de dejar por fuera la densidad argumentativa (Brito, Capito, 2017, p. 94).

A partir de este acercamiento, la categoría de lo light tiene una estrecha relación con la masividad; es decir productos culturales o contenidos estandarizados y homogeneizados que son consumidos por grandes masas de personas que “pueden ser consumidos rápidamente incluso en estado de distracción, porque están hechos de forma tal que su percepción adecuada exige rapidez de intuición, dotes de observación, competencia específica, pero prohíbe también la actividad mental del espectador” (Horkheimer y Adorno 1998, p. 4). Los cuales existen y se transmiten en los medios de comunicación como, la televisión, radio y prensa, a través de ellos para Max Horkheimer y Theodor W. Adorno (1998), los medios nos cuentan los hechos de manera conveniente e imponen un acontecimiento como verdad absoluta, debido a que son elementos de manipulación y dominación del sistema; lo masivo es un fenómeno de la comunicación y la cultura; lo masivo "implica una producción y circulación de mensajes que llegan a una gran cantidad de personas" (Martín Barbero, 1991, p. 178); que impiden el desarrollo de las capacidades sociales y humanísticas, con el propósito de dominar las conciencias de las masas.

Según Horkheimer y Adorno (1998), las masas son manipulables y pueden ser moldeadas fácilmente, debido a que actúan por instinto, sin necesidad de entender las razones detrás de sus acciones; esta influencia se debe a los discursos mediáticos como: el amor, sentimentalismo, emoción, dramatismo y heroísmo que emplean los medios de comunicación masivos; los cuales tienen un interés en crear y difundir contenido que impacte en las emociones y percepciones de las masas, porque “tienen lo que quieren y reclaman obstinadamente la ideología mediante la cual se las esclaviza” (Rincón, 2006, p. 8).

A través de este enfoque, surge la cultura de masas y se gesta porque la repetición es un acto de reiteración que persigue el deleite mediático al indicar lo mismo con distintos argumentos “con el predominio de imágenes y el sonido sobre la palabra, es decir, con la pantalla, el mundo pantalla ha deslocalizado, desincronizado y desregulado el espacio-tiempo de la cultura” (Lipovetsky, Serroy, 2010, p. 88). De igual forma, para Horkheimer y Adorno (1998), la cultura de masas se ha convertido en una fábrica de entretenimiento,

donde las obras de arte; (que para los autores son las formas de expresión cultural que poseen cualidades únicas y autónomas), son reducidas a simples productos de consumo.

De este modo, en una cultura de masas se implanta estigmas y estereotipos en contra de aquellas personas que quieren causar un cambio o conciencia, lo que provoca una falta de democratización, que es el resultado de una “irracionalidad de la racionalidad, del sistema social, político, cultural y económico, que estaban basados en una racionalidad instrumental, limitaba la capacidad crítica reflexiva” (Horkheimer, Adorno, 1998, p. 22).

En este sentido, la cultura de masas proporciona novedades de forma asequible a la audiencia con el fin de que “distrayan a la mayor cantidad posible de consumidores. Su intención es divertir y dar placer, posibilitar una evasión fácil y accesible para todos, sin necesidad de formación alguna, sin referentes culturales concretos y eruditos” (Vargas Llosa, 2012, p. 14).

Así pues, tiene una estrecha conexión con las industrias culturales, las cuales se rigen por una lógica de mercado; “las industrias culturales no es más que una cultura transformada en artículos de consumo de masas” (Lipovetsky, Serroy, 2010, p. 79), que buscan complacer en todo momento a las masas con contenido mediático.

En consecuencia, es innegable sostener que los medios de comunicación no pueden ser concebidos sin su perspectiva mercantil o interés de ganancia; las industrias culturales, así mismo, han empleado toda su influencia y poder mediático para unificar la diversidad de gustos en una dirección común “la lógica de las industrias culturales es la lógica del mercado, los criterios de calidad artística y autenticidad son suplantados por los criterios de rentabilidad y éxito comercial. Las obras de arte se convierten en productos diseñados para satisfacer las demandas del mercado y generar ganancias” (Horkheimer, Adorno, 1998, p. 155). La capacidad económica de los medios de comunicación y el negocio real se encuentra en la creación de ideas que expresen el deseo grupal de encontrar formatos que produzcan una interpelación masiva a la sociedad a través de los contenidos.

1.3 Cómo cuenta la Televisión las narrativas

La narrativa mediática se compone del conocimiento, la habilidad y la experiencia que comparten los productores y espectadores; porque, “el arte de narrar es el efecto de una inteligencia colectiva” (Vilches, 2001, p. 146). El conocimiento de las narrativas es primordial para que un mensaje transmitido pueda ser comprendido e interpretado de manera clara y coherente para los espectadores. “La narrativa es una perspectiva para captar el significado o el funcionamiento de los fenómenos comunicativos; es una matriz de comprensión y explicación de las obras de la comunicación” (Rincón, 2006, p. 95).

La narrativa actúa como un mecanismo poderoso que radica en su capacidad de establecer una conexión emocional y comprensible a través de contar historias, para Martín Barbero (1991), estas pueden crear mundos imaginarios, evocar emociones, generar empatía e identificación con las audiencias, despertar curiosidad y sumergir a los espectadores en experiencias vividas.

Para impactar o sorprender, ironizar, mostrar lo incomprensible, lo imprevisto y paradójico de la naturaleza humana. Para explicar el origen y los hábitos de los hombres y las características de las cosas. Para transmitir enseñanzas sobre este o «el otro» mundo. Para jugar y entretenerse. Para explorar con la imaginación los mundos posibles, los misterios del universo o los fantasmas del inconsciente. Para alabar, para criticar, para burlar se de los demás. Y también para explorarse a sí mismos. Otras veces es para mostrar estados o acciones elementales, emotivas o éticas, ejemplificadoras de la maldad o la bondad, la solidaridad o el egoísmo, el heroísmo o la cobardía, la mentira o el engaño, la franqueza y la verdad, la astucia (Rincón, 2006, p. 91).

Annette Hill (2013), enfatiza que la narrativa mediática juega un papel fundamental como forma para generar significado las narrativas de las pantallas, y se destaca por ser una forma de contar historias, que combina elementos visuales y sonoros de manera integral, con una estructura fundamental coherente para la organización del tiempo y el espacio.

En cuanto a las narrativas mediáticas, parten de las técnicas retóricas, es decir, entender las formas en que se construyen, representan, cuentan y distribuyen las historias en los

medios de comunicación, así mismo no se limitan a una estructura narrativa de una historia en particular; “de estructuras dramáticas; cuentos contados que tienen comienzo, nudo y desenlace” (Rincón, 2006, p. 89). Salvo que también abarcan los discursos, las representaciones, las imágenes y los valores que se transmiten a través de los medios.

De esta manera, las narrativas mediáticas producen una interacción dialógica con la audiencia, involucrándola en la recreación de significados y realidades. Esta relación implica que la audiencia interactúe de forma imaginativa con las imágenes y contenidos mediáticos, estableciendo una relación entre la experiencia personal de cada espectador con los “códigos y convenciones con cuyas imágenes se identifica por razones de uso, gusto y popularidad, así como de criterios estéticos, ideológicos y de activismo político” (Buxó, De Miguel, 1999, p. 19). El resultado de esta interacción genera que se desarrollan narrativas internas y marcos de acción que influyen en la forma en que las personas interpretan y se relacionan con el mundo mediático.

Las narrativas mediáticas no solo son productos comunicativos, sino que también, sirven como instrumentos para examinar la forma en que los medios se desempeñan en su labor de informar, entretener y transmitir mensajes, esto se debe a poseen una doble función “son simultáneamente dispositivos de producción y dispositivos de análisis de la actuación de los medios de comunicación” (Rincón, 2006, p. 100).

Por otro lado, las narrativas seriales para Néstor García Canclini (1995), no solo brindan entretenimiento, sino que cumple funciones simbólicas y sociales; son capaces de generar conexiones emotivas y sentimentales con la audiencia por medio de los personajes, la trama, los guiones y la producción de los episodios; pero al manejar una lógica de producción en serie “se ha convertido en una mercancía más, cuyo objetivo principal es la generación de beneficios económicos” (Horkheimer, Adorno, 1998, p. 149).

A partir de este acercamiento, la narrativa serial ofrece una continuidad y progresión lineal en las historias, es decir, cada capítulo empieza donde el otro capítulo terminó, según García Canclini (1995), esto da paso para que los espectadores sigan consumiendo el

contenido serial, generando en la audiencia una especie de adicción y fidelidad con los programas seriales.

En este sentido, los productores de contenidos seriales tienen un papel muy activo, porque son los responsables del control sobre la dirección que vaya a tomar la historia; las narrativas seriales plasmadas en la televisión son, “una herramienta poderosa para la construcción de la identidad personal y social. A través de los personajes y las historias de televisión, los espectadores pueden explorar diferentes aspectos de sí mismos y descubrir nuevas formas de ser y de relacionarse con los demás” (Masterman, 1996, p. 140).

En estas estructuras narrativas, el melodrama es el principal factor, que para Martín-Barbero (1991), se caracterizan por la exageración emocional y la intensidad dramática “lo que busca en la escena no son palabras, sino acciones y grandes pasiones, es lo que demarcará definitivamente al melodrama” (Martín Barbero, 1991, p. 125). De igual forma, se puede definir al melodrama como “un género dramático, es decir, una forma de organizar el material narrativo, tendiente a lograr en quien lo ve un efecto específico (emocional primario)” (Rincón, 2006, p. 186).

A través de la trama y personajes, el melodrama puede reflejar problemáticas como la injusticia, la marginalidad, el amor y el poder, ofreciendo una ventana para analizar y reflexionar sobre los valores y las normas de una sociedad, esto se debe a la estructura del melodrama que tiene “como eje central cuatro sentimientos básicos - miedo, entusiasmo, lastima y risa, a ellos se hace corresponder cuatro tipos de situaciones que son al mismo tiempo sensaciones - terribles, excitantes, tiernas y burlescas - personificadas o "vividias" por cuatro personajes - el Traidor, el Justiciero, la Víctima y el Bobo” (Martín Barbero, 1991, p. 126). Esto se explica debido a que el melodrama comparte una relación estructural con las narrativas, presentando similitudes significativas en su forma y desarrollo.

De igual forma, el melodrama emplea formatos diferentes, que se van actualizando “los formatos de telenovela, documental, noticiero, serie o reality; la televisión interpela con mayor fuerza dramática y moral a sus audiencias desde el melodrama” (Rincón, 2006, p.

.186). De tal manera la televisión, está llena de representaciones de vivencias cotidianas de personas “ordinarias” que se han convertido en los personajes principales de relatos transmitidos en la pantalla, conforman el escenario mediático y teatral conocido como reality show; “un reality show cuenta historias, informa, divierte, se basa en las conversaciones, admite la presencia del público en el estudio y sus protagonistas pretenden y a veces consiguen algún tipo de recompensa” (Castañares, 1995, p. 83).

En este sentido, es posible comprender los formatos de los programas televisivos, porque, aunque se consuman siempre los mismos géneros, estos se actualizan constantemente e incorporan diversas características genéricas en un solo producto:

El docudrama o la reconstrucción y dramatización de los acontecimientos reales interpretados por sus auténticos protagonistas; el docuteinment o el uso de estructuras ficcionales para narrar hechos reales; el docusoap o el hecho de seguir la estructura de la soap opera para mostrar la vida cotidiana; el infoentretenimiento o de cómo combinar de información y entretenimiento; la dramedy o el hecho de juntar lo serio del drama con la sintaxis de la comedia (Rincón, 2006, p. 187).

Esto es posible porque que se han convertido la cotidianidad en el eje central de las historias llevadas a la pantalla, que es un escenario mediático y dramático; así mismo estos formatos cuenta “historias, informa, divierte a las audiencias gracias a las historias narradas y cercanas a gran parte, a la población” (Castañares, 1995, p. 83); esto se debe a “la principal característica [...] es el rescate de la gente común para las pantallas televisivas” (Vilches, 1995, p. 7).

De igual manera, para Castañares (1995), el reality forma parte de todos los géneros televisivos, es una sintaxis total de la televisión, cubre la mayor parte del espectro de la programación, convirtiéndose en un dispositivo narrativo que lleva a una desintegración del límite entre la realidad y la ficción. “El reality es una hibridación mediática en que la multiplicación de formatos se evidencia como estrategias de producción: el talk show, se mezcla con el documental, lo informativo con el melodrama” (Brito, Capito, 2017, p. 100).

Para Leonardo Ordóñez (2005), el reality show representa un formato adaptable, una mezcla dinámica en la que se unen diferentes elementos expresivos de la televisión convencional, “el éxito de ese tipo de programas está determinado por la crisis del discurso informativo, a su redundancia, se trata de reinyectar realidad en un medio cuyos contenidos se están agotando y cuya seriedad se ve cuestionada por una demanda creciente de autenticidad” (Imbert, 2003, p. 111).

Al mencionar discursos, hace referencia las técnicas retóricas (que con anterioridad se mencionó) las cuales alude a las herramientas comunicativas, argumentativas y discursivas, que son empleadas para persuadir o convencer a una audiencia, frente a un discurso o enunciado. “El discurso es aquello que de forma verbal o de manera escrita cuya participación configura el principio de una plática, defensa, informe, disertación, conferencia, entre otros, comunica algo” (Guillén, 2023, p. 7).

Los discursos narrativos, son una herramienta comunicativa empleada para contar y representar historias de manera estructurada y secuencial, con el objetivo de que sean comprensibles y significativas para los espectadores; porque “el discurso se analiza no solamente como un objeto verbal autónomo, sino también como una interacción situada, como una práctica social o como un tipo de comunicación que se da en una situación social, cultural, histórica o política” (Van Dijk, 2009, p. 22). Así también, se toma en cuenta que el discurso narrativo es una forma para contar historias, para Genette (1983), el cuál narra en todo momento con una sucesión de eventos o acciones, así la narración se desarrolla a través de una serie de acontecimientos que conforman la trama de las narraciones; de este modo, configuran para Teun Van Dijk (2009), la estructura del discurso como el configurador de imaginarios colectivos que reproducen un ideal en la sociedad.

Por otro lado, para Flannery O'Connor (1960), la narración no solo debe ser efectiva en términos estilísticos y estructurales, sino que debe tener un propósito moral que conmueva al lector y lo haga reflexionar. En conclusión, los discursos narrativos son una forma de comunicación que se utiliza para contar historias de manera secuencial y estructurada, para que los espectadores y lectores pueda comprender los discursos de manera eficaz;

porque la estructura, la precisión y la habilidad en la construcción de la trama son elementos clave en la narración, pero también hacen alusión a la intercomunicación del drama con la información.

De tal manera, se debe tener presente que narrar en televisión es algo complejo porque implica estudio y oficio; debido a que, si todo fuera tan sencillo al momento de aplicar las fórmulas de mercado, producción o creación, todo programa televisivo tendría éxito. “Pero no es así, pues se dice que la regla es que, de ocho programas, solo uno alcanza el cielo. El asunto es complejo porque hay muchos saberes, tensiones y negociaciones en juego (y muchos egos)” (Rincón, 2006, p. 181).

Los criterios que utiliza la narración televisiva se basan para Vilches (2001), en el conflicto dramático como función comunicativa, de esta forma se mantiene el interés en los espectadores, porque el conflicto es el elemento esencial para generar en la audiencia suspiros y emociones. “La televisión, como máquina narrativa, todo lo que toca lo convierte en disrupción, ruptura, competencia para poder generar drama, emoción, acción. Por lo tanto, la narrativa televisiva siempre buscará el conflicto y las estructuras dramatúrgicas que permitan comunicar el relato” (Rincón, 2006, p. 182).

De igual forma, la televisión se caracteriza por su narrativa de repetición, porque el disfrute o satisfacción se encuentra en lo que es conocido pero representado de forma diferente, es decir, el goce en los espectadores no se limitan a disfrutar algo completamente nuevo; también se puede encontrar en la repetición nuevas perspectivas o experiencias placenteras porque “la narrativa televisiva presenta personajes, situaciones y conflictos que se han ido repitiendo a través de la historia del ser humano porque la costumbre brinda satisfacción; el placer está en lo conocido” (Casetti, 1994, p. 305).

Es por eso por lo que, en los programas de televisión, siempre existe una lucha constante entre el bien y el mal que se va desarrollando a lo largo del programa con los personajes y la trama, que representan conflictos entre los seres humanos porque “al final de cualquier historia de televisión los buenos ganan y los malos pierden; el amor puro y maternal se impone al amor sexual y animal; los buenos comportamientos se premian y los malos se

castigan. El mensaje es de una evidencia aterradora: Pórtate bien y triunfarás, pórtate mal y te castigaran” (García Canclini, 1990, p. 21).

Por otro lado, la televisión en sus narraciones según Rincón (2006), trata de postergar lo que más se pueda, todo aquello que siempre está a punto de pasar o se supone que va a pasar en el programa, con el objetivo de provocar drama, acción, conmoción o incertidumbre en la audiencia o espectadores; la cual se deberá realizar en los tiempos establecidos para la emisión, que son (30, 60 o 90 minutos) que tienen de permanencia en pantalla.

Toda acción narrativa implica una preparación que debe durar no más que lo suficiente para calentar la emoción del público; luego viene una acción intensa de realización del conflicto, que debe ser contundente, para finalmente promover el relax del comentario sin quedarse en él. Así, narrar es intervenir el tiempo interno del relato llevando a que el público viva la experiencia sin sentir que pierde la emoción a causa de la velocidad o de la lentitud (Rincón, 2006, p. 184).

De esta manera, los programas de televisión tienen un gran poder para moldear la manera en que se observa y piensa sobre el mundo, y cómo nos comportamos en él. “La televisión se ha convertido en el medio privilegiado para contar historias, moldeando nuestras percepciones y generando un imaginario colectivo” (Monsiváis, 2017, p. 56).

La televisión, para Carlos Monsiváis (2017), puede ser considerada una herramienta educativa que tiene la capacidad de influir en la percepción de la audiencia a través de las representaciones e historias, de igual forma modifica los valores que los espectadores adoptan y determinan sus acciones. El autor también manifiesta que la televisión es capaz de impactar de manera significativa en la sociedad, construir realidades y establecer lo que se considera importante en la opinión pública; esto se debe a que la televisión es un gran referente desde el cuál comunicar y ha logrado tener éxito.

La televisión ha triunfado como medio más popular y como narrador central de nuestras vidas porque ha sabido responder a la temporalidad hogareña, ha promovido relaciones afectivas con sus audiencias e identificaciones en sus públicos, se ha adaptado al tono de

la conversación diaria, sirve de compañía en los que haces cotidianos, no exige mucho del televidente y le promete mucho: entretenimiento permanente (Rincón, 2006, p. 22).

De igual forma, la televisión, al ser un dispositivo narrativo de contar historias y como un elemento en la construcción de cultura emocional; en su interpelación “establece una complicidad entre productores y audiencias, ya que lo que se comparte son los modos de narrar y la lógica del entretenimiento” (Rincón, 2006, p. 22). La cual se comprende de cuatro ejes: el entretenimiento, contar historias, industrias culturales y contenidos.

Para Arlindo Machado (2009), en día mucha gente prefiere quedarse en casa y disfrutar del televisor, un concierto, partidos de futbol, festivales, etc., que asistir de forma presencial, esto se debe la comodidad, cercanía y una visión privilegia que ofrece la televisión al espectador, así el televidente tiene una mirada más amplia y de cierta manera más completa a la que hubiera tenido si se hubiese valido solamente de sus propios medios o mezclando entre un sin número de espectadores que gracias:

A la intermediación de las cámaras, al espectador le «nacen» alas con las que realiza vuelos rasantes sobre la escena, se aproxima hasta casi tocar a los jugadores o a los intérpretes del concierto y se aparta para contemplar de lejos la multitud que ovaciona o aplaude; realiza, en fin, toda clase de movimientos y experimenta el evento desde todos los ángulos de visualización posibles. Todo ha sido pensado y está preparado para que ese espectador siempre tenga una visión privilegiada: la cadena televisiva reserva las mejores ubicaciones para colocar sus cámaras, distribuyéndolas con objeto de que abarquen toda la escena (Machado, 2009, p. 28).

1.4 Contexto de estudio – Programa televisivo El Chavo del 8

“El chavo del 8” es un programa televisivo infantil mexicano, producido por Roberto Gómez Bolaños, conocido por su nombre artístico de Chespirito; fue transmitido desde 1971 hasta 1980 como programa independiente en la televisión; el programa comenzó originalmente como un sketch del antiguo programa “Chespirito” de la cadena televisiva mexicana. El sketch “es un tipo de parodia muy relacionada con la sátira. Como texto humorístico, se observan los rasgos de la sátira y de la parodia como tal” (Simpson, 2003,

p. 123), es decir, es una representación cómica de corta duración que se caracteriza por su tono jocoso y sarcástico.

Consiguiente a ello, Daniel Friedrich y Érica Colmenares (2020), manifiestan que en el mismo sketch apareció “El Chavo” con otro personaje “La Chilindrina” y al obtener una gran acogida por parte del público televisivo, el productor Roberto Gómez Bolaños, convirtió el sketch en un programa semanal el cual duró de 1980 hasta 1992 y a partir del año 2006 se está transmitiendo “El Chavo del 8” como una serie animada.

Según Friedrich y Colmenares (2020), el programa se caracteriza por el estilo humorístico que combina la comedia física y las bromas verbales, “que atrae a las audiencias más jóvenes y al mismo tiempo captura el interés de personas de mayor edad a través de la nostalgia y la ternura” (Friedrich, Colmenares, 2020, p. 10); la acogida del programa fue tan grande que, a partir de “1970 alcanzó un pico de popularidad con una audiencia de 350 millones de televidentes por episodio a lo largo del continente americano” (Friedrich, Colmenares, 2020, p. 10). En este sentido el programa dejó un impacto duradero en diversas generaciones y continúa siendo ampliamente reconocido y apreciado a través de las repeticiones de sus capítulos.

“El Chavo del 8”, es un programa que expone lo que ocurre con los habitantes en una vecindad en la Ciudad de México, es un escenario en el cual se exhibe la pobreza y los problemas sociales, a través de representaciones satíricas; sin embargo, “las situaciones que ocurren entre los personajes podrían parecer chistosas, pero en realidad son un reflejo grave de la sociedad y el programa no aporta soluciones para mejorar la vida social de los habitantes de una vecindad, al contrario, se les denigra más” Rojas, 2022, p. 55). A pesar de ello y la falta de principios que aporten para mejorar la interacción social y humana dentro de las narrativas en la vecindad, “El Chavo del 8 fue uno de los programas que más audiencia (de infantes, adolescentes y adultos) ha tenido en la mayoría de los países de Latinoamérica, el cual marcó a varias generaciones con su ideología conservadora” (Rojas, 2022, p. 47).

Por otro lado, el tiempo de duración del “El chavo del 8”, por ser un programa transmitido de forma abierta en televisión ocupó para Carlos Aguasaco (2021), franjas de 30 minutos, de los cuales 7 minutos son reservados para la publicidad, 1 minuto utilizado para las cortinas de apertura y cierre y entre 21 y 22 minutos para cada episodio

Esa segmentación que ahora tiende a desaparecer con el auge de los servicios de streaming y televisión por demanda fue determinante en el desarrollo de las series escritas por Roberto Gómez Bolaños. Esos veintidós minutos representaban el espacio para desarrollar la trama del capítulo con su nudo y apropiado desenlace. Al tratarse de una breve comedia seriada, El Chavo del 8 representa la encarnación televisiva del cuadro de costumbres y del sainete o del entremés del Siglo de Oro (Aguasaco, 2021, p. 3).

El éxito que obtuvo el programa se debe a la aplicación de la metáfora articuladora especialmente de aquella época “es decir, se necesitaban representaciones que respondieran a las necesidades de entretenimiento y socialización del espectro más amplio de la sociedad” (Aguasaco, 2021, p. 3). Para esto los productores tenía que buscar alternativas más rentables, esto significa producir obras que requirieran la menor inversión y lograr la atención más amplia del público para poder afrontar y superar estos retos.

Roberto Gómez Bolaños optó por una tipología dramática que nunca caducara y mantuviera el interés más amplio en todos los estamentos sociales a través del continente: la comedia social con línea de tiempo flotante. Las series con línea de tiempo flotante mantienen a sus personajes en un presente continuo y envolvente que se adapta e incorpora elementos de la cultura popular (Aguasaco, 2021, p. 4).

De esta forma el “El chavo del 8” se convirtió en un fenómeno cultural y social sin fronteras, trascendiendo edades y territorios debido a “la "invasión" que la pequeña pantalla que produce, la dominación que impone, son sentidas como liberación por el tele-espectador habitual” (Martín Barbero, 2002, p. 101), generando de esta manera que la mayoría de los televidentes se identifiquen con la trama y personajes.

Dentro de una lógica narrativa, esta producción mantiene una mecánica de espectáculo “que tiene por base un pequeño grupo de actores adultos que personifican a niños y viven en una vecindad mexicana, esto es, un complejo de viviendas habitado por individuos de bajos recursos” (Friedrich y Colmenares, 2020, p. 9) y como a través de situaciones cotidianas se visibilizan con un humor crítico y sarcasmo la violencia física y verbal que ejerce el programa; los cuales son una metáfora para los debates y estigmas sociales.

Friedrich y Colmenares (2020), manifiestan que entre los temas más recurrentes existentes en el programa son: las clases sociales, las diferencias sociales e inequidad, la pobreza, la discriminación a los pobres, el maltrato y abandono infantil, además se puede evidenciar características de lo latinoamericano como: el carisma, la sonrisa y la humildad que representa la vida de una vecindad Latinoamérica en un determinado contexto político, económico, social y cultural.

Para Cinthia Wanschelbaum (2017), los personajes principales desarrollados en el programa son; El Chavo del 8, definido como el niño huérfano y hambriento. La Chilindrina, niña pícaro y molesto, hija de Don Ramón, un hombre desempleado que no logra mantener un trabajo fijo, pero siempre está buscando los modos para conseguir ingresos económicos. Quico un niño malcriado, presumido y consentido; siempre llora cuando algo no sale como el desea. Su madre Doña Florinda, una mujer viuda que constantemente trata de humillar a los demás, pero procura conservar restos de su vida pasada de clase media. Don Barriga, el rentista dueño de la vecindad, representan la clase alta, pero de buen corazón porque le condona un sin número de veces las deudas a Don Ramón y es muy amable con todos sus arrendatarios.

Doña Clotilde, la solterona conocida como la Bruja del 71, sujeto de burlas porque está obsesionada con la juventud y con un amor imposible. El Profesor Jirafales, un maestro entregado y abnegado, que tiene esperanza en los niños, pero también el novio perpetuo que nunca llega al compromiso. De esta manera, para Brito (2020), los personajes vienen a constituir un sistema de comunicación en el cual recae un ambiente idealizado, donde transcurren sucesos que llegan a construir historias y representaciones que permiten generar vínculos con los espectadores.

De este modo, el programa generó gran espectacularidad, que es la búsqueda de generar emociones fuertes, claves para el éxito de las historias que conllevan entretenimiento y diversión. El cual debe su acogida debido a que el programa se convirtió en un fenómeno televisivo porque “la televisión ocupa las dinámicas de la cultura cotidiana de las mayorías, en la transformación de las sensibilidades, en los modos de construir imaginarios e identidades” (Martín Barbero, 2002, p. 25).

Como representaciones que contribuyen a los discursos públicos e imaginarios que según Armando Silva (2008), entiende a las ideas “correctamente” gestadas en nuestra mente como mecanismos de un orden social a seguir, no de manera real sino como parte de ella, “son aquellas representaciones colectivas que rigen los sistemas de identificación social, que hacen visible la invisibilidad social” (Silva, 2008, p. 136). En este sentido, los imaginarios colectivos, son lugares o espacios donde se efectúan las emociones manifestadas en las expresiones que las personas tienen de los otros y de la sociedad en la que se vive, evidenciado en los personajes de la vecindad al momento de relacionarse unos con otros.

Así, la televisión “constituye hoy a la vez el más sofisticado dispositivo de moldeamiento y deformación de la cotidianidad y los gustos de los sectores populares, y una de las mediaciones históricas más expresivas de matrices narrativas, gestuales y escenográficas del mundo cultural popular” (Martín Barbero, 2002, p. 25). La cual goza de éxito porque mantiene la cercanía con el pueblo donde la “cultura popular se construye en cierto modo como parodia de la vida ordinaria, como un «mundo al revés»” (Bajtín, 2003, p. 16).

Así mismo, para los espectadores, el programa “El chavo del 8” puede interpretarse o leerse como una simple e inocente comedia de “equivocaciones, como una comedia física (slapstick comedy) con golpes, pellizcos y batallas de agua que no representan violencia real sino una práctica carnavalesca adaptada a la televisión. Es decir, algunos espectadores pueden optar por justificar o desestimar la violencia representada en cada episodio (Aguasaco, 2021, p.5). Esto se debe a que es un programa que maneja una estética popular, para Bajtín (2003), hace referencia a lo carnavalesco, que observa al mundo desde un punto de vista cómico y burlesco, es decir un humor festivo, que le pertenece al pueblo, a

través de la risa porque “la risa es universal, contiene todas las cosas y la gente, el mundo entero parece cómico y es percibido y considerado en un aspecto jocoso, en su alegre relativismo; por último esta risa es ambivalente: alegre y llena de alborozo, pero al mismo tiempo burlesca y sarcástica, niega y afirma, amortaja y resucita a la vez” (Bajtín, 2003, p.19).

Por último, los espectadores también tienen la posibilidad de interpretar el programa desde otro punto de vista, como un "espejo cóncavo de las sociedades latinoamericanas de finales del siglo veinte, caracterizadas por la desigualdad, el hambre y la incapacidad del Estado para brindar oportunidades y servicios sociales a los niños desamparados" (Aguasaco, 2021, p. 5).

Por otro lado, el programa televisivo "logró por un largo periodo el constante incremento de espectadores en el cual “surge un gestor y censor interesado en el (rating)” (Monsiváis, 2000, p.163). Esto nos lleva a analizar que “no se pueden pensar los medios de comunicación sin su lógica de mercado, su ser industrial y su interés de ganancia. Aquellos se legitimaron como industria de producción en serie que obliga a diseñar mensajes cuya función es generar mercados masivos” (Rincón, 2006, p. 23).

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Analizar los discursos y estigmas sociales en las narrativas de la vecindad del “Chavo del 8”.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Explicar el programa del “Chavo del 8”, como una historia narrativa del imaginario social latinoamericano.
- Entender el melodrama como discurso narrativo de la vecindad en el “Chavo del 8”.
- Evidenciar los estigmas sociales representados por los personajes del “Chavo del 8”.
- Diagnosticar la gran repercusión del “Chavo del 8”, pese a manifestar una fuerte violencia infantil.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Metodología

Esta investigación parte de una construcción de dos miradas, la primera se centra en una revisión bibliográfica y teórica de las narrativas de televisión y de los programas donde el espectáculo mediático es central, para el cual se hace un recorrido a partir de autores afines al tema de investigación como: Omar Rincón, Jesús Martín Barbero, Lorenzo Vilches, Carlos Monsiváis, Roman Gubern, Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, Mario Vargas Llosa, Arlindo Machado, entre otros. Que permiten tejer nexos, no solo argumentativos, sino metodológicos para entender cuáles son las dinámicas que se construyen a partir de los discursos del espectáculo televisivo.

La segunda parte, se enfoca en la construcción metodológica del análisis del discurso del programa televisivo “El Chavo del 8” y se asume la propuesta de Roman Gubern, que da a entender que detrás de los programas televisivos existen discursos subyacentes, a los cuales se los debe estudiar y brindarles un enfoque discursivo crítico. También se encuentra el caso de estudio de estereotipos sociales, así la metodología se amplía al enfoque de las dramaturgias expuestas por medio del teórico Erving Goffman.

En el enfoque metodológico de esta investigación se desarrolla tres matrices de estudio, dos de ellas son asumidas del Licenciado en Comunicación Luis Santiago, “Fue sin querer queriendo”: El estigma en El Chavo del Ocho [tesis de posgrado presentada en la Universidad Central de Venezuela] (2008), quién realizó la investigación sobre el análisis del discurso televisivo y los estigmas presentes en los personajes del “El Chavo del 8”. Estas dos matrices fueron optadas y adaptadas en el contexto de la presente investigación de titulación; la tercera matriz de análisis fue elaborada por la investigadora con el fin de aportar de forma semiótica las características más representativas de cada uno de los personajes principales del programa “El Chavo del 8”.

Estas matrices cuentan con el aporte metodológico de Omar Rincón quién establece que las narrativas mediáticas son una forma de contar a la sociedad; igualmente se considera

los análisis de los discursos propuestos por Teun Van Dijk sobre los discursos mediáticos y los discursos televisivos respecto a la idea de la construcción lingüística de los textos y contextos dentro de los programas televisivos.

2.2 Matrices

La primera matriz fue creada por la investigadora con el fin de presentar características representativas a manera general de los personajes principales del programa televisivo “El Chavo del 8”; dos matrices de análisis fueron tomadas de una tesis de posgrado teniendo en cuenta los objetivos que van a analizarse en el desarrollo de la investigación, las cuales cumplen con los parámetros y requisitos para poder desglosar de forma efectiva el análisis del discurso televisivo y los estigmas en las narrativas de la vecindad del “El Chavo del 8”, de esta manera brindará los resultados y la respuesta a la pregunta de investigación.

Ejemplo de Matriz de análisis 1

Ficha de observación que presenta de forma referencial las características de los personajes principales de “El Chavo del 8”.

Personaje	Características
Nombre	Cualidades

Personaje: Van los nombres artísticos de los actores, es decir por los cuales son reconocidos dentro del papel que interpretan.

Características: Son las cualidades o atributos que permiten identificar a una persona, en otras palabras, poseen algo que marca la diferencia de entre las demás personas haciéndolos únicos y memorables.

Ejemplo de Matriz de análisis 2

: Ficha de observación para los capítulos del programa televisivo El Chavo del 8.

Tema	Zona de anterioridad		Zona del evento		Zona de posterioridad	
	Causa ¿Por qué?	Instrumento ¿Con Qué?	Agente ¿Quién?	Paciente ¿Qué? ¿A quién?	Destinatario ¿Para quién?	Finalidad ¿Para qué?

Nota: Ficha construida a partir de la observación narrativa de programas. Tomada de Luis Santiago. (2008).

Tema: Se identifican los temas de los enunciados propuestos en los capítulos a analizar, porque puede que se desarrolle el mismo tema en varias escenas, por eso se los va a reagrupar bajo un pequeño título con una idea más general, en pocas palabras es un resumen corto de lo que tiene más relevancia y preminencia en el discurso a lo largo del capítulo.

Zonas actanciales: Son herramientas empleadas para comprender los diferentes elementos existentes en el discurso narrativo, según Julien Greimas, elementos como: sujeto, objeto, destinador, destinatarios, ayudante oponente y objeto de búsqueda. Conocidos como actantes, los cuales interactúan entre sí por medio de acciones o conflictos, creando la trama y el desarrollo de la historia; estos también permiten describir los roles y las relaciones que tienen los personajes dentro de las narrativas.

Zona de Anterioridad, del evento y de posterioridad: Representan la temporalidad y los roles de los actantes en los eventos del discurso, que evalúan la referencia o rol de cada uno de los actantes; de esta manera permiten según Luis A, examinar la perspectiva desde la cual el emisor construye su percepción de la realidad, y esta perspectiva puede relacionarse con las personas que participan en el discurso.

Causa: Es el “por qué” se denota todo, es decir el origen de los eventos que contienen el tema.

Instrumento: Es el objeto, un elemento no humano que participa en el evento, dicho de otra forma, es el “con que” o “gracias a” en el proceso del desarrollo del capítulo.

Agente: Es el “quién” y “quién hace que”, es un actor social que inicia el cambio o proceso y recibe los efectos de las transformaciones.

Paciente: es el “qué” y “a quién”, recibe los efectos y puede estar presentado como víctima o beneficiario dependiendo de los efectos que reciba.

Destinatario: Es el “para quién”, es decir es el receptor de los cambios, es el paciente general y también receptor de los procesos.

Finalidad: Es el “para que”, la consecuencia del evento del cambio o proceso.

Ejemplo de Matriz de análisis 3

Ficha de observación utilizada para el análisis del lenguaje de los discursos para el levantamiento de campos léxicos en el programa “El Chavo del 8”.

Dominio	Campo semántico	Léxico asociado
Denominación	Denominación	Lexías

Nota: Ficha construida a partir de la observación narrativa de programas. Tomada de Luis Santiago. (2008).

Dominio: Sirven para la identificación de las practicas sociales y discursivas según Luis Santiago, a las que el emisor recurre para encontrar el contexto adecuado que le permita obtener los significados que quiere asignar a las palabras clave de sus mensajes.

Campo semántico: se va a analizar el uso excesivo o exagerado de palabras o términos en específico dentro de un discurso o contexto determinado, es decir para referirse a un tema, concepto, actor social; en este caso los capítulos elegidos por la investigadora.

Léxico asociado: Están las lexías, que son palabras individuales, las cuales sirven para analizar el léxico, para eso se toma los temas ya se identificados y se extrae los términos utilizados para referirse a ellos; cuando se aborda el análisis de un concepto o tema particular, se tiene presente los contextos en los que aparecen las palabras asociadas a ellos, para luego identificar y categorizarlas en dominios de experiencia.

2.3 El objeto de estudio

El objeto de estudio es el análisis del discurso televisivo en las narrativas de la vecindad del programa mexicano “El chavo del 8”.

2.4 Corpus de Análisis

El programa “El chavo del 8”, tuvo 290 episodios y fue producida por 10 años como un programa de televisión independiente; y el corpus de análisis objeto de está investigación serán 5 capítulos para analizar, los cuales fueron elegidos a criterio de la investigadora:

1. **Año (1973). Temporada 2: Capítulo 14 - La noche de espantos:** La Chilindrina le cuenta al Chavo una historia de terror y le da la famosa garrotera, después los dos deciden asustar a Quico, de broma en broma Don Ramon también se asusta al ver un espanto, pero en realidad era su hija con una máscara, al final Don Ramón les indica una foto de Doña Florinda, el Chavo la mira, se asusta y le da una vez más la garrotera.
2. **Año (1973). Temporada 2: Capítulo 27 - Don Ramón se va de la vecindad:** Después de cumplir ya 15 meses de renta atrasada, el señor Barriga se cansa y decide echarlo de la vecindad.
3. **Año (1975). Temporada 4: Capítulo 35 – Don Ramón en la escuela:** Hay un nuevo estudiante en el salón de clases y resulta ser Don Ramón, pero al ser un adulto es sinónimo de burlas por los niños de la escuela; el Profesor Jirafales lo deja recibir clases y al final del día todos tienen una experiencia inolvidable.

4. **Año (1976). Temporada 5: Capítulo 38 - Un ratero en la vecindad:** El Chavo es acusado de robar objetos y abandona la vecindad, pero sus oraciones hacen que se arrepienta el ladrón real.
5. **Año (1978). Temporada 5: Capítulo 21 - El concurso de Miss Universo:** Don Ramon quiere ver el concurso de Miss Universo pero su televisión esta dañada, así que decide cuidar a Quico para poder disfrutar del concurso, pero la Chilindrina, Doña Florinda y Doña Clotilde deciden hacer lo que está a su alcance para llamar la atención de los hombres.

2.5 Materiales

- Computadora portátil
- Tablet
- Conexión a internet
- Cinco Capítulos del “El Chavo del 8”
- Impresora
- Hojas

Recursos Humanos: Colaboración y guía indispensable del docente tutor de tesis Xavier Brito, además de la investigadora Cristina Shambi estudiante de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, que aportaron de forma significativa al desarrollo del proyecto de investigación.

Recursos Institucionales: Los trámites autorizados y las resoluciones con anterioridad en los que colaboró la Universidad Técnica de Ambato y la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, la Biblioteca física y virtual, de igual forma se recurrió al Repositorio Universitario con fines investigativos y a favor del proceso de titulación.

Recursos Físicos: Depósitos tecnológicos como, computadora, tablet, teléfono celular, auriculares Alexa Echo Dot; además los suministros de oficina como, cuadernos, apuntes universitarios hojas de papel boom, impresora, lápices, esferos, resaltadores, libros, artículos científicos, papers, revistas físicas y virtuales acorde a la temática investigativa.

Recursos Económicos: Autogestión de los recursos económicos por parte de investigadora en todo el proceso y desarrollo del proyecto de titulación, los cuales fueron destinados a los materiales; los valores invertidos son en la adquisición de materiales y suministros de oficina utilizados a lo largo del proceso de realización del proyecto de investigación.

No	Detalle	Unidad	Cant.	Valor unitario	Valor total
1	Computadora Portátil	c/u	1	\$600.00	\$600.00
c	Tinta de impresora	c/u	1	\$ 50.00	\$ 50.00
	Impresora multifuncional Epson L375	c/u	1	\$350.00	\$350.00
3	Resma de papel	c/mes	1	\$ 4.00	\$ 4.00
4	Internet	c/mes	4	\$ 45.00	\$180.00
5	Luz – servicios básicos	c/mes	4	\$20.00	\$80.00
	Detalle	Unidad	Cant.	Valor unitario	Valor total
				Subtotal	\$ 1,564
				Total	\$ \$ 1,264

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de resultados

3.2 Análisis

En el presente trabajo de investigación, se realizó un análisis audiovisual de los discursos televisivos observados en 5 capítulos del programa el “El Chavo del 8”, se han interpretado los discursos implícitos en cuanto a los estigmas sociales representados por los personajes, como la combinación de imagen y texto lingüístico dentro de las historias narradas en el programa tienen repercusión en el imaginario social colectivo y como a través del melodrama empleado en los discursos logra generar en los espectadores emociones y sentimientos, pero también pese a la gran repercusión del programa contiene gran violencia infantil.

Para el análisis y discusión de los resultados de la presente investigación se utilizaron matrices de análisis del discurso teniendo en cuenta los objetivos que van a analizarse en el desarrollo de la investigación; en busca de analizar, evaluar y llegar a una conclusión sobre la investigación de las escenas observadas, por medio la teoría que respalda dicho estudio.

3.3 Matriz de análisis de las características de los personajes principales de “El Chavo del 8”.

A continuación, los personajes descritos con sus cualidades son los ocho actores principales del programa televisivo el Chavo del 8, debido a que obtuvieron una gran acogida por parte del público y un gran debut en las dos primeras temporadas de la producción y son: El Chavo, Don Ramón, La Chilindrina, Quico, Doña Florinda, Doña Clotilde, El Profesor Jirafales y Don BARRIGA.

Matriz de análisis 1

Personajes principales

Tabla 1

Personaje	Características
<p data-bbox="363 510 821 573"><i>Ilustración 1. Tomada de la plataforma Pinteres.</i></p> <p data-bbox="505 604 680 636"><i>El Chavo del 8</i></p> 	<p data-bbox="899 453 1511 1083">Es el personaje principal, es un niño huérfano de ocho años, vive dentro de un barril en la vecindad; se gana la vida haciendo mandados y todo el tiempo tiene hambre, es considerado torpe y poco brillante por su falta de educación, siempre usa su famosa frase “fue sin querer queriendo” o “se me chispoteó”, al momento de cometer una travesura o equivocación. Pero tiene un ingenio audaz y cómico; posee un corazón noble, humilde y honrado, nunca busca hacer daño a nadie. Pese a que no siempre recibe el mejor trato por sus vecinos, nunca les guarda rencor porque al final del día son la única familia que él conoce.</p>
<p data-bbox="363 1199 821 1262"><i>Ilustración 2. Tomada de la plataforma Pinteres.</i></p> <p data-bbox="521 1293 664 1325"><i>Don Ramón</i></p> 	<p data-bbox="899 1127 1511 1860">Es un padre viudo, su única hija es la Chilindrina, tiene un carácter explosivo, pero tiene un buen corazón. Es considerado un hombre vago y flojo por no poder mantener un trabajo estable y por tener muchos meses de renta retrasados; por otro lado, tiene un corazón gentil con su vecino el Chavo, nunca busca hacerle mal a nadie; aunque no es hombre que termino sus estudios, en todo momento se las está ingeniando para buscar una fuente de ingreso económica para que no le falte nada a su hija; también es un hombre coqueto y atento, pero solo con las mujeres que son de su agrado e interés. Sobre Don Ramón también gira todo el programa del Chavo del 8; golpea y molesta a Quico le pega y su madre Doña Florinda sale a defenderlo y siempre</p>

	<p>dándole una bofetada, tiene el mismo problema con Don Barriga por no pagar la renta, cuando se molesta golpea al Chavo y lo hace llorar, Doña Clotilde siempre trata de conquistarlo, todos los personajes se relacionan con el de manera tienen un ritual ya establecido con Don Ramón.</p>
<p><i>Ilustración 3. Tomada de la plataforma Pinteres.</i> <i>Quico</i></p> 	<p>Es un niño alto con su cachetes pronunciados, una característica que es tomada a son de burla por los niños de la vecindad y por eso le dicen “cachetes de marra flaca” siempre está con su traje de marinero, emulando a su padre cuya profesión era la de un marinero, por otro lado, es presumido malcriado y mimando, siempre llora y se queja con su madre Doña Florinda, cuando algo no sale como él quiere, en cada oportunidad que tiene presume sus juguetes a los niños de la vecindad y no le gusta mucho compartir con ellos, por eso en muchas ocasiones lo molestan o evitan jugar con él. No se hace responsable de sus acciones o travesuras buscando echarle la culpa a alguien más. También recibe pellizcos por parte de Don Ramón cuando le hace enojar o llora por todo.</p>

<p><i>Ilustración 4. Tomada de la plataforma Pinteres.</i></p> <p><i>Doña Florinda</i></p> 	<p>Es una madre viuda, arribista, y en muchas ocasiones despectiva, su actitud se “justifica” en su supuesta clase refinada porque estaba casada con un importante marinero, lo cual le hace tener delirios de superioridad con sus vecinos; también tiene un romance con el Profesor Jirafales, maestro de los niños de la vecindad y también de su hijo Quico, su romance nunca se llega a formalizar; por otro lado siempre está en una pelea constante con Don Ramón y las discusiones suelen terminar cuando ella lo abofetea.</p>
<p><i>Ilustración 5. Tomada de la plataforma Pinteres.</i></p> <p><i>La Chilindrina</i></p> 	<p>Es una niña lista y pícara, al mismo tiempo caprichosa y manipuladora, que siempre llora cuando no consigue lo que quiere, además es considerada “fea” por el hecho de usar lentes, tener pecas y por la carencia de un diente. Es una amiga incondicional que busca el bienestar de su mejor amigo el Chavo; todas las travesuras y bromas son el resultado de sus juegos inocentes. Dice las cosas de manera directa, y esto le ocasiona muchos regaños por parte de sus vecinos.</p>
	<p>Es un hombre soltero y educado, que un trabajo estable como maestro, busca siempre enseñarles a sus estudiantes lecciones importantes antes las adversidades de la vida, fomenta los valores y el respeto, es fiel defensor de la educación y de los niños porque son el futuro de la sociedad; siempre está bien vestido, de terno con un sombrero, es</p>

Ilustración 6. Tomada de la plataforma Pinteres.

El Profesor Jirafales



amable y atento, todo un caballero; siempre le lleva un ramo de flores rojas a Doña Florinda cada vez que va a visitarla, su novio incesante que nunca llega al compromiso.

Ilustración 7. Tomada de la plataforma Pinteres.

Doña Clotilde



Conocida como la “Bruja del 71”, quién es tomada a forma de burlas porque está obsesionada con su juventud y con un amor imposible, es una mujer seductora y coqueta con Don Ramón (O como ella le dice Monchito, Roro, Papucho). A los niños de la vecindad les produce miedo por el hecho de que vive en el departamento #71, porque antes nadie lo usaba y estaba abandonado, también por el hecho de tener una edad mayor y seguir soltera; suele estar de mal humor o todo le molesta;

*Ilustración 3. Tomada de la plataforma
Pinterest.*

Don Barriga.



Es un hombre muy paciente y bondadoso, es el dueño de toda la vecindad, siempre está vestido de terno acompañado de un maletín, usa lentes, su peso es sinónimo de burla por los niños de la vecindad, pero nunca reacciona mal o se enoja con ellos; una vez al mes visita a sus arrendatarios para cobrarles la renta y en todas sus visitas siempre le perdona de cobrarle la renta a Don Ramón, representa a la clase alta por sus ingresos.

3.4 Los estigmas

En cuanto a las características desarrolladas de los personajes del “El Chavo del 8”, se puede notar que los estereotipos ya están implantados en cada uno de los ocho protagonistas de la serie. De esta manera, se cataloga al Chavo del 8 como un niño pobre y torpe; pero humilde y de buen corazón; a Don Ramón como un hombre malhumorado, flojo y desempleado, que no obtiene el dinero pagar la renta de su departamento; a su hija Chilindrina, considerada una niña fea debido a su aspecto físico, por tener pecas, ser un poco desdentada y por usar lentes, pero es la más astuta de todos los niños de la vecindad.

Quico, es un niño presumido, odioso y malcriado que siempre llora cuando algo no sale como él desea y constantemente se queja con su madre Doña Florinda y su hijo; socialmente representan a la clase media, pero ella es la más crítica y molesta de la vecindad, se cree superior a sus vecinos, es desagradable con todos excepto con su pretendiente, el Profesor Jirafales; un hombre estudiado y educado que tiene fe en la niñez y la educación, además, es respetuoso y atento con quienes se rodea. De esta manera se logró determinar que los estigmas establecidos corresponden a estereotipos de comportamiento, ideológicos, físicos y sociales.

También esta Doña Clotilde, lo interesante es que ya se encuentra estigmatizada dentro del programa como una bruja, debido a su avanzada edad, poca paciencia y expresiones faciales, además se la considera una mujer solterona y poco atractiva, pero eso no le impide ser coqueta y seductora con Don Ramón, por último tenemos a Don Barriga quién representa socialmente a la clase alta, debido al ser el dueño de la vecindad, pero es educado, amable y bondadoso con cada uno de sus arrendatarios; algo a destacar es que él y el profesor Jirafales debido a su preparación académica son los únicos que no agreden físicamente a ningún niño de la vecindad.

De este modo, los estigmas representados por cada uno de los protagonistas se deben a las narrativas y estéticas de entretenimiento que utiliza el programa en sus discursos; para una mejor explicación, se definirá el termino estigma y de dónde es su proceder.

El término “estigma” proviene del significado que le dieron los griegos, los creadores de la terminología y para ellos consistían en “signos corporales con los cuales se intentaba exhibir algo malo y poco habitual en el *status* moral de quien los presentaba” (Goffman, 2006, p. 11). Al tener en claro de donde proviene la definición de estigma, la presente investigación hará alusión a “una clase especial de relación entre atributo y estereotipo” (Goffman, 2006, p. 12-14).

Y tiene que ver con la identidad social, que es una categoría en la cual un individuo encaja debido a las cualidades comunes y naturales que posee, en relación con un entorno social específico; según Goffman (2006), de esta manera al realizar de forma breve una revisión o análisis de una persona desconocida sin la necesidad de brindarle una atención especial, se podrá automáticamente categorizarlo y anticipar cómo será su actuar y qué atributos posee, es decir, situarlo dentro de su ámbito de acción social ya determinado en nuestro imaginario.

Una identidad construida por la información que se obtiene acerca de una persona basada a “sus características más o menos permanentes, contrapuestas a los sentimientos, estados de ánimo e intenciones que el individuo puede tener en un momento particular” (Goffman, 2006, p. 57-58). Información que es transmitida mediante signos y que es emitida por el

mismo individuo; que se refiere, “y ello ocurre a través de la expresión corporal, en presencia de aquellos que reciben la expresión” (Goffman, 2006, p. 58). Signo o símbolos que transmiten información a otras personas que “puede confirmarnos simplemente lo que otros signos nos dicen del individuo, completando la imagen que tenemos de él de manera redundante y segura” (Goffman, 2006, p. 58).

3.5 Matriz de análisis del discurso del programa televisivo “El Chavo del 8.

Año (1973). Temporada 2: Capítulo 14 - La noche de espantos: La Chilindrina le cuenta al Chavo una historia de terror y le da la famosa garrotera, después los dos deciden asustar a Quico, de broma en broma Don Ramon también se asusta al ver un espanto, pero en realidad era su hija con una máscara, al final Don Ramón les indica una foto de Doña Florinda, el Chavo la mira, se asusta y le da una vez más la garrotera.

Link: <https://www.vecindadch.com/videos/peliculas-de-espantos/>

Matriz de análisis 2

La noche de espantos

Tabla 2

Tema	Zona de anterioridad		Zona del evento		Zona de posterioridad	
	Causa	Instrumento	Agente	Paciente	Destinatario	Finalidad
Mirando una película de espanto	Estaba castigada la Chilindrina, su padre la regaña y les apagan la televisión	La Televisión	Don Ramón	El Chavo y la Chilindrina	Vecindad	Regañan a la Chilindrina y al Chavo y salen al patio
Historias de terror	Escuchar las historias de terror	La voz de la Chilindrina	La Chilindrina	El Chavo	Vecindad	El Chavo se asusta y le da la famosa garrotera
Asustar	Hacer una broma para asustar a Quico porque	Sábana	La Chilindrina El Chavo y	Quico Doña Florinda	Vecindad	Doña Florinda se asusta y se desmaya al ver al Chavo con un sábana y después Quico se asusta

	se encuentra solo en su casa		Don Ramón			al ver a Don Ramón con la misma sabana
La broma sale mejor de lo esperado	De forma inocente la broma de la Chilindrina hace asustar a todos	Máscara de lobo	La Chilindrina	Don Ramón	Vecindad	Don Ramón se desmaya del susto al ver pasar a su hija la Chilindrina con una máscara de lobo, pero no sabe que es ella.
Felicidad por las bromas ocasionadas	El Chavo y la Chilindrina, están recordando la broma que hicieron	Foto de Doña Florinda	Don Ramón	El Chavo y la Chilindrina	Vecindad	Don Ramón en son de broma le muestra la foto de Doña Florinda, pero solo el Chavo se asusta y le da de nuevo la Garrotera.

Año (1973). Temporada 2: Capítulo 27 - Don Ramón se va de la vecindad: Después de cumplir ya 15 meses de renta atrasada, el señor Barriga se cansa y decide echarlo de la vecindad.

Link: <https://archive.org/details/y-2mate.com-don-ramon-se-va-de-la-vecindad-el-album-de-fotografias-completo-360p>

Matriz de análisis 2

Don Ramón se va de la vecindad

Tabla 3

Tema	Zona de anterioridad		Zona del evento		Zona de posterioridad	
	Causa	Instrumento	Agente	Paciente	Destinatario	Finalidad
Empiezan a jugar con los baleros	Al comenzar a jugar para ver quién realiza más puntos con el balero el balero, Quico se desespera y el Chavo se enoja	Los baleros	El Chavo y Quico	Don Barriga	Vecindad	El Chavo, se enoja y arroja el balero de Quico y sin querer queriendo golpea con el juguete a Don Barriga en la cabeza

Empieza el cobro de la renta	Los arrendatarios de la vecindad deben cancelar cada mes el precio de la renta	La acción del dueño de la vecindad de ir a cobrar la renta de puerta en puerta	Don Barriga	Don Ramón	Vecindad	Don Barriga hecha a Don Ramón de la vecindad porque no tiene como pagar 15 meses de renta atrasada
Golpean al dueño de la vecindad	La Chilindrina esta triste y molesta porque tienen que dejar la vecindad con su padre	Un tronco de madera	La Chilindrina	Don Barriga	Vecindad	Entre llantos la Chilindrina golpea a Don Barriga en la cabeza, segundos más tarde recupera la conciencia y se va de la vecindad muy molesto
Empieza la mudanza	Tienen que empacar las cosas para dejar el departamento	Maletas Cajas Papeles	Don Ramón	La Chilindrina, El Chavo y Quico	Vecindad	La Chilindrina, El Chavo y Quico ayudan a empacar las cosas para la mudanza.
La mudanza casi termina	Falta pocas cosas por terminar de pagar	Platos Papeles	Don Ramón	El Chavo y Quico	Vecindad	Don Ramón de enoja con el Chavo porque rompe varios platos y se molesta con Quico porque saco la tapa del baño
Le perdona la renta	El dueño de la vecindad siente empatía con su	Álbum de fotografías	Don Barriga	Don Ramón	Vecindad	Don Barriga observa el álbum de fotos cuando Don Ramón era boxeador y le dice que ya no le debe nada de los meses porque en esa pelea el apostó y salió favorecido. Pero en realidad fue una mentira, para que Don Ramón pueda seguir en la vecindad.

Año (1975). Temporada 4: Capítulo 35 – Don Ramón en la escuela: Hay un nuevo estudiante en el salón de clases y resulta ser Don Ramón, pero al ser un adulto es sinónimo de burlas por los niños de la escuela; el Profesor Jirafales lo deja recibir clases y al final del día todos tienen una experiencia inolvidable.

Links: <https://www.dailymotion.com/video/x8a4kz3>

<https://www.bitchute.com/video/UrXaDJsd6tiu/>

Matriz de análisis 2

Don Ramón en la escuela

Tabla 4

Tema	Zona de anterioridad		Zona del evento		Zona de posterioridad	
	Causa	Instrumento	Agente	Paciente	Destinatario	Finalidad
Un nuevo alumno en el salón de clases	Don Ramón no decide asistir a la escuela	Clases de Aritmética	El Profesor Jirafales	Don Ramón	Escuela	El Profesor Jirafales felicita a Don Ramón por recibir clases pese a las burlas de los niños, porque nunca es tarde para aprender
Pelea dentro del salón de clases	Los niños empiezan a discutir e interrumpen la clase	Las interrupciones en la clase	Don Ramón y El Profesor Jirafales	La Chilindrina	Escuela	Don Ramón, regaña a su hija en el salón de clases y la castiga, pero interviene el Profesor Jirafales porque él es quién está a cargo y es la autoridad en el salón de clases
Empiezan las clases de Aritmética	Porque ya terminaron las interrupciones	Las preguntas del Profesor Jirafales	El Profesor Jirafales	Don Ramón La Chilindrina, Quico y el Chavo	Escuela	el Profesor Jirafales empieza hacer preguntas a los niños para que puedan responder preguntas básicas de aritmética
Burla por parte de los niños	El Chavo se empieza a burlar de la	Las quejas del Chavo por la edad de Don Ramón	El Chavo	Don Ramón	Escuela	Don Ramón enojado golpea al Chavo porque lo sigue molestando y también es regañado

	edad de Don Ramón					por el Profesor Jirafales porque el Chavo empieza hacer un berrinche
El profesor deja el salón de clases	El profesor tiene que ir atender un asunto	Las clases de Don Ramón	Don Ramón	Los niños de la clase	Escuela	Don Ramón se queda a cargo de la clase y como no es profesor su didáctica es muy deficiente, empieza a gritar y a reprobar a los niños del salón de clases, pero los mantienen atentos y asustados porque no para de gritar
El profesor regresa al salón de clases	El profesor entendió el asunto que debía atender	La actuación de Don Ramón en la clase	El Profesor Jirafales	Don Ramón	Escuela	El Profesor Jirafales felicita a Don Ramón por la atención que logro obtener de los niños de la y mantener el orden en el salón de clases
El profesor se rinde de dar clases	Sus alumnos no le prestan atención	Preguntas realizadas en clase	El Profesor Jirafales y Don Ramón	El Chavo	Escuela	El Profesor Jirafales da paso a Don Ramón para que le enseñe al Chavo y termina perdiendo la paciencia, entonces Don Ramón le pregunta cómo es posible que tenga tanta paciencia todos los días con los niños y el Profesor Jirafales le responde: "Tengo fe en los niños y si queremos construir un mundo mejor, aquí están los cimientos"

Año (1976). Temporada 5: Capítulo 38 - Un ratero en la vecindad: El Chavo es acusado de robar objetos y abandona la vecindad, pero sus oraciones hacen que se arrepienta el ladrón real.

Link: <https://vimeo.com/657339081>

Matriz de análisis 2

Un ratero en la vecindad

Tabla 5

Tema	Zona de anterioridad		Zona del evento		Zona de posterioridad	
	Causa	Instrumento	Agente	Paciente	Destinatario	Finalidad
Hurto de objetos	Suponen que los objetos desaparecen por arte de magia	Plancha Escopeta Ropa interior	Sr. Hurtado	Don Ramón Doña Clotilde Doña Florinda	Vecindad	Don Ramón, Doña Clotilde y Doña Florinda no logran conseguir sus pertenencias
Sacando conclusiones del porqué de los objetos perdidos	La desaparición de objetos similares de los arrendatarios en la vecindad	Barril	Quico Don Ramón Doña Clotilde Doña Florinda y la Chilindrina	El Chavo	Vecindad	Quico, Don Ramón, Doña Clotilde, Doña Florinda y la Chilindrina dieron por sentado que el Chavo era el ladrón de la vecindad y lo empezaron a llamar ratero.
Acusación falsa	Objetos desaparecidos fueron encontrados en barril del Chavo	Plancha	Don Ramón, Doña Clotilde Doña Florinda	El Chavo	Vecindad	El Chavo por las acusaciones de sus vecinos, tristemente abandona la vecindad
Una conciencia tranquila	El Chavo regresa a la vecindad al estar	Ir a la iglesia Conversar con el padre	El Chavo	Sr. Hurtado	Vecindad	El Sr. Hurtado al escuchar que el Chavo había rezado para que se arrepienta el regresa

	tranquilo de que el no robo nada					todos los objetos robados
Arrepentimiento del hurtador de los objetos	Rezos del Chavo para que se conmueva el corazón del verdadero ladrón	Conversación Rezos	El Chavo	Sr. Hurtado	Vecindad	Los objetos desaparecidos reaparecen, regresa el Chavo a la vecindad y el Sr. Hurtado le regala una torta de jamón al Chavo en son de disculpa y arrepentimiento

Año (1978). Temporada 5: Capítulo 21 - El concurso de Miss Universo: Don Ramón quiere ver el concurso de Miss Universo pero su televisión esta dañada, así que decide cuidar a Quico para poder disfrutar del concurso, pero la Chilindrina, Doña Florinda y Doña Clotilde deciden hacer lo que está a su alcance para llamar la atención de los hombres.

Link: https://www.vecindadch.com/videos/concurso-miss-universo/?fbclid=IwAR2UYab5EzbPMBRVihANqUriApvDbtwhBxZttMgxYIDbeBwr_CIBLc-B12o

Matriz de análisis 2

El concurso de Miss Universo

Tabla 6

Tema	Zona de anterioridad		Zona del evento		Zona de posterioridad	
	Causa	Instrumento	Agente	Paciente	Destinatario	Finalidad
Juego de beisbol	No dejan le dejan jugar a la Chilindrina	Bate Pelota de beisbol	La Chilindrina	El Chavo y Quico	Vecindad	El Chavo y Quico no le dejan jugar a la Chilindrina porque le dicen no es un juego para mujeres, entonces ella les da un pequeño discurso sobre la liberación de la mujer

Empiezan el juego de beisbol	Durante el juego empiezan a pelear el Chavo y el Quico	Bate	El Chavo y Quico	Don Ramón y Doña Florinda	Vecindad	Doña Florinda cachetea a Don Ramón y el sin querer la golpea con el bate, entonces su hija la Chilindrina se pone de lado de Doña Florinda por la liberación femenina
El concurso de Miss Universo transmitido en la televisión	El Chavo, Quico, Don Ramón y el Profesor Jirafales empiezan a ver el programa de Miss Universo muy concentrados	Televisión Concurso de Miss Universo	El Chavo, Quico, Don Ramón y el Profesor Jirafales	Doña Clotilde, Doña Florinda y la Chilindrina	Vecindad	Doña Florinda al momento que el Profesor Jirafales llega a su casa, accede para que todos puedan ver el concurso de Miss Universo
Las mujeres están indignadas	Porque todos los hombres están muy concentrados viendo el concurso y no les prestan atención	Televisión Concurso de Miss Universo	El Chavo, Quico, Don Ramón y el Profesor Jirafales	Doña Clotilde, Doña Florinda y la Chilindrina	Vecindad	Doña Clotilde, Doña Florinda y la Chilindrina se sienten indignas por la falta de atención y buscan recuperarla

3.6 Matriz de análisis del lenguaje de los discursos para el levantamiento de campos léxicos en el programa “El Chavo del 8”.

Matriz de análisis 3 *La noche de espantos*

Tabla 7

Dominio	Campo semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Estéticas	fea (3), flaca, maloliente (3), limpio (4), sucio
	Intelectuales	bruto (2), menso (2)
Emociones	Miedo	miedoso (2), susto, encantada (2),
	Enojo	molesto (3), harto, ira, incomodidad

	Susto	Desmayos (5), llorar (2), triste (3), gritos (8), garrotera (10)
Social	Clase	chusma (2)
	Castigo	bofetada (2), golpe (2)
	Comportamiento	Gracioso (5), metiche (2), irónico (3)

Matriz de análisis 3

Don Ramón se va de la vecindad

Tabla 8

Dominio	Campo semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Estéticas	Flaco, gordo (3), panzón (2)
	Intelectuales	tonto (2), torpe (2), descuidado
Emociones	Tristeza	miedoso (2), asustado (3), temeroso (2), duda (2), triste
	Enojo	molesto (3), harto
	Alegría	llorar (5), triste (3), extrañar, nostalgia, impotencia
Social	Clase	chusma (4), pobre (2)
	Propiedad	departamento (8), mandar (2)
	Castigo	bofetada (3), mandar (3), vecindad (3), golpe (4)
	Comportamiento	Empatía (4), ayuda, solidaridad

Matriz de análisis 3

Don Ramón en la escuela

Tabla 9

Dominio	Campo semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Estéticas	Anciano (3), podrido, hombre maduro, viejo
	Intelectuales	Profesor (14), respeto (5), concentración (2), estudio, brillante, correcto, fe, niños, cimientos
Emociones	Felicidad	Emoción (4), ilusión (2), risas (6), suspiros (4), coqueteo, aplausos, admiración
	Descontento	Enojo (4), molestia (5), coraje (2), desesperación (8), vergüenza, berrinche,
	Tristeza	Llanto (2), dolor (5)
Social	Clase	Chusma (4)
	Castigo	Gritos (25), golpes (2), ida (2), rincón (2), pegar (2)

	Educación	Clase (9), Aritmética (5), reprobado (4), distracción (6)
--	-----------	---

Matriz de análisis 3

Un ratero en la vecindad

Tabla 10

Dominio	Campo semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Estéticas	fea (3), flaca, maloliente (3), limpio (4), sucio
	Intelectuales	bruto (2), menso (2)
Emociones	Miedo	miedoso (2), feliz, encantada (2), bonito (2)
	Enojo	molesto (3), harto
	Susto	llorar (5), triste (3), extrañar
Social	Clase	chusma (9), categoría
	Propiedad	ratero (30), robo (5)
	Castigo	bofetada (3), matar (2), disparar, golpe (2)
	Comportamiento	metiche, mediocre, borracho
Religioso	Religión (catolicismo)	Jesús, rezar (4), padrecito, iglesia (2), conciencia (6)

Matriz de análisis 3

El concurso de Miss Universo

Tabla 11

Dominio	Campo semántico	Léxico asociado
Valoraciones	Estéticas	Belleza (5), bonita, juvenil
	Intelectuales	Liberación (5), femenina (5), burro, menso (3)
Emociones	Felicidad	Emoción (4), gusto (8), risa (8), concentración (2), coqueteo (3), interés (2)
	Descontento	Enojo (8), molestia (5), coraje (2), desespero (2)
	Tristeza	Llanto (3)
Social	Clase	Chusma (2)
	Castigo	Golpe (3), nalgadas (2), levanta (1), mano (1), pegar (5)
	Diversión	jugar (5)
	Alimento	galletas (4), tacita (3), café (3), pastel (1)

3.7 El discurso televisivo

Al hablar de discursos narrativos en televisión se deberá poner atención no solo en lo que literalmente dice el producto televisivo, si no en analizar los efectos que logra conseguir en los espectadores, como es su organización y como se produce; según Rosa Pinto (1995), es porque en el discurso narrativo se encuentra drama e información en televisión que representan un rasgo distintivo de los productos audiovisuales.

De este modo los discursos narrativos ofrecen forma a los acontecimientos que maneja la estética de televisión y se debe tener presente otras herramientas lingüísticas que son utilizadas para persuadir, comunicar y convencer a un público o audiencia como, “la explotación de la ambigüedad de la evidencia visual, la combinación de imagen y texto lingüístico, la supresión de la existencia o del efecto de la cámara, del equipo y del informador, la puesta en escena, el montaje de películas, videos y sonido, los marcos interpretativos y los códigos visuales” (Pinto, 1995, p. 69).

Así mismo, la televisión es un medio de comunicación en masas, por ende, formula y transmite información de manera sincrónica de imágenes y sonidos para una recepción simultánea para Roman Gubern (1987), que logra integrar en una interactividad entre el receptor y emisor, perpetuando sus roles comunicativos, porque la televisión es el canal técnico proveedor de información y entretenimiento en los hogares; y su “programación televisiva comprende de tres macrogéneros, que se corresponden a las categorías de información, entretenimiento y educación” (Gubern, 1987, p. 55). De esta manera se perciben los contenidos televisivos por medio de una pantalla y se integran unánimemente las características previamente mencionadas.

En este sentido, por Gubern (1987), estas transmisiones son de carácter gratuito para el público televisivo; como productor de audiencia, carácter familiar, el televisor como papel central en la organización de la vida familiar, fomento del sedentarismo y de poder de adicción para los espectadores, de esta forma, la programación televisiva abarca una amplia gama de géneros narrativos, que incluyen debates, programas de entrevistas, noticias, concursos, reality shows, programas educativos, de entretenimiento, entre otros.

Por otro lado, los espectadores acostumbran a reunirse en pequeños grupos para observar televisión, se hacen compañía física pero se encuentran débilmente comunicados debido a que su atención se halla en los contenidos que observan en el televisor; pero en el mejor de los casos se ocasionan conversaciones despersonalizadas es decir, los temas de conversación son estimulados de forma artificial por el mensaje que los discursos emiten, los cuáles son transmitidos a través de un aparato, de esta forma es “una conversación mediada y no directa o espontánea, sobre sus asuntos personales, Es más bien, por lo tanto, un simulacro de comunicación” (Gubern,1987, p.73).

CONCLUSIONES

Mediante lo cinco capítulos analizados del programa televisivo “El Chavo del 8” en la presente investigación, se llega a concluir que en los discursos narrativos empleados a través del melodrama los espectadores generan emociones y sentimientos debido a la trama que se maneja en cada episodio, así mismo se puede evidenciar los estigmas sociales que representa cada uno de los personajes en el programa.

Por otro lado, los discursos televisivos que se analizaron en los capítulos ya mencionados son el resultado de generar gran repercusión en el imaginario social colectivo de los espectadores, esto se debe a la lógica que la industria del espectáculo maneja para categorizar a los sujetos por cómo se perciben socialmente ante los demás.

En la presente investigación se aplicó una metodología cualitativa en la cual se construyeron matrices de estudio para analizar las características y cualidades de cada personaje, como resultado de ello, se determinó de manera intrínseca la existencia de estigmas sociales en la narración de dicha producción.

Finalmente, se observó que la gran repercusión del programa se debe a que en sus narrativas manejan un estilo cómico y satírico, que como resultado se obtiene una “normalización” de maltrato físicos y psicológicos hacia los niños de la vecindad, evidenciados en cada capítulo, pero estas narrativas jocosas que son percibidas desde el entretenimiento, lo que producen en los espectadores observarlos de manera inofensiva y graciosa.

BIBLIOGRAFIA

1. Abruzzese, A. Miconi, A. (2002). Zapping. Sociología de la experiencia televisiva. Madrid: Cátedra.
2. Aguasaco, C. (2021). El Chavo del 8: comedia social y su línea de tiempo flotante. *CUNY City College*. Nueva York: Universidad de Nueva York. 3-5.
https://academicworks.cuny.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1900&context=cc_pubs
3. Ávila, M. (2011). Sin querer queriendo La Cultura de la indefensión y del Simulacro en el Chavo Animado: Interpretación del dibujo animado a través de su análisis formal y humorístico. [Tesis de maestría, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco].
<https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/bitstream/123456789/391/1/127659.pdf>
4. Bajtin, M. (2003). La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento. Madrid: Alianza.
5. Balderrama, L. (2008). El esquema actancial explicado. *Punto Cero*. Bolivia: Universidad Católica. No. 16. 79-91. <https://www.redalyc.org/pdf/4218/421839608011.pdf>
6. Boto, M. (2017). Humor y posmodernidad: el humorismo en la narrativa de Eduardo. [Tesis Doctoral, Universidad Nacional de Educación a Distancia].
http://espacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:FilologiaMaboto/BOTO BRAVO MiguelAngel_Tesis.pdf
7. Bourdieu, P. (2000). El poder simbólico. Bilbao: Editorial Deaxlée de Brouwer.
8. Brito, X. (2020). Amores, lágrimas y pasiones en la industria cultural latinoamericana. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
9. Brito, X. Capito, P. (2017). El reality show, entre el entretenimiento y el espectáculo: Discursos mediáticos contemporáneos. *Antropología Experimental*, (17).
<https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/view/3122/2834>
10. Burke, K. (1969). A grammar of motives. Berkeley: University of California Press.
11. Buxó, M. Jesús y De Miguel, Jesús M. (1999). De la investigación audiovisual. Barcelona: Proyecto A.

12. Castañares, W. (1995). Géneros realistas en televisión. Los reality shows. *En Cuadernos de Información y Comunicación*, Madrid: Universidad Complutense. No. 1. 79-91.
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5196/4058>
13. Cassetti, F. (1994). Teoría del cine. Madrid: Cátedra.
14. Castells, M. (1999). La era de la información. La Sociedad en red. Vol. 1. Madrid: Siglo XXI.
15. Cuche, D. (2000). Génesis social de la palabra y de la idea de cultura, en La noción de cultura en las ciencias sociales. Buenos Aires: Nueva visión.
16. Debord, G. (2008). La sociedad del espectáculo. Valencia: Pre-textos.
17. Filo.news. (24 de noviembre de 2020). ¿Qué pasó con el Chavo del 8? La historia de Roberto Gómez Bolaños, el hombre detrás de Chespirito. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=cw_ugxw2L24
18. Friedrich, D. Colmenares, E. (2020). Resonancias del El Chavo del 8 en la niñez, educación y sociedad latinoamericana. Buenos Aires: CLACSO.
19. García Canclini, N. (1995). Consumidores y ciudadanos. México: Grijalbo.
20. García Canclini, N. (1990). Culturas Híbridas estrategias para entrar y salir de la modernidad. Editorial Grijalbo. México.
21. Genette, G. (1983). Narrative discourse: *An essay in method*. (Vol. 3). Cornell University Press. <https://periodicos.unb.br/index.php/raled/article/view/37726/29432>
22. Goffman, E. (2006). Estigma: La identidad deteriorada. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
23. Gómez Bolaños, R. (Director). (1971). El Chavo del 8. Televisa.
24. González Hernández, D. (2019). El Chavo del Ocho: la dinámica de la vecindad en la comedia de situación televisiva. *Comunicación y Sociedad*, (16).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188252X2019000100414&script=sci_arttext#B28
25. Guillén, A. (2023). El discurso informativo sobre la inmigración venezolana en Ecuador en el diario El Universo. [Tesis de Pregrado, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/38098/1/BJCS-CS-706.pdf>
26. Gubern, R. (1987). El simio informatizado. Madrid: Fundesco.

27. Hill, A. (2013). *Storytelling in the Media Convergence Age: Exploring Screen Narratives*. Springer.
28. Horkheimer, M. Adorno, Theodor W. (1998.). *Dialéctica del Iluminismo*. Madrid: Editorial Trotta.
29. Imbert, G. (2003). *El zoo visual*. Barcelona: Anagrama.
30. Jenkins, H. (2008). *Cultura de la convergencia: La colisión de los medios de comunicación tradicionales y los nuevos medios*. Barcelona: Paidós.
31. Lipovetsky, G. Serroy, J. (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*, Barcelona: Anagrama.
32. Machado, A. (2009). *El sujeto de la pantalla: La aventura del espectador, del deseo a la acción*. Barcelona: Gedisa.
33. Martín, M. (2003). "Diásporas de sentido en tomo a la cultura mediática". En: Saincout, Florencia (ed): *Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico*. La Plata: Ediciones de periodismo y comunicación.
34. Martel, F. (2012). *Cultura Mainstream*. Madrid: Punto de Lectura.
35. Martín-Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
36. Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
37. Masterman, L. (1996). *Mitologías televisivas: estrellas, espectáculos y signos*. Ediciones Paidós.
38. Mendoza G. [Tesis doctoral, UNED. Universidad Nacional de Educación a Distancia]. <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Filologia-Maboto/BOTO BRAVO MiguelAngel Tesis.pdf>
39. Monsiváis, C. (2017). *Reflexiones acerca del cine mexicano*. Ciudad de México: Editorial XYZ.
40. Monsiváis, C. (2000). *Lo entretenido y lo aburrido: La televisión y las tablas de la ley*. Barcelona: Anagrama.
41. Ordóñez, L. (2005). *La realidad simulada. Una crítica del reality show. Análisis político*, 49-62. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-47052005000200004&script=sci_abstract&tlng=es

42. Palacios Cortés, L. (2019). Representaciones sociales de familia reflejadas en el discurso del programa humorístico de televisión “El Chavo del Ocho” (Doctoral dissertation, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia). https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/8567/Representaciones_sociales_de_familia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
43. Pinto. R. (1995). El discurso narrativo en televisión. *Cuadernos de información y comunicación*. Núm. 1 Pág. 69-78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=899024>
44. Pinteres. El Chavo. [Fotografía del Chavo del 8 en la vecindad]. Recuperado de Pinterest: <https://www.pinterest.es/pin/639229740873883544/>
45. Pinteres. Don Ramón. [Fotografía de Don Ramón enojado]. Recuperado de Pinterest: <https://www.pinterest.es/pin/607563805993274862/>
46. Pinteres. Quico. [Fotografía de Quico con su clásica pelota para jugar]. Recuperado de Pinterest: <https://www.pinterest.es/pin/9710955436996018/>
47. Pinteres. Doña Florinda. [Fotografía de Doña Florinda realizando una mueca]. Recuperado de Pinterest: <https://www.pinterest.es/pin/3377768464760101/>
48. Pinteres. La Chilindrina. [Fotografía la Chilindrina con un vestido verde riéndose]. Recuperado de Pinterest: <https://www.pinterest.es/pin/705376360400015305/>
49. Pinteres. El Profesor Jirafales. [Fotografía del Profesor Jirafales con un ramo de flores y un sombrero que hace juego con su distintivo terno]. Recuperado de Pinterest: <https://www.pinterest.es/pin/107242034865760086/>
50. Pinteres. Doña Clotilde. [Fotografía de Doña Clotilde con un vestido azul y un sombrero]. Recuperado de Pinterest: <https://www.pinterest.es/pin/531635931012002904/>
51. Pinteres. Don Barriga. [Fotografía de Don Barriga realizando un gesto con su mano para cobrar la renta]. Recuperado de Pinterest: <https://www.pinterest.es/pin/128774870588443266/>
52. Rancièrè, J. (2004). El espectador emancipado. Barcelona: Amorrortu Editores.
53. Rauber, R. (1960). Ficción y religión: a propósito de la obra de Flannery O’Connor.
54. Rincón, O. (2006). En Narrativas mediáticas. Barcelona: Gedisa.
55. Rincón, O. Estrella, M. (2000). Televisión: pantalla e identidad Quito: FES.

56. Rodríguez, S. (2014). Influencia de la Serie Cómica Televisiva “El Chavo Del Ocho” en el Comportamiento Social de las niñas de primer año de Educación Básica del Jardín de Infantes “El Despertar” de la Ciudad de Ambato. [Tesis de Pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6967/1/FCHE-CEP-546.pdf>
57. Rojas, E. (2012). El hombre Light. Buenos Aires: Editorial Planeta.
58. Rojas, R. (2022). Programa “El Chavo del 8”: Breve análisis sociológico. México: Editorial Plaza y Valdés.
59. Santiago, L. (2008). “Fue sin querer queriendo”: El estigma en El Chavo del Ocho. [Tesis de Pregrado, Universidad Central de Venezuela]. <http://saber.ucv.ve/bitstream/10872/1798/1/Tesis.pdf>
60. Silva, A. (2008). Los imaginarios que habitan. Quito: OLACHI.
61. Simpson, P. (2003): On the Discourse of Satire. Amsterdam; John Benjamins.
62. Soriano, R. (2021). Programa “El Chavo del 8”: Breve análisis sociológico. Repercusiones de mi crítica en medios mexicanos y extranjeros.
63. Tylor, E. B. (1871). Primitive Culture: Research into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom. John Murray.
64. Van Dijk, T. A. (2019). Racismo y discurso en América Latina. Editorial Gedisa.
65. Vargas Llosa, M. (2012). La civilización del espectáculo. Bogotá: Alfaguara.
66. Vilches, L. (2007). Cultura mediática: Estudios sobre el espacio público en la era de la comunicación. Barcelona: Gedisa.
67. Vilches, L. (2001). Televisión y modernidad: Reflexiones sobre la era de la digitalización. Barcelona: Editorial Gedisa.
68. Vilches, L. (1995). La televerdad. Nuevas estrategias de mediación. Telos. 55-67.
69. Wanschelbaum, C. (05 julio 2017). El diario del Chavo del Ocho. Educación de jóvenes y adultos en América Latina. *Revista Interamericana de Educación de Adultos*, (39), pp. 160-166. <https://www.redalyc.org/journal/4575/457555939010/html/>