

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE
HUAMANGA**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN**



**“IRONÍA EN EL PROGRAMA HUMORÍSTICO “EL CARTEL
DEL HUMOR” EMITIDO POR EL CANAL TELEVISIVO ATV –
2014”**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación**

RESPONSABLE: BACH. MARICRIS JELITZ ASTO QUICHCA.

ASESOR: MG. BORIS ENRIQUE PEÑA MORALES.

AYACUCHO – PERÚ

2016

A mis padres por su amor y todo el apoyo brindado durante toda mi formación académica, profesional y sobre todo en la culminación de la tesis, que significó un reto más cumplido como profesional.

Agradezco a la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, en especial a la Escuela de Formación Profesional de Ciencias de la Comunicación, en cuyas aulas me acogió y formó como profesional.

A mi asesor el Mg. Boris Enrique Peña Morales por impartir sus conocimientos, por los diferentes materiales bibliográficos facilitados y por el aliento en la culminación de la tesis.

Asimismo a mis familiares por el apoyo moral brindado durante el proceso de elaboración de la investigación.

Y finalmente a Dios por darme la fortaleza para permitirme obtener un logro más en la vida.

ÍNDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.1. Descripción del problema.....	11
1.2. Justificación y relevancia de la investigación.....	13
1.3. Formulación del problema.....	13
1.4. Objetivos de investigación.....	13
1.5. Hipótesis y Variables.....	14

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	15
2.1. Antecedentes.....	16
2.2. Teoría y enfoques.....	18
2.2.1. Ironía	18
2.2.2. Teoría Semiológico.....	24
2.2.3. Proceso de la Televisión.....	27
2.2.4. Televisión en el Perú.....	27
2.3. Sistema de conceptos.....	30
2.3.1. Hipocresía.....	30
2.3.2. Decepción.....	31

2.3.3. Elogio.....	31
2.3.4. Ofensa.....	31
2.3.5. Comparación.....	31

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
3.1. Tipo de Investigación.....	33
3.2. Diseño de Investigación	33
3.3. Enfoque de Investigación.....	33
3.4. Métodos para la Investigación.....	34
3.5. Población.....	34
3.6. Muestra.....	34
3.6.1. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	34

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
4.1. Análisis e interpretación de datos.....	34
Conclusiones.....	57
Bibliografía.....	58
Anexos.....	61
Nº 01 Matriz de consistencia.....	62

Nº 02 Guía de análisis de contenido.....63

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo estudiar las manifestaciones de ironía en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por el canal televisivo ATV – 2014. Según el tipo de investigación del estudio por su naturaleza fue básica y por su nivel fue descriptivo y se utilizó el método semiológico y hermenéutico. Se tomó como muestra de estudio ocho segmentos del mencionado programa transmitidos durante el 2014, habiéndose analizado dos emisiones por cada segmento los cuales fueron: “Dr. Tuteve”, “La Escuelita de Marco Aurelio”, “La Previa del Cartel del Humor” y “Los Humala”, para lo cual se recurrió al análisis de contenido como técnica de investigación. Así mismo con la investigación se determinó que la ironía se manifiesta, a través de dos elementos que son: la hipocresía y la decepción.

Palabras Claves: Ironía, hipocresía, decepción, ofensa, elogio y comparación.

ABSTRACT

The research aimed to study the manifestations of irony in the comedy program "El Cartel del Humor " issued by the television channel ATV - 2014. Depending on the type of research study was basic nature and its level was descriptive and used semiological and hermeneutical method. It was sampled study eight segments of this program transmitted during 2014 , having analyzed two issues per segment which were : " Dr. Tuteve " , " The Little School of Marcus Aurelius " , " The Cartel After Humor "and" Humala " , for which the content analysis was used as an investigative technique . Likewise with the investigation it was determined that the irony is manifested through two elements they are: the hypocrisy and deception.

Keywords : Irony, hypocrisy , disappointment , offense, praise and comparison.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los programas de humor han tomado representatividad en los medios de comunicación, ya que se les puede encontrar en la radio, pero sobre todo en la televisión, pues se ha constituido en un atrayente recurso a los que apelan gran cantidad de programas televisivos de señal abierta, los cuales incorporan dentro su emisión una serie de sketches cómicos en el que se encuentra inmerso la ironía.

Uno de estos programas humorísticos fue el “Cartel del Humor”, programa que era emitido por el canal televisivo ATV y creado por el comediante Carlos Álvarez Loayza, cuya emisión fue desde el 2012 hasta el 17 de agosto del 2014, todos los domingos de 08:00 pm a 10:00 pm, en el que se presentaban parodias de políticos, deportistas, personajes de la farándula, sucesos nacionales e internacionales, entre ellos figuraban segmentos como: “Cenando con Cristina”, “El diván de Marco Aurelio”, “La escuelita de Marco Aurelio”, “DR. Tuteve”, “La Previa del Cartel del Humor”, “Los Humala”, entre otros.

Es así que surge la motivación del estudio de la ironía en el mencionado programa, ya que es un elemento dominante, el cual da entender lo contrario de lo que se dice, llegando a generar en el público televidente una imagen positiva o negativa de los personajes que se imitan, ya sea creando simpatía o antipatía, además es un elemento conciliador o acusador y es que hace caer en cuenta de los actos erróneos de algunos dirigentes políticos y de hechos que afectan a la ciudadanía. Y es por ello el interés de la investigación de las manifestaciones de la ironía en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por el canal televisivo ATV – 2014.

El marco teórico de la investigación se fundamentó con el enfoque crítico bajo la postura de Vladimir Jankélévitch y la teoría semiológica de Roland Barthes fue la teoría que la sustentó.

Así mismo se planteó el problema de investigación: ¿cómo se manifiesta la ironía en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por el canal televisivo ATV – 2014?, siendo la hipótesis central: la ironía en el programa humorístico “El Cartel del Humor” se manifiesta, a través de la hipocresía y la decepción.

La investigación se distribuyó de la siguiente manera:

En el capítulo I presentamos el Planteamiento del Problema de Investigación, la descripción, justificación y formulación, seguido del objetivo general y los objetivos específicos, la hipótesis general y las hipótesis específicas y finalmente la identificación de la variable e indicadores.

El en Capítulo II se aborda la revisión de la literatura en el que se presentan los antecedentes internacionales, nacionales y locales, así como el corpus teórico que sustenta la investigación.

El en capítulo III desarrollamos la Metodología de la Investigación en el que se da a conocer el tipo, diseño, enfoque, métodos, población, muestra y técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Y finalmente en el capítulo IV se demuestra los resultados alcanzados de la investigación y la interpretación elaborada. Asimismo se presentan las conclusiones y la bibliografía que nos permitió desarrollar el estudio.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del Problema

El objeto de estudio de la tesis es estudiar las manifestaciones de ironía en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por el canal televisivo ATV – 2014.

Para la Real Academia Española de la Lengua (2001), la ironía es una figura retórica que consiste en dar a entender lo contrario a lo que se dice, definición que lo refuerza Marchese y Forradellas (2000), quienes afirman que la ironía:

Consiste en decir algo de tal manera que se entienda o se continúe de forma distinta a las que las palabras primeras parecen indicar el lector, por lo tanto, debe de efectuar una manipulación semántica que le permita descifrar correctamente el mensaje, ayudado bien por el contexto, bien por una peculiar entonación del discurso. La ironía presupone siempre en el destinatario la capacidad de comprender la desviación entre el nivel superficial y el nivel profundo de un enunciado.

Así se puede entender que la ironía consiste en la expresión de una idea, mediante la contradicción, asimismo la ironía implica un proceso de negación, por cuanto el receptor debe reconocer en ésta lo contrario a lo que se está diciendo; así como Wayne Booth (1989) lo plantea como una “figura negativa, pues el primer paso para interpretarla es un “no” sonoro y un retroceso para descubrir alguna forma posible de dar sentido al absurdo que se acaba de rechazar”.

En el artículo de Linda Hutcheon, “Ironía, Sátira, Parodia. Una Aproximación pragmática a la Ironía” se afirma que la ironía tiene una doble función: la función semántica y pragmática donde:

La función pragmática de la ironía consiste en un señalamiento evaluativo, casi siempre peyorativo. La burla irónica se presenta generalmente bajo la forma de expresiones elogiosas que implican, al contrario, un juicio negativo. En el plano semántico, una forma laudatoria manifiesta sirve para disimular una censura burlona, una reprobación latente.

Por otra parte la persona que expresa la ironía es negativamente libre, puesto que manifiesta lo contrario de lo que piensa, por lo tanto es libre con respecto a los demás y de sí mismo, pues sus palabras y pensamientos no lo sujetan a la verdad y cuenta con la posibilidad de ocultar, de mentir, de confundir; además la negatividad surge porque niega lo que literalmente escribe o dice, puede decir seriamente algo que no es pensado como serio y en broma una situación muy seria.

Es así que en el programa humorístico “El Cartel del Humor” se observa cómo, a través de las imitaciones, representaciones, chistes, entre otros, se presenta la ironía la cual está inmersa dentro de la hipocresía y la decepción.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Pérez, (2009) realizó el artículo: *La Crítica desde la Ironía en la TV. Una aproximación semiótica al programa Peter Capusotto y sus videos*, desarrollado en el Laboratorio de Estudios en Comunicación, Política y Sociedad, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de la Plata de Argentina. El objetivo del artículo en mención fue analizar la crítica social que se presenta en el programa de televisión humorístico “Peter Capusotto y sus videos”, cuya conclusión fue la siguiente:

La ironía puesta en escena y utilizada en las representaciones de sus personajes tales como: Petter Capusotto (presentador del programa), Micky Vainilla (cantante de Pop) y Emo (en la vida de un Emo) constituye un vehículo de crítica social a la

sociedad argentina, sociedad impregnada de banalidad, de falta compromiso, que genera estigmatización, señalamiento y hasta racismo.

Idágarra, (2014), en su tesis: *La Ironía en la Imagen: Otto Dix y David LaChapelle*, en la Universidad Nacional Sede Medellín en Colombia; para optar el grado de magister en Estética con Énfasis en Estudios Visuales. El objetivo de la investigación fue un análisis estético sobre la figura de la ironía desde sus manifestaciones visuales basándose el estudio en la pintura y la fotografía, a través de las obras de Otto Dix, pintor, y David LaChapelle, fotógrafo en los periodos de la Modernidad y Posmodernidad.

La principal conclusión de la investigación fue definir a la ironía como un movimiento epistemológico y ético que se realiza en un espacio estético y utiliza los instrumentos estéticos de simulación y síntesis metafórica, además de ser una categoría estética que en razón de su objeto adquiere valor ético – epistemológico.

Saavedra, (2012), en su tesis: *Ironía y Actos de Habla. Análisis Pragmático de la Ironía Verbal como Recurso Humorístico en un Corpus de historietas en Lengua Española*, en la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Chile para optar el grado de magister en Lingüística con Mención en Lengua Española. El objetivo principal de la investigación consistió en describir las funciones discursivo-pragmáticas de la ironía como recurso humorístico en las tiras cómicas de lengua española.

El resultado principal concluyó que en el uso de la ironía en las tiras cómicas predomina la función humorística, sin una doble lectura, y la función crítica,

funciones que se concretan en actos de habla mayormente asertivos, directivos y expresivos.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Guinocchio, (2010), realizó la investigación: *El discurso irónico en el programa radial juvenil limeño Caídos del Catre*, en la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos – Perú, para optar el grado de Magíster en Lingüística.

Los resultados de la tesis demostraron que en el programa Caídos del Catre el uso de la ironía dinamiza la interacción entre el radioescucha y el locutor radial, puesto que este recurso pragmático genera un contexto empático en el que la complicidad es necesaria.

2.1.3. Antecedentes Locales

En cuanto a los antecedentes locales no se pudo encontrar investigaciones similares al problema de estudio.

2.2. Teoría y Enfoques

2.2.1. Ironía

Para orientar la comprensión del tema de la ironía se realizó el análisis desde el enfoque crítico, para ello examinamos la obra “La Ironía” del destacado filósofo, ensayista y musicólogo, Vladimir Jankélévitch.

Vladimir Jankélévitch (1936, p. 11) postula que:

La ironía se confunde con el conocimiento y que, como el arte, es hija del ocio. Sin duda la ironía es demasiado moral para ser artista y demasiado cruel para ser verdaderamente cómica. No obstante, tienen un rasgo en común: en el arte, lo cómico y la ironía son posibles allí donde la urgencia vital se atenúa.

Además para Janckélévich (1936, p. 14) “la ironía es la conciencia de la revelación, a través de la cual en un momento fugas lo absoluto se realiza y al mismo tiempo se destruye”.

De este modo la ironía opera en un principio temporal y se constituye como un poco salvaje, exaltada, ambiciosa y aniquiladora, pues ya no sirve para conocer, percibir ni para descubrir lo esencial detrás de las palabras bonitas, sino para sobrevalorar el mundo y despreciar las distinciones concretas.

Así también la ironía introduce en nuestro saber la perspectiva, ya que el ironizar, es ausentarse, dado que la conciencia involucrada en la ironía transforma la presencia en ausencia, pues es poder hacer otra cosa, estar en otra parte, en otro momento y junto con la posibilidad de echarse atrás concede la de estar disponible; es decir la mente se retira, toma distancia, se despegas de la vida, se aleja del peligro, no adhiere más a las cosas empujándolas así el horizonte de su campo intelectual.

La ironía desempeña un papel capital en nuestras relaciones con el universo, ya que para ridiculizar la mezquindad de las conversaciones este simula el énfasis y la solemnidad bufonesca se burla del sufrimiento ajeno y disminuye la falsa sublimidad, las exageraciones ridículas y las pesadillas de las vanas mitologías.

Por otro lado la ironía es calificada como un elemento moderador que con cierta frivolidad compensa el triple “frenesi” de la lógica, la memoria y el sueño, de este modo la ironía nos inmuniza contra la decepción, lucha con la inercia de los sentimientos que se fijan y se convierte en manía.

Además la mayoría de veces la ironía no nos exige entusiasmo; sino resignación, paciencia y simple sentido del humor; explicando así su relación con el humor.

De acuerdo a este enfoque crítico de Vladimir Jankélévich consideramos que la ironía es un fenómeno complejo y ambiguo puesto que por una parte pretende crear una aproximación a la realidad y por otro esto mismo puede sucumbir a su propio relativismo y quedar reducida a un mero juego de ingenio y para llegar a percibir aquella ironía que puede encontrarse explícita e implícita uno tiene que recurrir a la resignación, paciencia y sentido del humor.

Existen varios niveles en la ironía como sistemas de signos en la vida intelectual como: la pantomima irónica que se expresa mediante gestos; la ironía plástica que dibuja caricaturas y la ironía del lenguaje, escrito u oral, el cual es el más maleable de todas las ironías y está presente en todas las situaciones, con ello podemos decir que la ironía está en el mismo nivel que el pensamiento expresado y expresable y que supone un interlocutor real o virtual del que se esconde a medias. Jankélévitch (1936).

Por otro lado también existen teorías que tienen como objetivo explicar el proceso de comprensión de la ironía, a través de otras miradas tales como la teoría pragmática estándar, la teoría de la mención ecoica, teoría de recordatorio ecoico, teoría basada en la noción del fingimiento. Anónimo (2007).

La teoría pragmática estándar plantea que en la ironía es importante diferenciar entre lo que el hablante expresa lingüísticamente y lo que quiere o intenta comunicar; es decir, entre el significado literal y no literal en los comentarios. Anónimo (2007, parr. 7)

Constituyendo así para esta teoría la principal clave para el reconocimiento de un enunciado como irónico el descubrimiento por el oyente de que su significado literal es opuesto al estado de los hechos mencionados.

Por ello según esta teoría el oyente debe descodificar primero el significado literal del comentario; si este no resulta acorde con el contexto, se derivará otro significado que satisfaga la intención del hablante.

La teoría de la mención ecoica sugiere que en la ironía los hablantes pueden mencionar hechos, comentarios, opiniones respectivas o normas previamente conocidas, con el objetivo no solo de dar cuenta expresamente de ellos; sino también cuanto informal de las actitudes que como hablantes, sostiene sobre ellos. Por lo tanto el significado literal se menciona con el fin de llevar al oyente a deducir cual es la actitud del hablante relacionado con lo que esta hablando. Además el contexto generalmente no esta predeterminado, pero es construido como parte del proceso de interpretación; así que las interpretaciones de los enunciados depende en gran medida del nivel de afectación que les da el mismo contexto en el que se encuentra. Anónimo (2007, parr.9)

Lo que realmente identifica esta teoría es que independientemente que el oyente pueda identificar o no a la ironía en el comentario, el contenido literal debe tener que repetirse, ya sean estas ideas, hechos u opiniones que previamente ya se han

mencionado en la conversación; es a esta repetición a la que se denomina “mención ecoica”.

Por ello esta teoría propone que la repetición ecoica podría no constituir un componente intrínseco de la ironía, aunque sí sería un factor que aumenta la probabilidad de que enunciados que son considerados como falsos tanto por el hablante como por el oyente sean interpretados como irónicos.

La teoría del recordatorio ecoico sostiene de igual manera que la teoría de la mención ecoica que los enunciados irónicos implican la mención de hechos, comentarios, normas, etc. que son conocidas anteriormente por el oyente; sin embargo lo novedoso es que aquí el valor de la mención lingüística funciona como activador del contexto cognitivo compartido por los interlocutores.

Es así que de acuerdo a esta teoría aspectos como el tipo de comentarios positivos o negativos (falsos elogios o falsas críticas) y la presencia de un sujeto específico en el comentario; es decir a quien vaya dirigido este, afecta en gran medida a la manera como los sujetos interpretan los comentarios contra – factuales (expresiones que buscan comunicar de una manera indirecta una actitud crítica y en ocasiones burlona y los que dan a obtener lo contrario a lo que se dice).

Por otro lado existe la teoría basada en la pretensión o noción del fingimiento que a diferencia de las teorías anteriores, esta se caracteriza por incurrir en el carácter simulado que realiza el hablante en el contenido literal de este y lo hace a través de frases impostadas, voces especiales o diferentes, también con el uso de hipérboles o expresiones de cortesía exageradas, pero en realidad lo que quiere expresar es la actitud de desacuerdo con el comentario. Anónimo (2007, parr. 11)

Sin embargo para que el interlocutor pueda inferir que el comentario es irónico, esta teoría sostiene que se debe confiar en el principio del conocimiento previo, así los oyentes o interlocutores podrán derivar la intención irónica en el comentario.

Por ello se puede pretender que en esta teoría los hablantes se comportan como si fuesen otras personas realizando comentarios que expresan una actitud ingenua o discreta y confiados que sus interlocutores serán capaces de reconocer su impostura y por tanto el carácter irónico de su locución.

En conclusión podemos decir que la ironía es aquella expresión en la que se da a entender lo contrario de lo que se dice, utilizando un tono de expresión a menudo burlesco; burla en la que se trata de engañar y dañar a otro de manera disimulada y sutil, en el que se descarga una tendencia agresiva, a través del uso de la palabra. Esta puede ser espontánea o intencionada; generada de manera accidental o forma voluntaria por aquel que arma el mensaje.

Además es una práctica que para poder entender su mensaje requiere de la complicidad del oyente para que así el circuito de la comprensión pueda ser completa.

Así también el que ironiza oculta lo que siente, tolera una incomodidad, sin embargo este malestar lo esconde de manera disimulada, manifestando su agresión de manera encubierta para no sufrir los efectos que provocarían al descargar su agresión de manera directa y abierta, así utilizando la palabra para dar forma a su agresión.

2.2.2. Teoría Semiológica

Asimismo en este apartado se desarrolló la teoría que guía nuestra investigación, para ello se abordó a la semiología, el cual tiene su origen en la lingüística con la Escuela Francesa.

La semiología etimológicamente proviene de dos palabras griegas semeion (signo) y logos (estudio), es decir, es el estudio de los signos, esta definición es reforzada por Ferdinand de Saussure, el padre de la lingüística (1913), citado por Barthes, Bremond, Todorov, Metz (1972, p.11), quien lo define como “una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social” el cual tiene como objeto de estudio:

Todo sistema de signos, cualquiera sea su sustancia, cualesquiera sean sus límites: las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y los complejos de sustancias que se encuentran en los ritos, los protocolos o los espectáculos constituyen, si no verdaderos “lenguajes” por lo menos sistemas de significación. Barthes, et al. (1972, p. 12)

Con ello podemos decir que la semiología es una disciplina que estudia el significado de un comportamiento, un gesto, una imagen, un objeto o un conjunto de palabras que son propios de la vida en sociedad.

Otro de los autores que ha dejado una profunda huella en lo que consiste a la semiología fue Roland Barthes crítico, ensayista y semiólogo francés, cuyos estudios semiológicos parten de las teorías del lingüista Ferdinand de Saussure.

Barthes (1993, p. 39) menciona que “el signo, pues, está compuesto por un significante y un significado. El plano de los significantes constituye el plano de la expresión y el de los significados el plano de los contenidos”.

Siendo el significado una representación psíquica, una imagen mental, abstracta de un algo y el significante es la imagen acústica, concreta de ese algo y que se manifiesta en una palabra.

Roland Barthes en su obra “Lo Obvio y lo obtuso” (1986) realiza un análisis del recurso verbal desde la semiología identificando la relación entre la imagen y el texto, examinando la estructura del anuncio de pastas *Panzani*.

Ello gracias a los diferentes cambios tecnológicos desarrollados en los años 70 y 80 en Europa, en especial en la publicidad, ya que se introduce la imagen para ser más atractivo el mensaje, con ello establece el fenómeno “imagen” en sus estudios de análisis publicitario denominándolo “semiología de la imagen”, proponiendo realizar un estudio para descubrir los misterios y significaciones que pueda contener la imagen.

Barthes en el anuncio de *Panzani* describe los tres mensajes que posee la publicidad siendo estos: el lingüístico, el de la imagen denotada y el de la imagen connotada.

Pues demuestra que la imagen proporciona un mensaje lingüístico el cual está formado por la marca y el slogan (*Pates-Sauce-Parmesan a l'italiane de luxe*), transmitiendo información sobre la identidad del producto o del servicio, ya que para entender este mensaje solo se requiere saber el idioma con el que ha sido elaborado

el anuncio, así también nos brinda una información más que sería su italianidad, siendo el mensaje lingüístico en este caso de connotación y denotación.

Barthes para analizar la imagen pura deja de lado el análisis del lenguaje lingüístico:

En primer lugar aparece la idea de que la escena representa el regreso del mercado; este significado implica dos valores eufóricos: la frescura de los productos y la preparación puramente casera a la que están destinados; el significante es la red entreabierta que permite que las provisiones se derramen sobre la mesa como por descuido. (Barthes, 1986, p. 31)

Ello muestra como la ubicación de los elementos gráficos dentro del mencionado anuncio configuran mensajes connotativos y denotativos, siendo la imagen que representa el regreso del mercado la lectura literal y el sentido de frescura de los productos y la preparación casera la lectura simbólica.

El mensaje denotativo es aquel que evidencia la distribución intencionada de los elementos de la publicidad, el cual conllevará a una serie de significados y significantes, mientras que el mensaje connotativo es la excelencia del producto; siendo el significante del mensaje connotativo los rasgos provenientes de la retórica; tales como los recursos embellecedores, figuras de estilo, metáforas, frases cortas, entre otros.

Sin embargo el mensaje connotativo se presenta como la interpretación muy profunda de la imagen, siendo algo muy propio del individuo dependiendo de su formación académica y de su cultura.

2.2.3. PROCESO DE LA TELEVISIÓN

Según Viya (1994) citado por Peña (2004, p. 11), sostiene que:

El proceso televisivo constituye la más reciente conquista tecnológica en materia de comunicaciones de masas, se caracteriza por la transmisión y recepción de mensajes a distancia, mediante imágenes en movimiento. El sistema de televisión está fundamentado en el fenómeno foto eléctrico que permite transformar las radiaciones luminosas en corriente eléctrica, a partir de esta codificación se hace posible el transporte de la señal hasta el receptor (televisor), donde se produce la decodificación y una nueva transformación de la corriente eléctrica en imagen visible.

Por su parte Alberto (1991) citado por Peña (2004, p. 11), afirma que:

La televisión es el único medio que combina la imagen y sonido; tal vez habría que llamarla de otra manera: cibernética informática. No exige ningún aprendizaje especial, puede ser consumida individualmente, su difusión es impactante y rápida, tiene la facilidad de ingresar en la mayoría de los hogares.

2.2.4. LA TELEVISIÓN EN EL PERÚ

Vivas (2001) citado por Cáceres (2006, p.56) mencionó: “La televisión llegó al Perú en 1958, relativamente tarde en comparación con países vecinos, pues una docena de naciones latinoamericanas ya le había abierto sus fronteras. A México y Cuba llegó en 1950, a Brasil, en 1951”.

Quiroz (1995) citado por Cáceres (2006, p.56) sostiene que: “La primera señal de televisión en el Perú se emitió en Lima, a través del canal 07 desde el último piso del edificio del Ministerio de Educación; así se pone en marcha en enero de 1958 en convenio entre la UNESCO y ese Ministerio”, con el objetivo de aprovechar la nueva tecnología en favor de la Educación.

El 15 de diciembre de 1958 se inicia la televisión privada con el ingreso de la señal de Compañía Peruana de Radiodifusión S.A., canal 4 de la ciudad de Lima, cuando unas cinco mil familias limeñas ya poseían el aparato de la televisión, siendo sus accionistas los mismos de Radio América, fundada en 1942.

La programación de los primeros días del canal 4 se inició a las 07:00 de la noche con dibujos animados, a las 07:30 se emitía la serie El Sheriff de Cochise y según pasaban los días seguía Jim de la Selva o Sheena, la reina de la Selva; a las 08:30 se daba un show musical con figuras del medio local; a las 09:00 entraba algún teleteatro extranjero, a las 10:00 se veía el Noticiero de 15 minutos, sin ningún contenido local, ya que se pasaba el rollo filmico del extranjero y para terminar un largometraje; así la producción propia se limitaba a una hora diaria de programa musical.

Asimismo Vivas (2001) citado por Cáceres (2006, p.57) describe que:

El 2 de agosto de 1959 entra a competir la Compañía Peruana de Producciones Radiales y TV Canal 9, fundada por los accionistas de Radio El Sol entre los que figuraban miembros de la familia propietaria del diario El Comercio. En menor medida, la compañía estaba conformada por integrantes del poderoso grupo Prado y por socios de América, canal 4. Su programación inicial se componía de estrenos cinematográficos y algunas producciones nacionales originales, pero el éxito comercial no lo acompañó y tras varios intentos de salvataje en los que intervino América Televisión, acabó cerrando en 1971. También en 1959, una televisora pionera nació en Arequipa, en el seno de la Universidad Nacional de San Agustín. Aunque el hecho no pasó de ser un simbólico intento de independencia con el que se ha soñado a lo largo de la historia de la TV en el país.

Pero a mediados de los 60 el “pionerismo” arequipeño sucumbió al centralismo y fue vendido a Panamericana de Lima, incluidas las sucursales de Cusco, Puno y Tacna que había logrado establecer. El canal regional terminó convirtiéndose en una repetidora de la señal de Lima, con escasa o nula programación local, tal como ya sucedía en el resto de país. “Tras algunos brotes eventuales, la principal plaza nacional fuera de Lima confirma, en su tedio repetidor, el cruel centralismo de la televisión peruana”.

La salida al aire de Panamericana Televisión, luego de un prolongado periodo de preparación, constituyó a la larga el otro hito en la historia de la TV en el Perú. Era el 16 de octubre de 1959 cuando la familia de los Delgado Parker, asociados con los Lindley, entonces propietarios de la marca Inca Kola, dieron el salto de la Radio a la Televisión, emitiendo su señal por el canal 13 de Lima. Isacc Lindley Stepannie, encabezaba el directorio y el joven Genaro Delgado Parker se hizo cargo de la gerencia general. Genaro Delgado Brandt, el padre, Isaac Lindley Taboada, Manuel y Héctor Delgado Parker, completaban el directorio. Posteriormente esta señal se cambia de frecuencia al canal 5. El sábado 17 de octubre la programación se inició a las 12:30 con Papá tiene novia, un programa argentino seguido de la producción nacional ¿Qué cocinaré?. Siguió un largometraje y más cortos argentinos hasta las 6 de la tarde en que se emitieron dibujos animados y una serie norteamericana del oeste. A las 7:30, Foro 7, programa importado de media hora con el actor Carlos Montalbán. A las ocho, comenzó el bloque de producción nacional: 15 minutos de El Panamericano, media hora de Tradiciones peruanas, teleteatro adaptado de Ricardo Palma; y a las 8:45 el concurso Scala Regala, al que siguieron El show de Carmen Sevilla y Pablo y sus amigos, con Pablo de Madalengoitia.

Según Pretell (1987) citado por Cáceres (2006, p. 59) afirma que:

El éxito inicial de Panamericana con este incremento de producción propia, habría motivado que el enfoque de la Empresa Radiodifusora Victoria S.A., lanzada al aire por el canal 2, en mayo de 1962, fortalezca las atracciones en vivo. Pero José Eduardo Cavero Andrade y sus hermanos no pudieron sostener por mucho tiempo este ritmo y en 1964 vendieron el canal a la empresa española Movierecord; aun así el canal fue cerrado poco después de la nacionalización, en marzo de 1972, mientras sus equipos fueron reciclados y aparentemente cedidos al canal estatal.

Peña (2004, p.18) como describe:

En la ciudad de Arequipa se lanza la primera señal descentralizada a fines de 1962 por parte de la empresa Radio Televisión Continental, canal 6 esta empresa estuvo ligada al canal 4 de Lima. En mayo 1962, la Empresa Radio Difusora Victoria se lanza al aire por el canal 2. Diez años después, suspende su señal. En 1983, la Compañía Latinoamericana de Radio Difusión S. A. reinició sus actividades del Canal 2. En noviembre de 1986, el Grupo Belmont lanza la señal del Canal 11. Un año después, nuevamente en Arequipa nace el Canal 8, propiedad de la Compañía de Radio Difusión Arequipa S.A. Finalmente, en abril de 1989 nace el Canal 13 de propiedad de la empresa Radio difusora de la empresa 1160.

En la primera década de la edad televisiva, el estado tuvo un rol discreto que se caracterizó por la defensa de los intereses del sistema de propiedad privada. Posteriormente, en la Junta Militar al mando del General Juan Velasco Alvarado en 1968, propone una política de expropiaciones para reducir la propiedad privada, incrementa en un 60% la producción nacional.

Según Gonzáles (1997) citado por Peña (2004, p.18), describe que:

En 1980, se restablece el sistema democrático y el presidente Fernando Belaunde Terry devuelve los medios de comunicación a sus antiguos dueños. Hay una amplia inversión técnica que permite la modernización de la TV. y una extensiva inversión publicitaria.

Hasta 1990 no hubo una política explícita para los medios de comunicación. En este año el presidente Alberto Fujimori auspicia una política de libre mercado. En 1992, el mismo Fujimori interviene las instituciones democrático - representativas se promulga el Decreto Supremo 162 - 92EF, mediante el cual cualquier empresa extranjera puede invertir en empresas nacionales, inclusive las de comunicaciones.

Vega (1997) citado por Peña (2004, p. 71) sostiene que:

Esto produce una gran expectativa, pues anteriormente las empresas de telecomunicaciones estaban reguladas y no permitía la inversión de capital extranjero en ellas. Bajo este marco, la Compañía Peruana de Radio Difusión, Canal 4, vende el 61% de sus acciones a la cadena mexicana Televisa.

2.3. Sistema de Conceptos

2.3.1. Hipocresía: Es el modo de fingir sentimientos, ideas, cualidades generalmente contrarias a las que se tiene, siente o piensa y que este se presenta con mucha más fuerza en los medios de comunicación, como la televisión. Además la hipocresía consta de dos operaciones, a través de las cuales se manifiesta: la simulación y el disimulo, el primero que consiste en mostrar lo que se desea y el segundo oculta lo que no se quiere mostrar.

Por otro lado la hipocresía ha sido relacionada junto a la falta de honestidad como una característica que atrae particularmente en la edad moderna, así con la llegada de la sociedad de la información, entre ellos la televisión, ha venido a ser un conjunto de reglas para moverse en el mundo que oscila entre lo permitido y lo prohibido.

2.3.2. Decepción: Es un sentimiento que se da cuando no se cubren las expectativas que una persona pueda tener frente a otra o frente a una situación o al no realizarse algo como se esperaba. Este se produce en relación con la percepción que uno pueda tener, ya que lo que para alguien puede ser decepcionante para otro puede resultar todo lo contrario. Además se forma al unir dos emociones primarias la sorpresa y la pena.

Este sentimiento también es provocado por los engaños, sobre todo cuando alguna persona falta a la verdad en lo que dice, hace o pretende retractarse de lo pactado o deshace algo.

2.3.3. Elogio: Es un halago de las cualidades positivas y méritos de una persona, un objeto o un concepto, este puede realizarse en privado o en público.

Según algunas teorías de la psicología el elogio es beneficioso para la salud física y mental de las personas, produciéndose una influencia positiva en la personalidad y en el carácter de estas, sobre todo estos cambios se producen en aquellas personas que tienen baja autoestima.

2.3.4. Ofensa: Es la acción de despreciar o humillar a alguien. Existen diversas formas de ofender a una persona, ya sea a través de un insulto, una crítica destructiva, una mentira, un comentario inapropiado, mediante una actitud soberbia; así mismo cuando no existe una coherencia entre palabras y hechos también es posible ofender o herir los sentimientos de otros.

2.3.5. Comparación: Es la acción de cotejar dos o más elementos buscando así sus diferencias o similitudes, además implica la comprensión y el conocimiento de la realidad, ya que es inevitable comparar un objeto, persona o situación desconocida con otro que ya conocemos, por ello podemos afirmar que la comparación está presente en nuestras vidas y la utilizamos en diversas situaciones y las podemos observar en la televisión, sobre todo en los programas de humor.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

Por su Naturaleza

Nuestro estudio se ubicó en la investigación básica.

Por su Nivel

De acuerdo con el nivel de investigación, el estudio se ubicó en el nivel descriptivo.

3.2. Diseño de la Investigación

Nuestro diseño fue no experimental transversal.

3.3. Enfoque de la Investigación

Cualitativa, debido a que utilizamos métodos y técnicas cualitativas.

3.4. Métodos para la Investigación

El método que guió la presente investigación fue el método semiológico y hermenéutico.

3.5. Población

La población estuvo constituida por todas las emisiones del programa humorístico “El Cartel del Humor” durante el 2014.

3.6. Muestra

Para determinar la muestra de estudio se utilizó el criterio de muestreo no probabilístico intencional. La muestra se constituyó por ocho segmentos del programa humorístico “El Cartel del Humor” emitidos durante el 2014.

3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnicas:

Análisis de Contenido

Instrumentos:

Ficha de Análisis de Contenido.

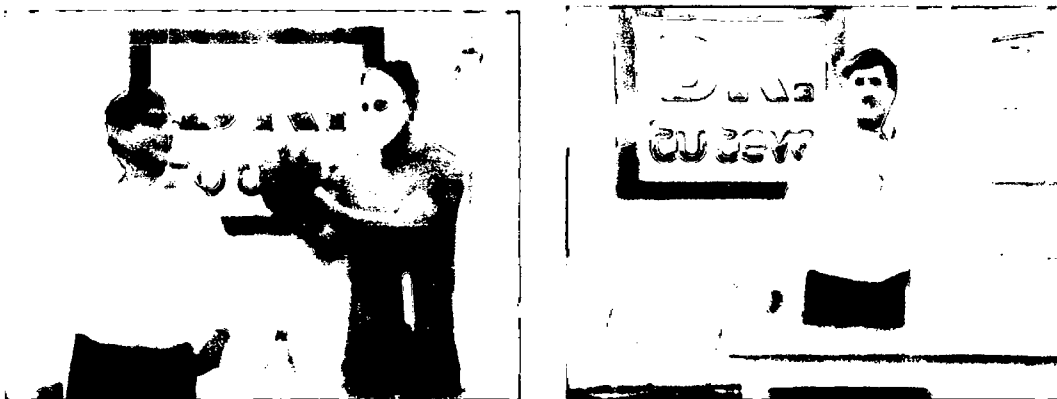
CAPÍTULO IV

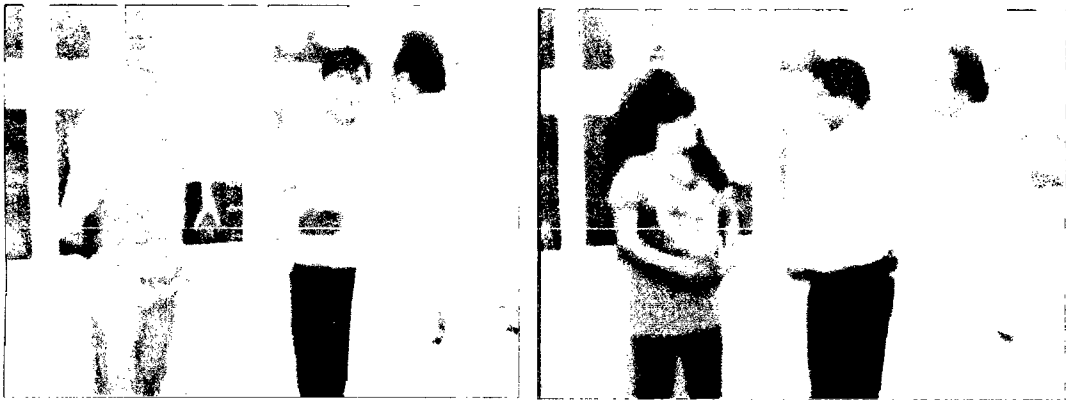
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Análisis e interpretación de datos

A continuación se presenta los resultados del proceso de análisis de los ocho segmentos del programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por el canal televisivo ATV - 2014 que formaron parte de la muestra, los cuales fueron seleccionados por su representatividad y por los objetivos de la investigación.

Imagen N° 01





Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=xGhTLOKKJ_w

Programa: “El Cartel del Humor”

Segmento: DR. tuteve

Personaje Imitado: Dr. Tomás Borda Noriega

Fecha de Emisión: 26/01/2014

Horario: 08:00 pm – 10:00 pm

IRONÍA:

En la imagen N° 01 que presenta el segmento DR. Tuteve del programa humorístico “El Cartel del Humor” se observa que se le hace la imitación al médico cirujano peruano Tomás Borda Noriega quien presenta el programa de televisión DR.TV, programa transmitido por América Televisión, en el que encontramos las siguientes manifestaciones y expresiones de ironía:

Ofensa: Este indicador de la ironía tal como se define en el portal de DefiniciónABC (2007) se presenta, a través de palabras y comentarios negativos lo cual se evidencia cuando el comediante peruano Carlos Álvarez Loayza imita al mencionado doctor presentándose como el Doctor Tomás Loma y menciona que el programa está dirigido para las personas que están a punto de morir o que ya deberían morir lo cual pone de manifiesto; a través de frases cargados de ofensa, tal

como textualmente declara: “ para ti, a ti que te dicen fruta fresca porque ya estás listo para el cajón, a ti que tus hijos te dicen semilla porque ya la tierra te reclama, tú que me estas mirando que tu corazón no sirve ni para anticucho, tú que has cambiado tu testamento como diez veces y que hasta ahora no te vas, para ti que quitas el oxígeno a los vivos, te aferras a la vida, tú que quieres donar tu hígado pero está como paté, tú que te hechas como loción formol”.

Asimismo da entender que es un programa que al contrario de sanarte te mata, pues presenta como asistente a Jason, quien se presenta con una máscara y un cuchillo, elementos característicos del personaje “Jason” de la película de terror, a quien le pregunta si ya le quitó el dolor de mano al paciente de la cama ocho de traumatología y éste le responde que sí le quitó el dolor y mejor que eso le quito la mano con dolor y todo, mostrándole una mano.

Decepción: Como define Edukavital (2013) este estado se presenta cuando una persona no satisface las expectativas de otra, tal como se evidencia en el mencionado segmento al tratar el tema del colesterol el Dr. Tuteve invita a pasar a una paciente y al verla pronuncia: “uy Dios mío” expresión que manifiesta decepción por la persona que se presentó, pues esta era una mujer muy subida de peso.

Comparación: Esta figura literaria se evidencia en dos casos, el primer caso al tratar el tema ya mencionado, pues se llama a un supuesto nutricionista el cual está caracterizado por el comediante Pablo Villanueva Branda más conocido como “Melcochita”, quien a la mujer presente le compara con una caigua rellena como literalmente le dice; en el segundo caso se presenta otra señora también subida de peso y el DR. Tuteve le pregunta cómo se llaman las siamesas y la mujer le contesta

que es solo una, así comparándola con una siamesa por su contextura física, tal como lo define Educarchile (2013) esta acción se da al expresar la semejanza que existe como en el primer caso entre una persona y un objeto y en el segundo caso entre dos seres.

Imagen N° 02



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=ovLUTEPZyoI>

Programa: “El Cartel del Humor”

Segmento: DR. tuteve

Personaje Imitado: Dr. Tomás Borda Noriega

Fecha de Emisión: 13/01/2014

Horario: 08:00 pm – 10:00 pm

IRONÍA:

En la imagen N° 02 que presenta el segmento DR. Tuteve evidencia las siguientes manifestaciones y expresiones de ironía.

Ofensa: Esta expresión de la ironía se observa cuando el DR.TV caracterizado por el comediante Carlos Álvarez como DR.Tuteve empieza presentando el programa manifestando de forma indirecta que es un programa hecho para aquellos que podrían morir, ya que menciona lo siguiente: “para ti que cuando te toquen la puerta no la abras, ni preguntes quien es, porque te pueden decir desde el otro lado.....”, y se escucha de fondo la salsa “Yo soy la Muerte” del grupo El Gran Combo de Puerto Rico.

Así también se presenta este indicador cuando DR. Tuteve le pregunta a su asistente Jason como andaba de amores y éste le responde que cada día más enamorado de su novia y que era muy correspondido porque le había preguntado a ella si le amaba y que ella le dijo que su corazón era de él y que era verdad porque él tenía su corazón y como prueba de ello, éste muestra un corazón en sus manos y el DR. Tuteve lo saca del consultorio diciéndole “lárgate asesino, pobre muchacha imbécil”, pues la ofensa apunta con comentarios negativos, insultos; tal como lo indica DefiniciónABC (2007).

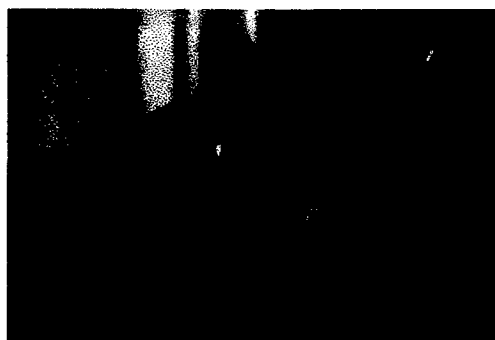
Elogio: Este indicador de la ironía se muestra, a través de halagos como Edukavital (2015) señala, ya que cuando DR. Tuteve presenta a su asistente “Jason” menciona lo siguiente “es el momento de presentar al Benjamín de este programa, al bebé, al roro, al cuchi cuchi de este consultorio el siempre adorable y cariñoso Jason”.

Comparación: Este indicador de la ironía se muestra por los cotejos que se expresan de una persona con otra y entre objetos como define Educarchile (2013) , pues al tratar el tema de la fuente de la Eterna Juventud se presenta un paciente el cual es una persona adulta y entra bailando la canción de “Tírate un paso” del grupo argentino de reggaetón “Los Wachiturros” y el Dr. Tuteve al observarlo le dice: “este viejo se cree wachituro” y cuando le dice el señor que las chiquillas en su barrio le dicen Justin Bieber, el doctor le dice “éste está más loco que una cabra” y le pregunta si tenía algún problema y el señor le contesta que ninguno que por el contrario se siente más joven, ya que cada día que pasa se está achibolando más y que cree que va terminar en un Kínder y al escucharlo el DR. Tuteve menciona “se cree un feto el viejo loco”. Además al revisar el DR. Tuteve las radiografías del señor, le dice que su próstata está como una sandía.

Así también al tratar el tema de dermis y epidermis se compara a un hombre proveniente de Chíncha con uno de África, ya que se presenta un personaje de piel morena y le pregunta al DR. Tuteve porque es negro, de pelo ensortijado y pequeño y porque sus pies y boca son grandes y el doctor le dice que es a causa del calor que existe en el África y el señor le responde: “entonces que hago yo en Chíncha”.

Imagen N° 03





Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=ZCI2jPMzHTw>

Programa: “El Cartel del Humor”

Segmento: La Escuelita de Marco Aurelio

Personaje Imitado: Marco Aurelio Denegri Santagadea

Fecha de Emisión: 23/02/2014

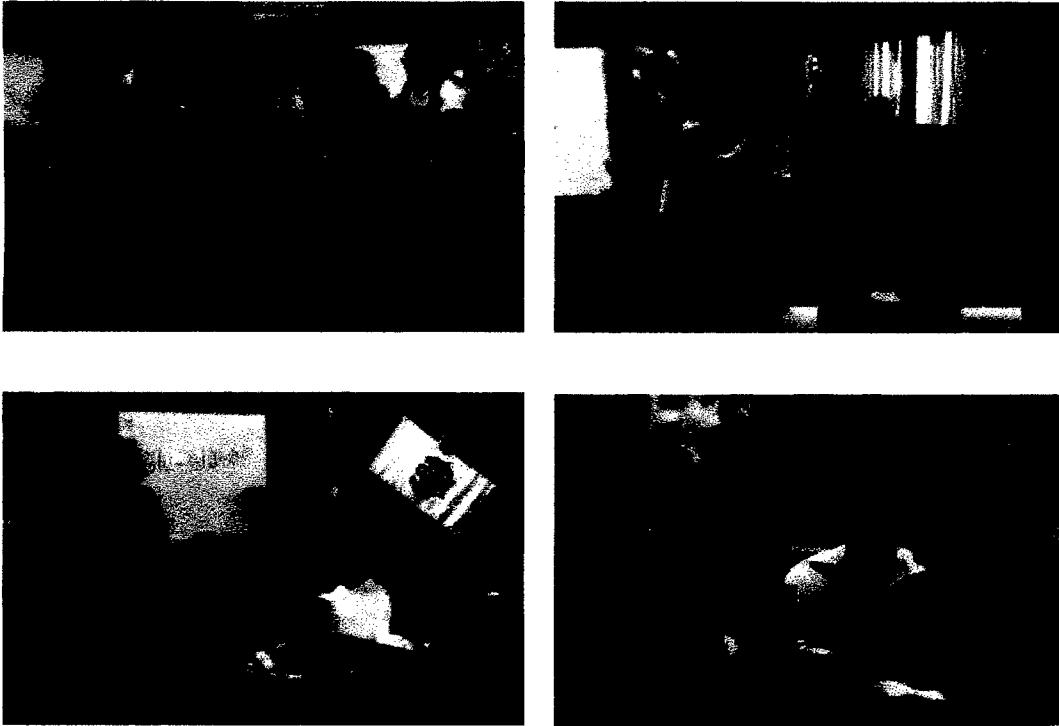
Horario: 08:00 pm – 10:00 pm

IRONÍA:

En la imagen N° 03 que presenta el segmento La Escuelita de Marco Aurelio en el que se le hace la imitación al intelectual, periodista y conductor de televisión Marco Aurelio Denegri Santagadea, el cual está caracterizado por el imitador Carlos Álvarez, quien realiza el papel de profesor y en el que también participan el elenco de actores del programa, quienes desarrollan el papel de alumnos; encontramos las siguientes manifestaciones y expresiones de ironía:

Ofensa: Este indicador de la ironía se evidencia cuando se desprecia o humilla a las personas, a través de insultos, tal como sostiene DefiniciónABC (2007), como se presenta en el segmento cuando el profesor Marco Aurelio entra al salón de clases y

Imagen N° 04



Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=iYGN5UfS_TU

Programa: “El Cartel del Humor”

Segmento: La Escuelita de Marco Aurelio

Personaje Imitado: Marco Aurelio Denegri Santagadea

Fecha de Emisión: 02/03/2014

Horario: 08:00 pm – 10:00 pm

IRONÍA:

En la imagen N° 04 que muestra el segmento La Escuelita de Marco Aurelio, en el que el elenco de actores que desempeñan el papel de alumnos, quienes realizan un

pequeño campamento dentro del salón de clases; hallamos las siguientes manifestaciones y expresiones de ironía:

Ofensa: Esta acción se evidencia cuando el alumno caracterizado por José Luis Almanza más conocido como “Chatín” se expresa diciendo que el profesor Marco Aurelio es un viejo tripa flácida, ello al pensar que éste no se encontraba en el salón de clases.

Así también se da en los siguientes actos:

Cuando el profesor les dice a los alumnos que son una sarta de animales y bestias, ya que al contrario de estar realizando campamentos, estar holgazaneando deberían capacitarse, así también éste al llamar la lista de alumnos le dice a la alumna caracterizada por Zelma Gálvez, Zelma Damasco y ella responde que es un apellido de antiguo linaje y que se caracteriza por ser compuesto, ya que por parte de papá es Dam y por parte de mamá es asco, pero aclarando que es con h, así haciéndole ver el docente de manera indirecta al preguntarle por su apellido, que es un asco; al llamar a la alumna caracterizada por Cindy Marino como Cindy por estrenar remachadita abre fácil y tilda de enfermo sexual al alumno “Chatín” cuando cuenta el siguiente chiste: que las mujeres tienen poderes Telequinésicos porque pueden levantarla sin tocarla, esto lo menciona observando su miembro viril.

Además cuando la alumna Giovanna Varcárcel da entender que la alumna Zelma es una vieja, ello al contar un chiste sobre la diferencia que existe entre una niña, una mujer y una tía, contando que a la niña le cuentas un cuento cuando le llevas a la cama, a la mujer le metes un cuento y te la llevas a la cama y la tía te dice ya déjate de cuentos y llévame a la cama, reafirmando su idea sobre ésta al preguntarle si era

cierto o no, así también la mencionada alumna le dice: “sapo” al profesor cuando le pregunta que es lo que estaba haciendo y ella le responde diciendo que estaba escribiendo una carta a su tía y el profesor le vuelve a preguntar que porqué lo hacía tan lento y ella le responde porque su tía no lee rápido, así terminando diciéndole “imbécil”,

Y finalmente cuando el alumno “Melcochita” refiriéndose a su físico, pero sobre todo a su tamaño le dice a uno de los alumnos, el cual sufre de enanismo, “zapatilla de pulga”, así podemos afirmar que esta manifestación se muestra, a través de comentarios inapropiados, insultos directos e indirectos, así como sustenta DefiniciónABC (2007).

Comparación: Este indicador de la ironía que se observa desde el hecho de encontrar similitudes entre una persona y un objeto, tal como afirma Educarchile (2013) como se visualiza entre las comparaciones que se realizan entre los alumnos por medio de chistes como cuando el alumno caracterizado por el comediante “Melcochita” le dice al alumno que imita al capitán Maricielo: capa de ozono, porque cada día tiene más grande el agujero, ello tras sentarse entre sus piernas.

Así también cuando la alumna Cyndi Marino lo compara al alumno “Melcochita” con el Sol de invierno al justificar que éste nunca va calentar a nadie, así también el humorista la compara con un Combi sin freno porque se come todas las paradas y cuando uno de los alumnos la compara a la alumna Zelma con el polvo de racumín argumentando que es porque ninguna rata se la quiere comer.

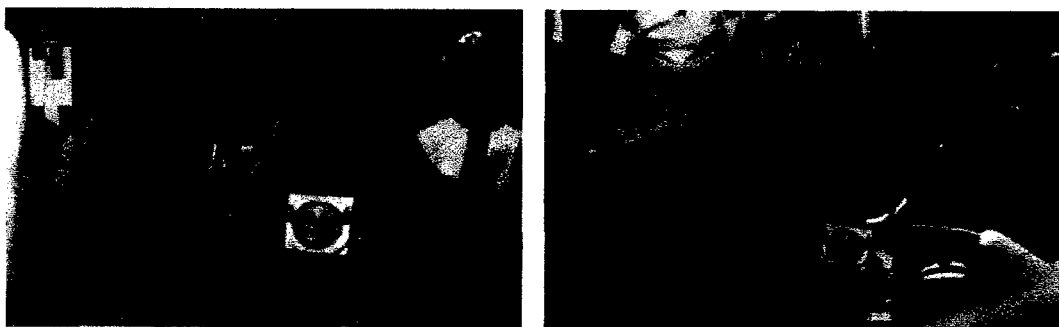
Además podemos mencionar que las comparaciones mencionadas también están cargadas de ofensas y morbo.

Elogio: Este tipo de adulación se presenta en los siguientes actos: cuando el profesor Marco Aurelio le felicita a la alumna Giovanna Varcárcel porque escribe a su tía justificando que en estos tiempos ya nadie escribe, dialóga, realizan las cosas tradicionales, ahora todo es internet, whatsapp, twitter, facebook, además cuando éste califica de supergenio a la alumna Zelma cuando, ésta termina de contestar todas las preguntas que le realizaba, ya que desde el hecho de halagar las cualidades positivas de una persona en público se produce este evento como define Edukavital (2015).

Decepción: Sentimiento que se da al no cubrirse la expectativa de una persona frente a una situación, Edukavital (2013), como el del profesor Marco Aurelio cuando expresa literalmente: “¡que ha escrito en la pizarra por Dios!” cuando invita a la alumna Cindy Marino a escribir en la pizarra la palabra ahogarse, pero ésta termina escribiendo glu- glu- glu, justificando que cuando una persona se está ahogando suena así.

Imagen N° 5





Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=aa7_MtflXBU

Programa: “El Cartel del Humor”

Segmento: La previa del Cartel del Humor

Personaje Imitado: Juan Carlos Orderique

Fecha de Emisión: 09/02/2014

Horario: 08:00 pm – 10:00 pm

IRONÍA:

En la imagen N° 05 se observa el segmento “La previa del Cartel del Humor” donde el comediante Carlos Álvarez le hace la imitación al reportero peruano Juan Carlos Orderique, quien presenta el segmento “La Previa” del programa “Futbol en América” programa transmitido por América Televisión, así también los actores del mencionado programa humorístico realizan el papel de hinchada, así encontramos las siguientes manifestaciones y expresiones de ironía:

Ofensa: Este indicador se evidencia en los calificativos negativos, comentarios racistas, tal como da entender DefiniciónABC (2007), los cuales se mencionan entre Juan Carlos Ordeñique y los hinchas; y entre estos últimos como cuando el actor

Carlos Álvarez que imita al mencionado reportero se presenta como Juan Carlos Ordeñique, así haciendo burla de su apellido, al comediante “Melcochita”, a quien la hinchada lo esconde entre varios globos al observarlo menciona la frase: “ lo encontré”, realizando su risa característica, dando a entender que por el color de piel no lo podía encontrar, al actor conocido como “Chatín” lo mira y le dice: “¡está creciendo!”, “amígdala de muy muy” y a la actriz Zelma Gálvez al invitarle a contar su chiste la tilda de malahua y a otro miembro de la hinchada le dice: “un chiste gusanito”, aludiendo a su físico, pues éste era de contextura delgada.

Así también la actriz Zelma Gálvez cuenta un chiste cargado de racismo mencionando el porqué se había inventado los chocolates blancos y justificando que era para que los negritos no se chupen los dedos.

Y cuando el comediante “Melcochita” la tilda de la Monstrua a Zelma Gálvez, luego de echarle la responsabilidad ante Juan Carlos Ordeñique de haberle contado un chiste que no causaba risa, así también el actor le califica a uno de los hinchas de espinazo de perro, haciendo referencia a su contextura, pues éste era delgado.

Comparación: Acto que se observa cuando el actor Jim Maelo, quien representa a un hincha compara a los hombres con las gallinas al contar el siguiente chiste: “saben en que se parecen las gallinas a los hombres, en que las gallinas se acomodan los huevos y los hombres también”, así expresando la similitud que existe entre las acciones que tienen ambos seres vivos, como da entender Educarchile (2013).

Hipocresía: Se presentan a través de palabras que expresan ideas contrarias a las cualidades que se tienen, como sostiene Urbanes (2010), siendo las siguientes palabras belleza y hermosura las cuales son dirigidas de una forma irónica a la

comediante Zelma Gálvez cuando Juan Carlos Ordeñique se dirige hacia ella para que cuente sus chistes, pues como se sabe a la actriz la toman de una persona no muy agraciada físicamente en el programa humorístico,

Imagen N° 06



Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=aa7_MtflXBU

Programa: “El Cartel del Humor”

Segmento: La previa del Cartel del Humor

Personaje Imitado: Juan Carlos Orderique

Fecha de Emisión: 09/02/2014

Horario: 08:00 pm – 10:00 pm

IRONÍA:

En la imagen N° 06 que presenta el segmento La previa del Cartel del Humor , encontramos las siguientes manifestaciones y expresiones de ironía:

Ofensa: Se manifiesta, a través de comentarios inapropiados, palabras y calificativos negativos como DefiniciónABC (2007) sostiene, los cuales se presentan cuando Juan Carlos Ordeñique menciona: “¿quién será la estrella de este mundial, quien se llevará el botín de oro, será Leonel Messi, será cristiano Ronaldo, será Neymar Junior, será Luisito Suarez, Wayne Rooney o será Reimond Manco que le botaron de la UTC por warapero”, así burlándose del caso del futbolista peruano.

Así como Ordeñique califica de feto, Tutancamon al actor Lalo Costa, ello tras decirle que cuente un chiste; también le tilda de tonta a Florcita al mencionar “es cierto no tenía cerebro”, luego de que contara un chiste que no causara risa.

Y al decirle “Melcochita” a Zelma Gálvez kion Holandez, porque estaba vestida con la camiseta de Holanda, así aludiendo también a su físico.

Comparación: Se presenta cuando uno de los miembros de la hinchada compara a los teletubbies con la selección peruana de fútbol al contar el siguiente chiste: “Tú sabes en que se parece los teletubbies a la selección peruana de fútbol, en que los dos saltan al césped a hacer el ridículo”, así dando a entender que cuando los teletubbies y la selección juegan solo causan risa.

Cuando Juan Carlos Ordeñique le compara a la actriz Zelma Gálvez con la naranja mecánica, al verla puesta la camiseta de Holanda y decir: “Esta de Holanda, yo digo esta es la naranja mecánica, una papaya pelada, ¿saben por qué?, porque no tiene pepa es wando”, refiriéndose así a su físico en especial a su belleza.

Y cuando cuenta el actor Gino Arevalo el siguiente chiste: “en que se parece un restaurant criollo a un jorobado en que los dos tienen el lomo saltado”, dando a

entender la similitud que existe por el físico; tal como precisa Educarchile (2013) esta acción se da al expresar la semejanza entre las acciones y el físico entre algunos seres y objetos.

Imagen N° 7



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=Sd3KIUgyPTY>

Programa: “El Cartel del Humor”

Segmento: Los humalas

Personajes Imitados: Ollanta Humala Tasso y Nadine Heredia Alarcón

Fecha de Emisión: 23/03/2014

Horario: 08:00 pm – 10:00 pm

IRONÍA:

En la imagen N° 07 que presenta el segmento Los Humala en el que se le hace la imitación al ex Presidente de la República Ollanta Humala Tasso, el cual está caracterizado por el comediante Carlos Álvarez, en el que también participa la actriz Katheryne Mendoza Benavides, quien realiza el papel de Nadine Heredia Alarcón y el imitador José Luis Almanza más conocido como “Chatín”, quien imita a la ex Ministra de la Mujer y Poblaciones Vulnerables y ex Ministra de Trabajo y Promoción del Empleo, Ana Ethel del Rosario Jara Velásquez, encontramos las siguientes manifestaciones y expresiones de ironía:

Ofensa: Indicador que se observa en las acciones, comentarios, palabras que terminan por herir o bajar la autoestima de las personas, como DefiniciónABC señala, como cuando el ex presidente da entender que es una persona que no tiene el poder, que no es capaz de tomar decisiones por si solo al expresar: “realmente esto es el colmo, esto es lo último que podía esperar un calzoncillo colgado en la reja de palacio de gobierno, Dios mío y esto va parecer un pantakón mío porque dicen de que yo no tengo pantalones”, tras observar colgado un calzoncillo color amarillo en la reja del supuesto palacio de gobierno, así mismo se realiza una ofensa hacia el cargo que éste posee, pues se observa un cuadro grande con una fotografía a color de Nadine Heredia con la bandera del Perú de fondo, mientras que la fotografía del ex presidente ni siquiera aparece, es así que hace llamar a la de seguridad para que coloquen su fotografía, pero colocan una de menor tamaño al de Nadine, comprendiendo que es la ex primera dama quien tiene mayor poder que Ollanta Humala, además da entender que es una persona fácil de convencer, que no tiene

decisión y que es Nadine quien manda al expresar: “siempre me convence, me tiene pisado”, tras decirle que estaba cansado que todos digan de que ella es la que manda, que era un saco largo, que se hacía en su gobierno lo que ella quería, que hasta tenía una fotografía grande en palacio y el solo una foto tamaño carnet, que el pueblo lo había elegido a él y que por eso se debía a ellos, luego de que Nadine le convenciera de que sería la futura presidenta en el 2016.

Y cuando el ex presidente se dirige hacia la ex Ministra del Trabajo diciéndole: “Ana Jarra” y realizando señas con la mano, como dando que era una persona que bebe.

Comparación: Como Educarchile (2013) fundamenta al encontrar similitudes entre las personas, ya sea en sus acciones, su posición y conductas frente a otros, tal como Ollanta Humala compara la expresión de los sentimientos de Ana Jarra con la de un cuy, ello al verla llorar, luego de haberle gritado por estar metiéndose en su vida, al mencionar: “nunca había visto llorar a un cuy”; así también al decir que su gobierno estaba peor que el equipo de Universitario de Deportes, dando a entender que por esas fechas el mencionado equipo tenía varias derrotas futbolísticas.

Cuando Nadine compara de loco a su suegro, Isaac Humala Nuñez con su cuñado Antauro Humala, luego de preguntarle de quienes según él les habían apoyado en campaña y éste contestar “¡cómo no se acuerdan quienes les apoyaron!, Bob Marley, Bob Esponja, el Hombre Araña ,El Che Guevera, Simón Bolívar y esta última chica Candy” y así presentándose parte del elenco de actores del programa caracterizados de Bob Esponja, Simón Bolívar y el Che Guevara, junto con el fondo musical del tema: Estamos todos locos del grupo Pimpinela, así reforzando la idea de que éste tenía perturbada sus facultades mentales.

Elogio: Expresado a través de palabras positivas que determinan poder como Edukavital (2015) sostiene, tal como Ana Jarra califica de presidenta al hablar de Nadine, ello tras reclamarle al ex presidente que no sabían donde se encontraba éste y decir: “La presidenta hace una hora está tratando de comunicarse, es una falta de respeto no contestarle”, así restándole respeto al ex presidente.

Imagen N° 8



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=ou1mHupkKv4>

Programa: “El Cartel del Humor”

Segmento: Los Humala

Personaje Imitado: Pdte. Ollanta Humala y Nadine Heredia

Fecha de Emisión: 20/04/2014

Horario: 08:00 pm – 10:00 pm

IRONÍA:

En la imagen N° 08 que muestra el segmento Los Humala en el que aparte de participar los actores ya mencionados, se presenta Flor Polo Díaz más conocida como “Florcita”, quien realiza el papel de la Gurú de las Comunicaciones; en el que encontramos las siguientes manifestaciones y expresiones de ironía:

Ofensa: Expresado, a través de palabras, comentarios y calificativos que terminan por dañar la personalidad, la reputación y el autoestima de las personas, como DefiniciónABC (2007) da entender y como se presenta en los siguientes actos del segmento como cuando Ollanta Humala da entender que no tiene poder de decisión que es Nadine, quien manda, que aparentemente tendría una relación con los grandes narcotraficantes al expresar: “Todos me gritan Juan pisao, pero esto ya es el colmo, todo el mundo me ataca, osea primero me eligen presidente y luego me agarran a palos, que el gordo Alan, el panzón ese, dice que yo he recibido la mía de los Narco aviones, que Oscar López insiste por quincuagésima vez que él me ha regalado mi primer bastón de Mando, oh por dios donde estamos”, luego la de seguridad se acerca y le dice: “este bastón de mando señor presidente, esto que viene con una tarjetita que dice con cariño de Oscar para Ollanta” y le responde “seguridad por favor esconda ese bastón” y ésta le contesta: “yo no sé si Oscar se molesta”, escena que refuerza la idea de la supuesta relación que tenía el ex presidente con el narcotráfico.

Así también Ollanta tilda a los gobernadores Nacionalistas de: “ayayeros” al decir: “qué porqué los gobernantes nacionalistas fueron a palacio como ayayeros, como portátil el día de la haya”, al referirse a Ana Jarra como la señora Ministra Hamster,

Ministra metiche, tras pedirle que le diga quién era la Gurú de las comunicaciones que les iba a ayudar a subir las encuestas, además cuando se refiere a Transporte Orión como una línea insegura al comentar que casi se cae el avión cuando regresaba de Canadá que para la próxima se regresaba en transportes Orión porque era una línea segura, seguro de estrellarse.

Hipocresía: Esta actitud se visualiza cuando se finge el gusto por una música, la idea sobre una persona, como Urbanes (2010) define, como se da en las siguientes escenas: cuando se escucha de fondo la música del tema “El Zapatón” y la mencionada Gurú de las comunicaciones caracterizada por Flor Polo Díaz ingresa en escena y dice: “por favor bájenme esa música vulgar y chabacana” siendo la música que antes interpretaba, así también cuando Nadine le dice a Florcita no sabíamos que eras la “Gurú de las comunicaciones”.

Decepción: Expresión que se evidencia al no cubrir la expectativa que se tiene frente a una persona como define Edukavital (2013) y este se da cuando el ex presidente conoce a la Gurú de las comunicaciones y le dice a Nadine: “pero Nadine es Florcita”, acompañado con un tono de sorpresa y vergüenza.

CONCLUSIONES

1. La investigación determinó que la ironía en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por el canal televisivo ATV – 2014 se manifiesta, a través de dos elementos: la hipocresía y la decepción, expresado el primero, por medio de la simulación y el disimulo de ideas, cualidades; y el segundo por expresiones de admiración.
2. Las expresiones de ironía que se presentan en el programa humorístico “El Cartel del Humor” se encuentran en su mayoría en los chistes, los cuales son expresiones de elogios, ofensas y comparaciones, siendo estas dos últimas expresiones las que siempre van acompañadas una de otra.
3. El sentido de las expresiones irónicas en el programa humorístico “El Cartel del Humor” son de juicio de valor negativos, positivos, simpatía, antipatía, conciliación y acusación, los cuales se ponen de manifiesto en los chistes expresados entre los personajes imitados.
4. Asimismo los chistes mostrados en el programa humorístico “El Cartel del Humor” contienen groserías y morbo.

BIBLIOGRAFÍA:

Anónimo. (2007). La Comprensión de las ironías orales. *Estudios filosóficos*, (42), 79- 94.

Anónimo. Decepciones. (2003) Consultado el 16 de mayo de 2016, de <http://www.psicologiaparatodos.com/psicologianuevo/post.asp?TID=3442>.

Barthes, R. (1986). Lo obvio y lo obtuso. (2da. Ed). Francia: EditorialPaidós.

Barthes, R. .Bremond, C., Torodov, T. & Metz, C., (1972).*La Semiología*. (2da. Ed). Argentina: Editorial Tiempo Contemporáneo.

Barthes, R. (1993) La Aventura Semiológica. (2da. Ed). España: Editorial Paidós.

Cáceres, Z. (2006). Viabilidad de una emisora de Tv local, en tiempos de Globalización. El caso de la ciudad de Arequipa (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú.

“Cartel del Humor”. (2014, 13 de enero). Consultado el 15 de junio del 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=ovLUTEPZyoI>

“Cartel del Humor”. (2014, 26 de enero). Consultado el 15 de junio del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=xGhTL0KKJ_w

“Cartel del Humor”. (2014, 09 de febrero). Consultado el 15 de junio del 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=aa7_MtfLXBU

“Cartel del Humor”. (2014, 09 de febrero). Consultado el 15 de junio del 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=aa7 MtfLXBU>

“Cartel del Humor”. (2014, 23 de febrero). Consultado el 16 de junio del 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=ZCI2jPMzHTw>

“Cartel del Humor”. (2014, 02 de marzo). Consultado el 16 de junio del 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=iYGN5UfS TU>

“Cartel del Humor”. (2014, 23 de marzo). Consultado el 16 de junio del 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=Sd3KlUgyPTY>

“Cartel del Humor”. (2014, 22 de junio). Consultado el 16 de junio del 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=AjdVvp5G4FQ>

DefiniciónABC. Definición de Ofensa (2007) Consultado el 16 de mayo de 2016, de <http://www.definicionabc.com/comunicacion/ofensa.php>.

Educarchile. La Comparación. (2013, 28 de febrero) Consultado el 16 de mayo de 2016, de <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?id=206874>.

Edukavital. Definición de Decepción – Significado de Decepción. (2013, Mayo) Consultado el 16 de mayo de 2016, de <https://edukavital.blogspot.pe/2013/05/decepcion-definicion-de-decepcion.html>.

Edukavital. Significado de Elogio| Definición, Concepto y Qué es Elogio. (2015, Julio) Consultado el 16 de mayo de 2016, de <https://edukavital.blogspot.pe/2015/07/significado-de-elogio-definicion.html>.

Guinocchio, M. (2010). El discurso irónico en el programa radial juvenil limeño Caídos del Catre (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.

Gonzalez, C. (2009). La Crítica desde la Ironía en la TV. Una aproximación semiótica al programa Peter Capusotto y sus videos. *Cuadernos de H Ideas*, 3(3).

Idágarra, F. (2014). La Ironía en la Imagen: Otto Dix y David LaChapelle (Tesis de maestría). Universidad Nacional Sede Medellín, Colombia.

Janckélévich, V. (2015). La Ironía. (1ra. Ed). Buenos Aires: Editorial El Cuenco de Plata.

Peña, B. (2004). El Mercado Audiovisual en el Distrito de Ayacucho (Tesis de pre grado). Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, Perú.

Saavedra, L.(2012). Ironía y Actos de Habla. Análisis Pragmático de la Ironía Verbal como Recurso Humorístico en un Corpus de historietas en Lengua Española (Tesis de maestría).Universidad de Chile, Chile.

.Urbanres. Hipocresía: Definición y Características. (2010, 28 de febrero) Consultado el 15 de mayo de 2016, de <http://urbanres.blogspot.pe/2010/02/hipocresia-definicion-y-caracteristicas.html>

ANEXOS



ANEXO 01
MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cómo se manifiesta la ironía en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por el canal televisivo ATV – 2014? Problemas específicos ¿Qué expresiones de ironía se presentan en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por el canal televisivo ATV– 2014? ¿Cuál es el sentido de las expresiones irónicas que se encuentran en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por canal televisivo ATV – 2014?	General Estudiar las manifestaciones de ironía en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por el canal televisivo ATV – 2014? Específicos Identificar las expresiones de ironía que se presentan en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por canal televisivo ATV – 2014. Determinar cuál es el sentido de las expresiones irónicas que se encuentran en el programa humorístico “El Cartel del Humor” emitido por el canal televisivo ATV – 2014.	General La ironía en el programa humorístico “El Cartel del Humor” se manifiesta, a través de la hipocresía y la decepción. Específicos Las expresiones de ironía que se presentan en el programa humorístico “El Cartel del Humor” son expresiones elogiosas, ofensivas, comparativas. El sentido de las expresiones irónicas que se encuentran en el programa humorístico “El Cartel del Humor” son de juicios de valor positivos, negativos, antipatía, simpatía, conciliación y acusación	Variable Ironía Indicadores - Hipocresía - Decepción Sub Indicadores - Elogios - Ofensas - Comparaciones	Tipo de investigación Por su Naturaleza Básica Por su Nivel Descriptivo Enfoque Cualitativo Diseño de la investigación No experimental transversal Métodos para la investigación Método semiológico. Población de estudio La población está constituido por todas las emisiones del programa humorístico “El Cartel del Humor” durante el 2014. Muestra n = 8 segmentos del programa humorístico “El Cartel del Humor” emitidos durante el 2014. Técnicas: Análisis de Contenido. Instrumentos: Ficha de Análisis de Contenido.



ANEXO 02

GUÍA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA IRONÍA PRESENTADO EN EL PROGRAMA “EL CARTEL DEL HUMOR”

Programa: “El Cartel del Humor”

Segmento:

Personaje Imitado:

Fecha de Emisión:

Horario:

MENSAJE EMITIDO DEL PROGRAMA “ EL CARTEL DEL HUMOR”	VARIABLE IRONIA <i>Indicadores de análisis</i>			
	Elementos irónicos que predominan en el programa		Mensaje irónico en el programa	Expresiones construidas desde la ironía
	Hipocresía	Decepción		
DENOTATIVO				
CONNOTATIVO				