

TPE30



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL  
LICENCIATURA EN PERIODISMO

TESIS MONOGRÁFICA

**INFLUENCIA DE LAS TELECOMEDIAS *REBELDE WAY*  
Y *SON AMORES* EN EL HABLA DE LOS ADOLESCENTES**

AUTORA: ANABELLA SARUBBI

DIRECTORA DE LA CARRERA: LIC. ERICA WALTER

TUTOR DE LA TESIS MONOGRÁFICA: LIC. JORGE MARTIN

ASIGNATURA: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA

CÁTEDRA: DR. DANIEL SINÓPOLI Y LIC. IVONNE LAUGIER

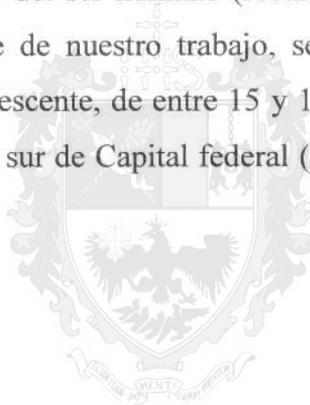
BUENOS AIRES, 2 DE MAYO DE 2006

4302-5737  
sarubbianabella@fibertel.com.ar



## RESUMEN

En la presente tesis se analiza la influencia de los programas televisivos *Rebelde Way* y *Son Amores* en la construcción del discurso de los adolescentes, caracterizado por el uso de neologismos, transgresiones sintácticas, gestos singulares y normas privadas y heterodoxas de comportamiento. Para la determinación del propósito se estudiaron los efectos de la televisión en el lenguaje de los adolescentes dentro del siguiente marco teórico: estudios de la comunicación, estudios culturales, teoría de usos y gratificaciones, y estudios de recepción. Además, se define *lenguaje* y sus diferencias con *lengua* y *habla* (a partir de la lingüística), y la *palabra* como elemento estructurante del ser humano (recurriendo a la psicología). En el último capítulo, para comprobar el eje de nuestro trabajo, se transcriben los datos de la encuesta realizada a una población adolescente, de entre 15 y 18 años de edad, en el colegio secundario católico *Zaccaría* de la zona sur de Capital federal (barrio Barracas) en diciembre de 2004.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## PALABRAS CLAVE

- Lenguaje.
- Adolescencia.
- Televisión.
- Habla.
- Telecomedia.
- Comunicación.
- Cultura.
- Psicología.



---

ÍNDICE

---

INTRODUCCIÓN .....	5
<b>CAPÍTULO I: LA TELEVISIÓN .....</b>	<b>8</b>
I.1. Discurso o lenguaje televisivo.....	10
I.1.1. Democratización televisiva.....	11
I.1.2. La Televisión como movimiento .....	13
I.1.3. La Televisión como discurso fragmentado .....	13
I.1.4. La Televisión y la bidimensionalidad.....	15
I.1.5. La palabra en la Televisión .....	17
I.1.6. Poder hipnotizador de la Televisión.....	18
I.1.7. Pasividad generada por la Televisión.....	19
I.2. Efectos de la Televisión .....	19
I.2.1. Modelo de la aguja hipodérmica o modelo laswelliano.....	21
I.2.2. Mediaciones .....	22
I.2.3. Predisposiciones.....	23
I.2.4. Lugares de Mediaciones.....	26
I.2.5. Audiencia .....	27
I.2.6. Tipos de efectos .....	30
<b>CAPÍTULO II: LENGUAJE Y ADOLESCENCIA .....</b>	<b>32</b>
II.1. Lingüística y Lenguaje .....	33
II.1.1. Lenguaje y Lengua .....	36
II.1.2. Lengua y Habla.....	37
II.1.3. Significante y Significado.....	38
II.2. Psicología del adolescente. Diferentes conceptualizaciones.....	39
III.3 Televisión y lenguaje adolescente.....	51
III.3.1. El habla adolescente en las telecomedias .....	52
III.3.2. Encuesta de la <i>Fundación de Contenidos, Medios y Sociedad</i> .....	56



<b>CAPÍTULO III: PROGRAMAS TELEVISIVOS: <i>REBELDE WAY</i> Y <i>SON AMORES</i>.....</b>	<b>58</b>
III.1. Argumento de la telecomedia <i>Rebelde Way</i> .....	59
III.1.2. Personajes de <i>Rebelde Way</i> .....	60
III.2.2. Argumento de la telecomedia <i>Son Amores</i> .....	61
III. 2.1. Personajes de <i>Son Amores</i> .....	61
III. 3. Comportamiento adolescente en las telecomedias.....	62
III.4. Estudio de campo. Encuesta realizada en diciembre 2004 .....	68
<b>Conclusiones.....</b>	<b>80</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>83</b>



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



## INTRODUCCIÓN

“Es absolutamente evidente que el arte del cine se  
inspira en la vida, mientras que la vida se inspira en la  
televisión”  
(Woody Allen)<sup>1</sup>



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

---

<sup>1</sup> [www.ideasapiens.com/ocio/frases/frases W. Allen.htm](http://www.ideasapiens.com/ocio/frases/frases_W.Allen.htm)



En nuestro tiempo la juventud es un símbolo y en tal calidad condiciona una cantidad de actividades ligadas con el cuerpo, la imagen y la palabra.

La televisión es la encargada fundamental de legitimar las maneras de ser, hablar y pensar de los jóvenes. Cada época y cada sector social postula formas de ser joven. Hay muchos modos de experimentar la juventud y variadas las oportunidades de presentar y representar la persona en su desarrollo desde la pre-adolescencia a la adolescencia y la juventud propiamente dicha, en nuestra sociedad urbana.

La atención hacia ciertos tipos de géneros televisivos varía de acuerdo con los intereses de la audiencia. Ésta no sólo difiere por sexo y edad, sino también por motivaciones socioculturales. La existencia de la televisión es suficiente para modificar enteramente la participación de todos en el mundo de la cultura. Es tan profunda su influencia que afecta el contenido del lenguaje. El propósito de esta tesis consiste precisamente en estudiar cómo el lenguaje televisivo influye sobre el lenguaje adolescente.

Es indiscutible que los jóvenes, en especial, se relacionan de manera afectiva con la televisión. Los programas de ficción, extraídos de las vivencias cotidianas, se apoyan con su lenguaje audiovisual en signos de gran carga asociativa para los adolescentes. Utilizaremos en este trabajo el término adolescente para designar la primera etapa de la juventud.

La influencia de las telecomedias *Rebelde Way* y *Son Amores* en el habla de los adolescentes es el tema de esta investigación. Se analizarán los cambios en el lenguaje verbal y social de una población adolescente, de entre 15 y 18 años, de clase media de la zona sur de Capital Federal (barrio Barracas), teniendo en cuenta como marco de referencia las dos telecomedias mencionadas de televisión abierta.

En el primer capítulo estructuramos el material de modo que sirva como introducción al tema de la televisión, especialmente en todos aquellos aspectos que consideramos importantes para nuestra tesis. Primeramente, definimos el discurso o lenguaje televisivo y explicamos sus características propias. En segundo lugar, determinamos los efectos posibles de la televisión en los adolescentes para lograr, así, un mayor entendimiento del complejo fenómeno televisivo a partir de distintas perspectivas; complejo por su lenguaje y por sus efectos sociales. Al ser el lenguaje y la psicología del adolescente variables claves de la presente tesis,



acudimos, en el segundo capítulo, a la lingüística de Ferdinand de Saussure para dar cuenta de las diferencias entre lenguaje, lengua y habla; y a la psicología para analizar el comportamiento adolescente. Para esto fue necesario recurrir a distintos especialistas de esta etapa evolutiva. A continuación, estudiamos el habla adolescente utilizado en las telecomedias. En el tercer capítulo analizamos los programas televisivos *Rebelde Way* y *Son Amores* teniendo en cuenta los argumentos y la psicología de sus personajes, y concluimos el capítulo con los resultados del estudio de recepción llevado a cabo en diciembre del 2004.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



## CAPÍTULO I: LA TELEVISIÓN



“El medio es el mensaje”  
(M. McLuhan)<sup>2</sup>

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

---

<sup>2</sup>[www.magyn.galeon.com](http://www.magyn.galeon.com)



La televisión es el más universal de todos los medios de comunicación. Podríamos pensar que ella ejerce una verdadera fascinación sobre el público y es a la vez la difusora de todo tipo de información. Su existencia es suficiente para modificar el conocimiento de la audiencia televisiva.

Debido a su carácter omnipresente, su fuerza sugestiva, su gran accesibilidad y su inserción en el marco de la vida familiar, la televisión constituye uno de los factores fundamentales de la cultura de masas.

La televisión como medio de comunicación incide en la escena de la vida cotidiana de las personas, está relacionada con el hogar, la familia y el trabajo, y en gran medida influye en las relaciones intervinculares. Paradójicamente, son muy pocas las personas que reconocen el impacto real que tiene la televisión sobre ellas.

El término comunicar implica un intercambio y podemos afirmar que cada vez más la gente usa los medios de comunicación y fundamentalmente la televisión para informarse, aceptar o rechazar modelos, normas sociales, hábitos de vida y para adquirir conocimientos.

Esto implica un gran cambio ya que antes las personas se conocían directamente. Nuestros propios pares eran fuente de información y orientación; ahora, esa vinculación está sustituida por los medios de comunicación.

Es por ello necesario tomar conciencia de que el conocimiento se adquiere por mensajes contruidos por otras personas. Es importante saber cuáles son los móviles más frecuentes que condicionan y marcan la producción de los programas. Uno de ellos es vender productos y otro es sostener determinados intereses, muy alejados de los objetivos de formar, educar y colaborar con el desarrollo de la audiencia y por ende de la sociedad en su conjunto.

Frente al hecho televisivo, frente a lo que nos ofrece la televisión, cada uno de nosotros puede o no desechar lo que aliena y estupidiza y aprovechar lo que sirve para nuestro propio desarrollo como personas. Para mejor entender todo el desarrollo que vamos a hacer a lo largo de esta investigación, nos parece oportuno explicitar nuestra posición frente al hecho televisivo. Nuestra postura podría resumirse -utilizando una conocida dicotomía del semiótico italiano Umberto Eco- en lo siguiente: ni apocalíptica, ni integrada.