



Universidad Nacional de Loja
Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación
Comunicación Social

TÍTULO

Análisis semiótico y de discurso del programa infantil PJ MASKS: Héroes en pijamas durante el periodo enero 2016 – junio 2018

Proyecto de tesis previo a la obtención del título de licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

AUTORA

Briggette Dayanna Vega Barriga

DIRECTORA

Lcda. Mónica Maldonado Espinosa

LOJA - ECUADOR

2021

CERTIFICACIÓN

Lcda. Mónica Maldonado Espinosa.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

CERTIFICA:

Haber orientado, dirigido y revisado cuidadosamente el presente trabajo de investigación denominado: **Análisis semiótico y de discurso del programa infantil PJ MASKS: Héros en pijamas durante el periodo enero 2016 – junio 2018**, cuya autoría corresponde a la egresada: **BRIGGETTE DAYANNA VEGA BARRIGA**. Previa a la obtención del grado de licenciada en **CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**. En virtud que el presente informe cumple con los requisitos necesarios para su análisis, estudio y sustentación como lo estipulan las normas generales de graduación vigente en la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, autoriza su presentación.

Loja, 8 de abril de 2021.



Firmado electrónicamente por:
**MONICA
MALDONADO
ESPINOSA**

Lcda. Mónica Maldonado Espinosa.
DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Brigette Dayanna Vega Barriga, declaro ser autora del trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Autora: Brigette Dayanna Vega Barriga.

Firma:

Cédula: 1105550576

Fecha: Loja, 17 de mayo del 2021

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO
COMPLETO.**

Yo, Brigette Dayanna Vega Barriga, declaro ser autora del trabajo de tesis titulada: **ANÁLISIS SEMIÓTICO Y DE DISCURSO DEL PROGRAMA INFANTIL PJ MASKS: HÉROES EN PIJAMAS DURANTE EL PERIODO ENERO 2016 – JUNIO 2018**, como requisito para optar al grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social; autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los diez y siete días del mes de mayo del dos mil veintiuno.

Firma:

Autora: Brigette Dayanna Vega Barriga.

Número de cédula: 1105550576

Dirección: Loja, Lojana de Turismo, Eduardo Mora y Eduardo Unda.

Correo electrónico: brigettevega@outlook.com

Celular: 0967173229

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora de tesis: Lcda. Mónica Maldonado Espinosa. Mg. Sc.

Presidente: Dra. Mónica Hinojosa Becerra Ph.D.

Primer Vocal: Mgs. César Sandoya Valdiviezo.

Segunda Vocal: Mgs. Fausto Boada Hurtado.

Fecha: Loja, 17 de mayo del 2021

AGRADECIMIENTO

Agradezco con fe enardecida a la Virgen de El Cisne por cubrirme con su manto maternal, a mis padres por su apoyo perenne en las adversidades, a mi esposo por alentarme con sus bromas a mitad de la noche y a mi hijo por inspirarme a escoger este tema.

De manera especial, agradezco a la gloriosa Universidad Nacional de Loja por permitirme estar en sus aulas, participar en sus acontecimientos académicos y de sano esparcimiento. Y parte de esta institución es mi directora de tesis, Mónica Maldonado, una mujer y docente increíble, que supo orientar mi trabajo como si fuera el de ella.

Infinitas gracias a quienes, de manera indirecta, me impulsaron a ser cada vez mejor.

Dios les pague.

DEDICATORIA

A mis padres, Mercy Barriga y Gonzalo Vega. De manera especial a mi madre, porque sin ella jamás hubiese descubierto la mujer valiente que escondía en mi interior.

A mis abuelitos, Selmiro Barriga y Mariana Robles, quienes me criaron con todo el amor que pudieron darme y que me enseñaron cuán valiosa resulta la gratitud y la honradez en todas las etapas de la vida.

A mi esposo, Marlon Andrés Escudero, porque ha sido un gran apoyo y motivación para alcanzar este objetivo.

A mi hijo, Marlon Adriel, porque mientras aprendo a ser madre, también aprendo a comunicar desde la curiosidad de un niño.

Brigette Vega.

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN											
TIPO DE DOCUMENTO	AUTORA TÍTULO DE LA TESIS	FUENTE	FECHA - AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DESAGRUPACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIO O COMUNIDAD		
TESIS	BRIGGETTE DAYANNA VEGA BARRIGA ANÁLISIS SEMIÓTICO Y DE DISCURSO DEL PROGRAMA INFANTIL PJ MASKS: HÉROES EN PIJAMAS DURANTE EL PERIODO ENERO 2016 – JUNIO 2018.	UNL	2021	ECUADOR	LOJA	LOJA	LOJA	SUCRE	LOJANA DE TURISMO	CD	LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN LOJA

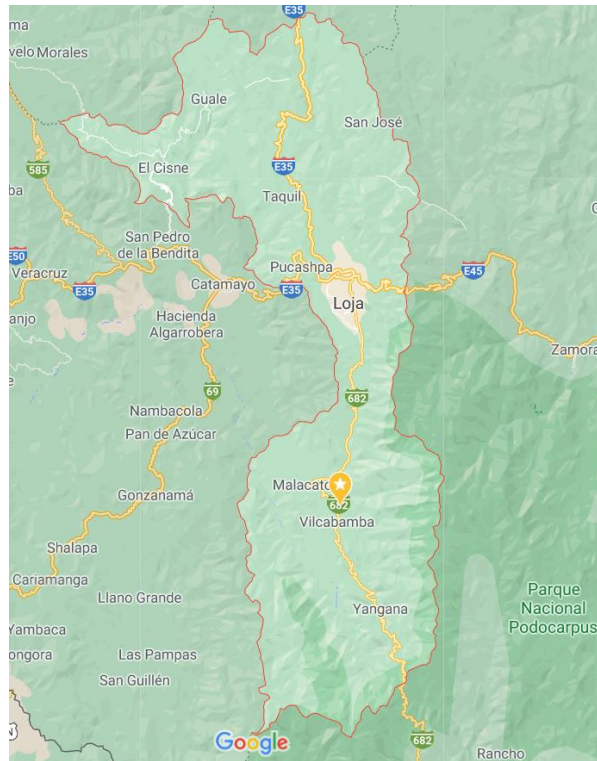


Figura. El mapa muestra la ubicación geográfica de la provincia de Loja. Tomado de *Google Maps (2021)*. <https://cutt.ly/Fkt814m>

CROQUIS DE LA INVESTIGACIÓN

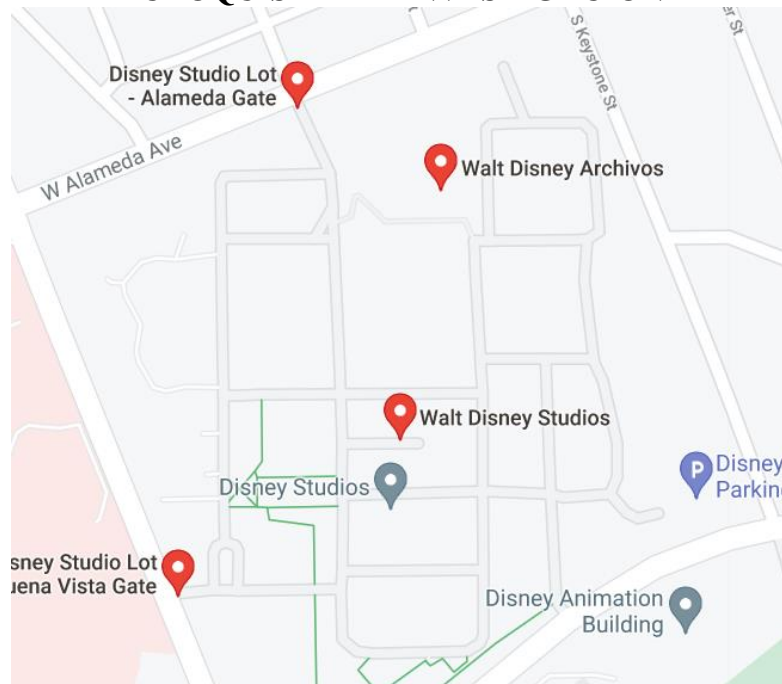


Figura. El mapa muestra la ubicación geográfica de Walt Disney Studios, en Burbank, California, Estados Unidos. Tomado de *Google Maps (2021)*. <https://cutt.ly/fb17svK>

ESQUEMA DE TESIS

- i. PORTADA
 - ii. CERTIFICACIÓN
 - iii. AUTORÍA
 - iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
 - v. AGRADECIMIENTO
 - vi. DEDICATORIA
 - vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
 - viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
 - ix. ESQUEMA DE TESIS
 - a. TÍTULO
 - b. RESUMEN
ABSTRACT
 - c. INTRODUCCIÓN
 - d. REVISIÓN DE LITERATURA
 - e. MATERIALES Y MÉTODOS
 - f. RESULTADOS
 - g. DISCUSIÓN
 - h. CONCLUSIONES
 - i. RECOMENDACIONES
 - PROPUESTA ALTERNATIVA
 - j. BIBLIOGRAFÍA
 - k. ANEXOS
 - PROYECTO DE TESIS
- OTROS ANEXOS

a. TÍTULO

ANÁLISIS SEMIÓTICO Y DE DISCURSO DEL PROGRAMA INFANTIL PJ
MASKS: HÉROES EN PIJAMAS DURANTE EL PERIODO ENERO 2016 – JUNIO 2018

b. RESUMEN

El presente trabajo investigativo analiza el discurso de la serie infantil PJ Masks: Héroes en pijamas, el objetivo de nuestro estudio es determinar los recursos visuales y lingüísticos utilizados en la construcción de mensajes. Este análisis nos permitió reconocer las características discursivas recurrentes en cada episodio, respecto al lenguaje utilizado y los elementos de la semiótica visual, que logran una respuesta positiva del público infantil. Se propuso una metodología cualitativa a través de fichas de observación y análisis de discurso, y se identificaron las características lingüísticas y gráficas presentes en dos temporadas. En la serie reconocemos un lenguaje sencillo, palabras y frases de hasta tres palabras que se repiten en todos los episodios. En cada capítulo, el mensaje gira en relación a un problema que debe enfrentar uno de los héroes, los conflictos que le crean y cómo lo supera con el apoyo de sus amigos. Se trabajó a partir de dos fichas de observación independientes, una de análisis semiótico: escenografía, vestuario, color, encuadre y movimientos de cámara; y una segunda para analizar el discurso: palabras y frases claves, texto y léxico utilizado. Las estrategias discursivas empleadas, responden a una serie de mensajes que buscan reforzar valores en los niños, mediante una fórmula de repetición continua de un mensaje, cambiando lo negativo a positivo. A nivel semiótico se trabajan colores saturados e intensos, locaciones únicas y símbolos que identifican a cada personaje, cada héroe tiene un color y un símbolo acorde a sus vehículos y complementos, esto permite que los niños los identifiquen de forma inmediata. Las frases que lo representan son cortas y relacionadas con sus habilidades. El mensaje de cada capítulo entrelaza: el detener al villano y la superación de un conflicto personal de cada héroe.

Palabras clave: análisis de discurso; Disney; Héroes en Pijamas; semiótica visual; serie infantil; PJ MASKS; preescolar.

ABSTRACT

This research work analyzes the discourse of the children's series PJ Masks: Heroes in pajamas, the objective of our study is to determine the visual and linguistic resources used in the construction of messages. This analysis allowed us to recognize the recurrent discursive characteristics in each episode, regarding the language used and the elements of visual semiotics, which achieve a positive response from the children's audience. A qualitative methodology was proposed through observation cards and discourse analysis, and the linguistic and graphic characteristics present in two seasons were identified. In the series we recognize a simple language, words and phrases of up to three words that are repeated in all episodes. In each episode, the message revolves around a problem that one of the heroes must face, the conflicts they create and how he overcomes them with the support of his friends. We worked on the basis of two independent observation sheets, one for semiotic analysis: scenery, costumes, color, framing and camera movements; and a second one to analyze the discourse: key words and phrases, text and lexicon used. The discursive strategies used respond to a series of messages that seek to reinforce values in children, through a formula of continuous repetition of a message, changing the negative to the positive. At a semiotic level, saturated and intense colors, unique locations and symbols that identify each character, each hero has a color and a symbol according to their vehicles and accessories, this allows children to identify them immediately. The phrases that represent them are short and related to their abilities. The message of each chapter intertwines: stopping the villain and overcoming a personal conflict of each hero.

Keywords: discourse analysis; Disney; Heroes in Pajamas; visual semiotics; children's series; PJ MASKS; preschool.

c. INTRODUCCIÓN

La producción audiovisual infantil se identifica por el uso de colores llamativos, escenografías entretenidas y personajes novedosos. Con el paso de los años genera mensajes cada vez más complejos incorporando nuevos términos en el lenguaje de los espectadores. Existen muchos estudios sobre la influencia del cine y la televisión sobre las audiencias, su contenido siempre está en estudio y cada vez se abordan nuevos temas como: el género, el machismo, la violencia, el racismo, la discriminación, el rol de la mujer, etc. Consideramos que los códigos semióticos, los códigos visuales y las estrategias discursivas empleadas en los programas infantiles están ligadas al mensaje que quieren transmitir a los niños, estos mensajes además pueden estar ligados a los procesos de aprendizaje y las experiencias de los niños en cada una de sus etapas de madurez y crecimiento.

Identificar cómo funciona un programa infantil, respecto a sus mensajes visuales y de discurso, estaremos otorgando herramientas y pautas para la creación de contenidos educativos que puedan sostener y difundir un mensaje de valores y verdadero aprendizaje para los menores.

La serie *Héroes en Pijamas* está dirigida a un público infantil de entre 3 a 5 años de edad, es decir, edad preescolar. Al momento se han observado dos temporadas, con capítulos de 23 minutos de duración y con una muestra de 9 episodios de la primera y segunda temporada, los mismos que contienen dos episodios, por lo tanto, la muestra se determina como 18 episodios por temporadas. Considerando que el discurso y la semiótica visual utilizada en cada episodio gira en torno a un valor o la superación de los miedos y conflictos de los protagonistas.

Por ello, nos planteamos como objetivos: Objetivo general: Realizar un análisis semiótico y discursivo de la serie infantil *Pj Masks: Héroes en Pijamas*, para determinar qué recursos visuales utilizan en la construcción de la imagen de la serie y cómo, a través del discurso, llegan

al público infantil con mensajes. En este objetivo se aplicó la estrategia de Construcción textual. Nos planteamos, también, tres objetivos específicos: Analizar la serie de animación infantil Pj Masks: Héroes en Pijamas y determinar los recursos visuales y cómo los utilizan en la construcción de la imagen; Determinar a través del análisis discursivo el mensaje de la serie infantil Pj Masks: Héroes en Pijamas y cuáles son los elementos lingüísticos que se utilizan, en la construcción del mensaje; y, Con base en los resultados de la investigación crear una propuesta alternativa. Respecto a estos objetivos, identificamos la aplicación de los códigos semióticos: estéticos, lógicos y sociales, y de los códigos visuales: perceptivos, de reconocimiento, de transmisión, tonales, icónicos, iconográficos, retóricos y del inconsciente; así como de las estrategias discursivas de Análisis de Discurso, estrategia de Memoria a Largo Plazo y las Macroestrategias Semánticas.

La metodología empleada fue la cualitativa, ya que analizamos variables discursivas como: escenografía, personaje, vestuario, atrezzo, colores, símbolos, íconos, planos y movimientos de cámara. Así también recogimos variables semióticas como: movimientos de cámara, escenografía, vestuario, íconos, símbolos y colores de las escenas más representativas de la serie, en sus dos temporadas. Al recopilar la información se logró un alcance explicativo de cuatro bloques o escenas: inicio, morfofisis, combate y solución. Determinamos los códigos semióticos, códigos visuales y las estrategias discursivas empleadas en los 36 episodios, lo cual fue posible mediante la aplicación de fichas de observación.

Bajo los códigos y estrategias empleadas en la serie, se puede reconocer: la repetición de escenografías genera que los niños tengan la ventaja al conocer sobre cuál es el personaje que aparecerá, los colores básicos que representan a los protagonistas principales buscan que los niños interioricen la relación color-poder-superhéroe; y, los íconos representativos aspiran a señalar qué sitio, vestuario, atrezzo o color le pertenece a cada personaje, sea héroe o villano.

La utilización de palabras sinónimas, antónimas, hiperónimas y polisémicas permiten enriquecer el vocabulario del espectador, al mismo tiempo que sugieren un cambio de comportamiento de acuerdo al mensaje del episodio.

d. REVISIÓN DE LA LITERATURA

CAPÍTULO I

1.La Animación

1.1.Historia

La animación apareció mediante caricaturas filmadas que, al verlas actualmente, darían la impresión de tener un público infantil.

La primera obra se tituló *Humorous phases of funny faces*, nació de manos de James Stuart Blackton en 1906, no tenía un argumento establecido y duraba tres minutos, en ella se mostraban dibujos que cambiaban de expresión, plasmados en una pizarra. En 1913, John R. Bray y Raoul Barré desarrollaron la técnica de dibujos animados sobre acetatos, de esta forma se evitaba la tarea de dibujar todo el fotograma, se podía separar el fondo de los personajes e incluía el uso de color de forma manual.

En referencia al fotograma, Valdivieso (2014) destaca el trabajo de “Goul y Harrison creadores de Krazy Kat, Walter Lanz creador de Bugs Bunny, Otto Messmer y Pat Sullivan creadores de El Gato Felix o Max Fleischer que dio vida a la famosa Betty Boop”, así mismo, menciona la entereza de Walt Disney por crear “su propia productora de animación y fragmentando el trabajo en diferentes fases de las que se encargaban distintos grupos de trabajo” (p.93). De este modo, Disney no solo convirtió la animación en una cadena de producción, también, inventó la máquina de toma de planos múltiples o cámara multiplano, con lo que generó la ilusión de profundidad.

En Análisis de los dibujos animados emitidos en televisión: personajes, estilos y mensajes, se mencionan los avances de la animación o dibujos animados, los cuales enlisto a continuación:

Walter Ruttmann, 1921 *Lichtspiel, Opus Nr. 1*. Sería la primera de una serie de tres películas tituladas Absolute films.

Oskar Fischinger, en su trabajo *Wax experiments* de 1921-23, desarrolló nuevas técnicas de animación con lo que completó su primera película en color *Kreise/Circles* en 1933, empleando el proceso Gaspar Color.

Con la llegada de nuevas tecnologías, John Whitney creó Motion Graphics Inc. en 1960 produciendo efectos de luz generados por ordenador. Posterior a ello, en 1982, apareció la primera película con animación digital de carácter comercial, su nombre fue *Tron*. Fue producida por Disney y dirigida por Steven Lisberger. En 1993 se logró apreciar una serie de televisión creada con ordenador. *Reboot* fue producida en Canadá por la compañía Mainframe Entertainment y creada por Ian Pearson, Gavin Blair, Phil Mitchell y Jhon Grace. La investigación en técnicas de la animación que simulen la realidad, llegó con Pixar y la película *Toy Story* en 1995, revolucionando la animación 3D. (Valdivieso, 2014, pp.95-98)

Los inicios de los dibujos animados en Ecuador, se dieron en 1967 cuando el caricaturista, Gonzalo Orquera, realizó el primer corto publicitario de dibujos animados bajo el sonido del técnico de consola Rodrigo Cevallos y junto al camarógrafo Carlos Semblante, dentro de Canal 4 “La Ventana de los Andes”. En lo posterior, Orquera realizó varios cortos publicitarios en cine 16mm, a decir de Castro y Sánchez (1999):

El denominador común de estas propuestas estuvo determinado por simples trazos en línea negra sobre fondo blanco, aunque en algunos de ellos esta característica se invirtió: trazos blancos sobre un fondo negro. En cuanto a los personajes, éstos no pasan de dos y aparecen en una escenografía poco complicada. (p.18-19)

Castro y Sánchez (1999) describe varios acontecimientos en la animación ecuatoriana, los mismos que se citan a continuación:

Miguel Rivadeneira: en 1980 realizó comerciales; en 1983, creó su primer corto “El papel”, luego de ello a “El licenciado” y “El macaco”; y en 1984, “El Corño”.

Cinearte, con su director Edgar Cevallos: en 1989 da vida a “Evaristo”; en 1997 aparece “Julio Jaramillo” junto a “Evaristo” en un promocional gubernamental; en 1992 presenta a “Máximo” auspiciado por UNICEF; y, en 1996 se inicia el proyecto de la serie “Albert”.

Alvaro Villagómez: en 1990 realizó el primer spot de dibujos animados con gráficos bidimensionales computarizados.

Xavier Bonilla: en 1991 realizó 12 cortos de dibujos animados computarizados.

Taller Internacional de Animación, auspiciado por el IPAL y Cedep: 15 personas produjeron 5 cortos y varias pruebas hechas con muñecos y con programas computarizados.

Luis Peñaherrera: en 1992 creó a “Juan Pueblo” para spot publicitario del Municipio de Guayaquil.

CIESPAL, UNICEF, Instituto Cubano de Radio y Televisión: en 1994 promovieron un taller sobre técnicas de creación de dibujos animados, los participantes produjeron “Cambiamos el color del cielo” trabajo de 6 semanas y creación de 52 segundos.

Eduardo Villacís: en 1995 obtuvo el cuarto lugar en un concurso de storyboard para animación computarizada en Mtv.

Juan Ruiz y sus alumnos de CIESPAL: en 1995 realizaron un spot ambiental de un minuto con quince segundos, en los que participa un Nando, un marinero, y sus amigos, varios animales marinos, en 1996 produjeron “La Pacha Mama”, “Control de quemas”, “Bosque andino nativo” y “El páramo”, estos eran una combinación de dibujos animados y acción real, trabajado durante cinco meses.

Xavier Bonil: en 1996 creó una muestra de dibujos computarizados experimentales en tres dimensiones, la cual era una sátira contra la exministra de Educación, Sandra Correa.

Productora Carrasco: en 1997 produjeron 30 spots publicitarios en una combinación de dibujos animados, animación computarizada en tercera dimensión y acción real.

Verdeimagen: en 1997 esta empresa de publicidad creaba dibujos animados bidimensionales y tridimensionales.

Equis Producciones: en 1997 realizaron la primera de cinco etapas de “Los Llanganatis” el primer juego de video.

1.2. La animación

Animación se refiere al “término por el que comúnmente se entiende «el procedimiento de diseñar los movimientos de los personajes o de los objetos y elementos en las películas de dibujos animados», pero que hoy, gracias a los procesos digitales, encierra una mayor complejidad” (Real Academia Española, 2020, definición 5).

Gámez (2006, como se citó en Martín, 2005) expone su acepción para comprender lo que es la animación:

El cine de animación se caracteriza fundamentalmente por la ausencia de un referente real que imprima una huella, como en el caso del cine convencional o la fotografía. Esto lleva a los creadores a nutrirse de formas representacionales establecidas y reproducir así patrones de decodificación de la realidad con una larga tradición, lo que nos incita como mínimo a cuestionar los deseos de imitación de la realidad que lo digital conlleva. (...) Sin embargo, tras la aparente imitación de la realidad que los animadores digitales proclaman, se esconde una reproducción de formas de ver tremendamente convencionalizadas a lo largo de la historia visual de Occidente. Por lo tanto, es posible que la imagen no remita a algo real sino a otras imágenes de esa realidad, por lo que la verosimilitud se construye en el diálogo con otros textos visuales anteriores. La verosimilitud, por tanto, no sólo es virtual sino relativa. (p.2)

Respecto a los avances tecnológicos que hacen cada vez más complejos, pero reales, a los dibujos animados, responden a que:

“la pura excitación y la estimulación visual que producen este tipo de atracciones soslayan casi por completo los procesos de significación y las motivaciones cinemáticas clásicas, conservando solo las más elementales (y necesarias). Se trata de una experiencia que gira, quizás en torno a la visión aun cuando se dirige al resto de sentidos; una experiencia en la que el significado, entendido a la manera clásica (cinemática), queda sobrepasado o detenido por sensaciones de puro goce, de emoción visceral y casi de vértigo”. (Darley, 2002, p.95)

Lo que Darley indica es que, tanto los efectos como el diseño de los movimientos, entre otros elementos que buscan dar mayor sentido de realidad a los dibujos animados, en verdad causan una experiencia en todos los sentidos, haciendo que el espectador ignore ciertas significaciones y motivaciones del contenido cinematográfico que observa. Sin embargo, un concepto bastante completo, es el de Pereira (2005, como se citó en Porto 2014):

El llamado cine de animación surge cuando, en vez de fotogramas, comenzaron a proyectarse dibujos a gran velocidad capaces de generar en el espectador la sensación de movimiento. “Animación” proviene del término griego *anemos* (viento o aliento) pero también del latino *animus* (lo que da ánimo, vida). Cuando utilizamos la palabra “animación” nos estamos refiriendo a imágenes en movimiento a las que infundamos vida. Las técnicas de animación se basan en la filmación paso a paso, moviendo el objeto o realizando infinidad de pequeños cambios que consiguen que el resultado final sea un todo continuado. (p.42).

Se puede entender a la animación como un proceso de diseño de los movimientos de personajes y objetos de un filme de dibujos animados. El cine de animación nace del deseo de imitar la realidad mediante representaciones, que también responden a perspectivas o subjetividades, es decir, la creación de una imagen puede estar vinculada a otras imágenes de una misma realidad. Es el caso de la pobreza, no solo se ve contenido de gente que no tiene alimento, sino que se suele imitar a fotografías de realidades de los africanos. Actualmente, estos procesos son complejos debido a la digitalización, lo que crea sobreexcitación en el espectador, quien podría enfocarse fácilmente en la experiencia visual y olvidar las significaciones propuestas en el filme.

1.3 Esquemas gráficos

El diseño esquemático pretende demostrar aquello que no podemos ver a simple vista, aquello que se esconde en las figuras y formas del entorno y que se relaciona a nuestro pensamiento, por ello, Costa (2017) refiere:

Los esquemas son los precursores de la infografía abstracta con la que visualizamos la información. El lenguaje de los esquemas son los grafos, signos gráficos de la geometría elemental. Con ellos construimos cotidianamente los esquemas, diagramas, tablas, gráficos, algoritmos y modelos. Si el Escrito relata y la Imagen muestra, el Esquema, además, demuestra. Esta es la característica más singular de su especificidad como lenguaje, y de su fuerza de convicción. (p.39)

Así mismo, el grafismo informático o infografía con su aporte a la esquemática:

Ha superado la bidimensionalidad estática originaria de los esquemas de antes y después de Lull e incluso después de Gutenberg. Ahora, los esquemas informatizados poseen las nuevas dimensiones del Tiempo (el movimiento y el sonido) y de la Comunicación (la interactividad). (Costa, 2005, p.81)

En el libro *Esquematismo, El universo de la visualización y la Teoría Informacional del Esquema*, Costa (2016) indica el proceso sistema de lenguaje, construcción del esquema y percepción del mensaje, no sin antes recordar que “no hay visualización gráfica sin el concurso interactivo de: a) un soporte físico; b) un objeto o un elemento trazador; c) un repertorio de elementos gráficos combinables” (p.168). Por lo que nos presenta el siguiente tríptico de la propuesta teórica informacional:

Figura 1:

Propuesta teórica informacional de Joan Costa.

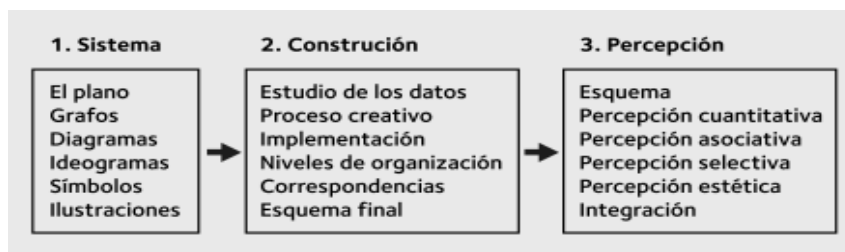


Figura 1. El tríptico señala el proceso: sistema de lenguaje, construcción del esquema y percepción del mensaje según Joan Costa. Tomado de *Sobre*

esquemática, pensamiento visual e infografía (p.168), por Costa J. (2016).
<https://url2.cl/SINZY>

Núñez (como se afirma en Sánchez 2015) indica:

Lo que prima en el mundo audiovisual son las imágenes, pero estas son polisémicas siendo imposible asignarles un significado único puesto que variará según el contexto cultural de quien las admira. Por ello, es necesario saber que hay que manejar una serie de herramientas y criterios para ver televisión. Un esquema básico lleva a establecer, al menos, tres grados de lectura:

- Lectura de los elementos informativos: qué.
- Lectura de los elementos semiológicos: cómo.
- Lectura de la idea central: por qué. (p.80)

CAPÍTULO II

Semiótica y Discurso

Semiótica de la imagen

Las imágenes están sujetas a diversas interpretaciones. Es la semiótica la disciplina que permite estudiar los signos y la interpretación que las personas hacen de su entorno de acuerdo a los significados que otorgan. La semiótica de la imagen oscila entre las interpretaciones de las imágenes u objetos, de modo que definimos lo que vemos, ya sea una escultura, fotografía o un simple gesto. Los elementos y signos que componen cada imagen se pueden comprender mediante esta rama de la semiótica.

Es fundamental reconocer y diferenciar los códigos lingüísticos de los no lingüísticos, los cuales explicamos a continuación:

- Códigos lingüísticos: significante y significado.
 - Significante: sonido y letras en los diferentes lenguas o tipos de escritura.
Ejemplo: la palabra GATO.

- Significado: Concepto literal. Ejemplo: El gato es un mamífero pequeño, es doméstico, etc.
- Códigos no lingüísticos: signos artificiales y signos naturales.
 - Signos lingüísticos artificiales: son creados por el hombre, es decir: señales, símbolos e íconos. Ejemplos: la escritura morse, el símbolo de cruz relacionado al cristianismo, los semáforos, etc.
 - Signos naturales: no son creados por el hombre. Ejemplos: las canas como señal de envejecimiento, las nubes negras como señal de lluvia, etc.

Un signo es aquel que puede sustituir el significante de cualquier cosa. La diferencia entre símbolo e ícono radica en varios aspectos puntuales, de modo que:

- Los símbolos representan ideas abstractas, apelan a figuras literarias como la ejemplificación, la alegoría o la metáfora y, aunque se interpretan con los sentidos, deben ser entendidos de manera, universal, regional o local para ser comprendidos. Por ejemplo, la cruz esvástica relacionada a la ideología Nazi.
- Los íconos, en cambio, responden al principio de semejanza, que es lo que sucede con las pinturas, esculturas, dibujos, entre otros. Estos no representan la realidad del objeto, sino que se apegan a condiciones de reconocimiento.

Para descifrar la semiótica visual, es necesario tomar aspectos importantes en el análisis de nuestro objeto de estudio, estos son: cómo es (características), lo que quiere decir, lo que no quiere decir y lo que dice. Hay reglas bien marcadas para posibilitar la interpretación, por ejemplo, sabemos que un sujeto (X) es superior a otro (Y) cuando aparece sobre o encima de este. Esta regla la conocemos de manera lógica por un orden jerárquico, así mismo ese puede

identificar por estratos sociales, ideologías políticas, religiosas o de género, expresiones faciales, relaciones o roles sociales, psicología del color, iconografía establecida, etc. Para el análisis no solo se observan las reglas, sino que se recurre a las artes, literaturas, sistemas, lenguaje, conocimientos ancestrales, artes adivinatorias, ritos, protocolos, modas, e incluso juegos.

2. Semiótica

La semiótica es la parte de la semiología que se basa en signos, que son los pueden ser interpretados de una manera matemática y que está presente en toda nuestra vida ya que todo conlleva reglas. (Español EAD, 2015). Para, Martínez (2017) se puede entender a la semiótica como el estudio de los signos dentro de sistemas de todo orden. Está relacionada con la lingüística. Se la puede considerar una ciencia, una disciplina y un campo de estudio. Zecchetto (2002), señala que:

La semiótica está relacionada con el problema del conocimiento, y con el modo mediante el cual podemos llegar a él a través del vehículo ineludible de los signos. La semiótica se presenta, entonces, como un punto de vista sobre la realidad, una mirada acerca del modo en que las cosas se convierten en signos y son portadoras de significado. (p.7)

Con base en lo expresado, la combinación de signos es el primer paso para crear un mensaje, es decir: “La codificación es la responsable de realizar la semiosis, es decir de relacionar un concepto con un significado a través de signos que sean entendidos plenamente por el receptor”. (Correa, 2012, p.40). Así mismo, la observación realizada por Montecé (2020) reafirma cómo los conocimientos y contextualizaciones son parte de la decodificación de mensajes:

El individuo Mediante la visualización de un objeto, realiza la decodificación del mensaje y acorde a sus conocimientos y suposiciones desde su punto de vista realiza una estructura (imagen, signo) la cual traduce para así comprender la forma gráfica la cual está estructurada por iconos y representaciones codificadas. (p.13)

A esto, es imprescindible sumarle la psicología del color, ya que, como mencionan (Valdez et al. (2012): “El color genera una personalidad específica no solo confiriendo un significado a las cosas, a las organizaciones y a las personas, sino también dotándolas de una personalidad e identidad específicas.” (p.36).

2.1 Códigos semióticos

Los códigos semióticos se utilizan para codificar significados en diversos contextos. Podemos reconocer estos significados mediante la entonación, gestualidad, señales, arte, literatura, epistemología, incluso, combinando los diversos subtipos de códigos semióticos. Así mismo, estos códigos identifican a los individuos y los grupos a los que pertenecen.

Rodríguez recoge las divisiones y subdivisiones de los códigos estéticos, lógicos y sociales, los mismos que se señalan y explican a continuación:

- **Estéticos**

Figura 2:

Códigos estéticos según Pierre Guiraud

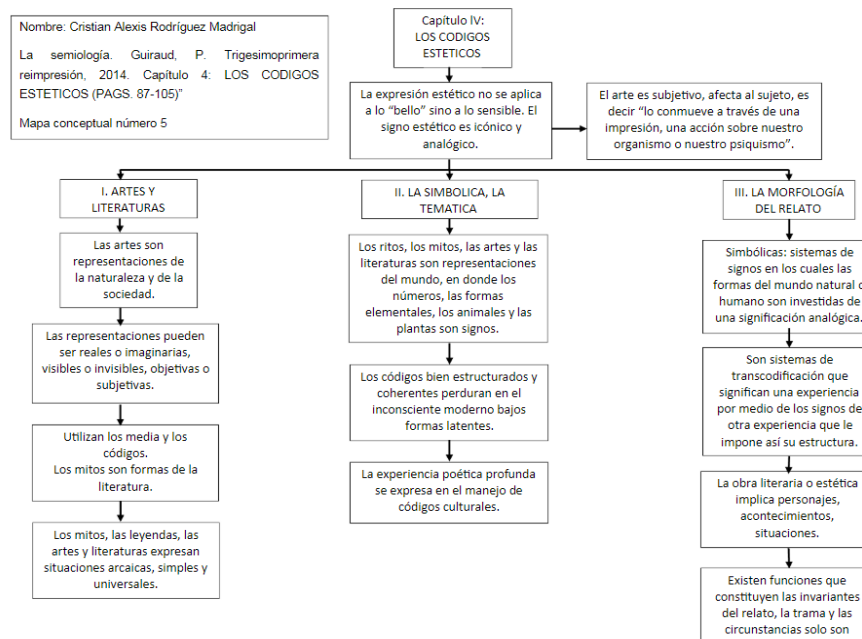


Figura 2. El mapa conceptual describe los códigos estéticos y sus subdivisiones según Pierre. Tomado de *StuDocu, asignatura de Semiología de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (cap.4)*, por Rodríguez C. (2018). <https://url2.cl/uhk57>

De acuerdo a lo expuesto en el cuadro anterior, los códigos estéticos no se refieren a la belleza sino a la sensibilidad, a la intervención de nuestra psiquis para darle valor al arte.

Estos códigos se dividen en: artes y literatura, la simbólica y la temática, y la morfología del relato. La primera división señala que, para el arte, los códigos son representaciones de la naturaleza y la sociedad, las mismas que pueden ser reales, visibles y objetivas, o, todo lo contrario, lo que se relaciona con la literatura por la cantidad de expresiones artísticas que contienen dichos códigos. La segunda se relaciona a lo cultural y poético, que se base en mitos y ritos, donde existen elementos de la realidad que se convierten en signos. Y lo tercero ubica la analogía del mundo humano con respecto a elementos simbólicos, como parte de un relato o trama.

- **Lógicos**

Figura 3:

Códigos lógicos según Pierre Guiraud

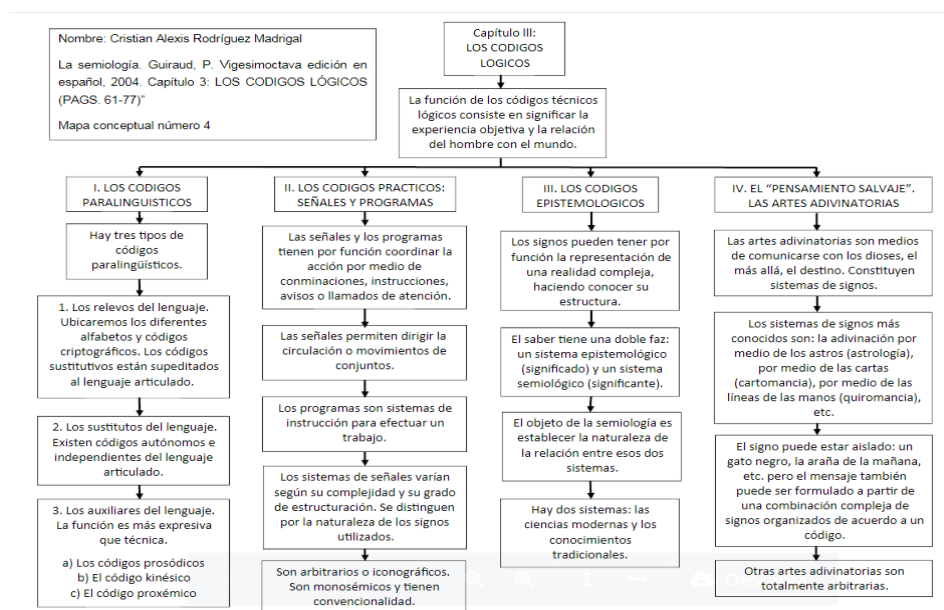


Figura 3. El mapa conceptual describe los códigos lógicos y sus subdivisiones según Pierre. Tomado de *StuDocu, asignatura de Semiología de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (cap.3)*, por Rodríguez C. (2018). <https://url2.cl/iSXSSX>

Continuando con Los códigos lógicos mencionados en el cuadro anterior. Estos le dan significado objetivo a todo lo que se relaciona con el hombre, sin importar si es una ciencia o pseudociencia. Se dividen en cuatro partes: paralingüísticos, de señales y programas, epistemológicos, y las artes adivinatorias.

Los primeros se subdividen en: relevos, sustitutos y auxiliares del lenguaje, los cuales se refieren a los alfabetos, códigos independientes y funciones expresivas, respectivamente. Los segundos son aquellos que dirigen o dan instrucciones para coordinar acciones. Los terceros representan la estructura de realidades complejas, en la que su sistema epistemológico (significado) se relaciona con el sistema semiológico (significante). Por último, las artes adivinatorias son definidas como medios para comunicarse con otros entes y cuyos códigos están establecidos, pero su lectura depende de una combinación de signos.

- **Sociales**

Figura 4:

Códigos sociales según Pierre Guiraud

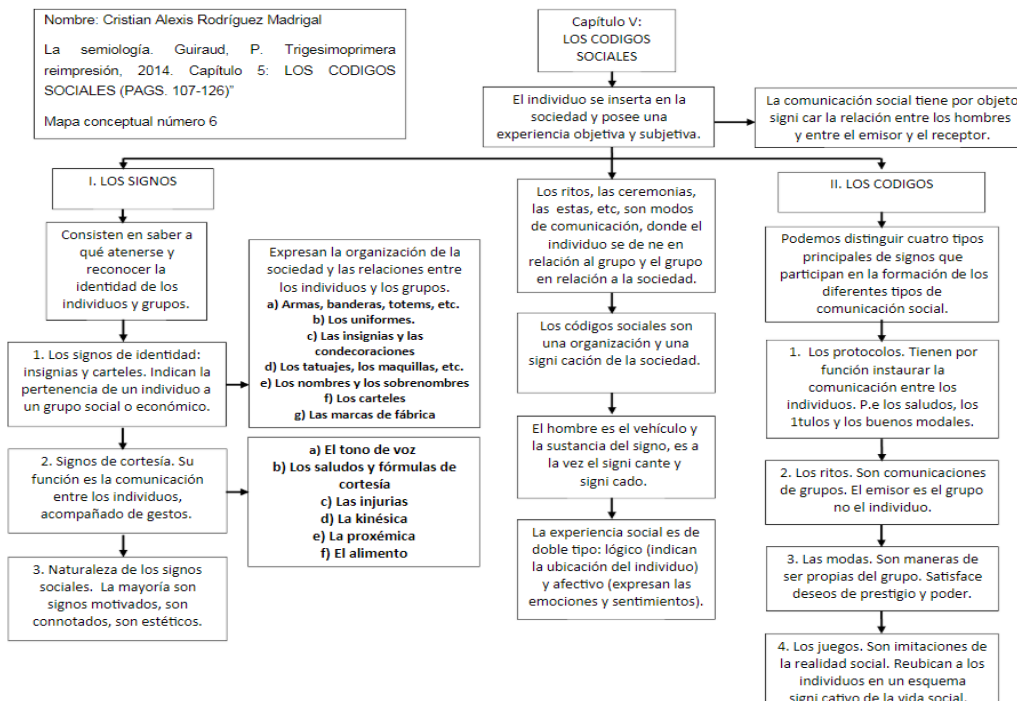


Figura 4. El mapa conceptual describe los códigos sociales y sus subdivisiones según Pierre. Tomado de *StuDocu*, asignatura de *Semiología de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (cap.5)*, por Rodríguez C. (2018). <https://url2.cl/CYigS>

Finalmente, los códigos sociales indican los signos que permiten una experiencia objetiva y subjetiva dentro de la relación emisor receptor. Estos códigos se dividen en: los signos y los códigos. Los signos determinan a los individuos y grupos: identidad, cortesía y naturaleza. Los códigos conforman la tipología de la comunicación social: los protocolos, los ritos, las modas y los juegos, puesto que todo comunica y cada subdivisión implica un sistema comunicacional distinto.

2.2 Códigos visuales

A modo de guía, Eco (1986) sintetiza los códigos que permiten un análisis visual completo, él muestra esta serie de códigos dentro de su obra *La Estructura Ausente*, los mismos que detallamos a continuación:

- a) **Códigos perceptivos:** Códigos perceptivos: son estímulos visuales de color, forma, volumen y proporción, que generan una estructura perceptiva, es decir, al coordinar todos estos estímulos visuales: observar el icono y reconocer sus propiedades, se genera la percepción del objeto representado, a modo de analogía.
- b) **Códigos de reconocimiento:** Se resaltan las propiedades o características que más identifican al objeto representado, además, “se pueden recordar, a partir de indicios mínimos, unidades de significado más amplio” (Karam, 2006, p. 15).
- c) **Códigos de transmisión:** Son aquellos que estructuran o dan forma a las condiciones necesarias del canal por el cual se perciben los elementos visuales. Por ejemplo, el sistema radioelectrónico de telecomunicaciones utilizado por la televisión.
- d) **Códigos tonales:** Conocidos como rasgos suprasedgmentales, estos códigos hacen alusión a emociones como enojo, asombro y otros, para ello se emplea la entonación propia de cada emoción o acción.
- e) **Códigos icónicos:** Karam define a estos códigos como “un conjunto de reglas o convenciones que establecen la equivalencia entre un signo gráfico determinado y una unidad pertinente del código de reconocimiento” (2006, p. 15). Además, asegura que “el signo icónico puede poseer las propiedades ópticas del objeto (visibles), las ontológicas (presumibles) o las convencionalizadas”. Eco señala tres aspectos importantes de los códigos icónicos:
 - Las figuras pueden ser también condiciones de percepción, o unidades mínimas tales como luz, forma, contorno, geometría.
 - Los signos denotan artificios gráficos, como unidades de reconocimiento, tales como "nariz", "ojo", "cielo" o "nube"; o bien en modelos abstractos: símbolos, diagramas conceptuales.
 - Enunciados icónicos: Es lo que llamamos propiamente imagen: "hombre, caballo"; y constituyen un "enunciado icónico complejo: "aquí hay un hombre de pie"; "esto es un caballo en perfil y de pie" (1986, p.209).

- f) **Códigos iconográficos:** Son íconos culturalizados, en los que se identifican los códigos, aunque no los elementos de articulación con el significante, es decir, que las unidades de reconocimiento están relacionadas con la cultura de ciertos sectores. Por ejemplo, podemos darle significado a un ícono que represente a un personaje o acontecimiento importante dentro de nuestra localidad.
- g) **Códigos del gusto y la sensibilidad:** Apelan a las emociones o sensaciones que provocan los signos icónicos. Por ejemplo, momentos de gloria al observar la Plaza de la Independencia.
- h) **Códigos retóricos:** Soluciones icónicas originales que se convierten en modelos o normas para generar efectividad al transmitir un mensaje y producir el efecto deseado dentro del contexto de emisión. Un ejemplo de ello es el uso de la paloma blanca, cuyo significante es “la paz”, cuando se realizan protestas exigiendo el respeto a los derechos.
- i) **Códigos estilísticos:** Codifican las soluciones originales de los códigos retóricos. Son un listado de signos cuya articulación sigue leyes de otros códigos. Por ejemplo, se marca un estilo con el que pintar, dibujar o representar a una paloma blanca que, según los códigos retóricos significa paz, además, esta paloma tiene como un código estilístico el color blanco, de lo contrario no podría generar lo que se pretende en el código retórico.
- j) **Códigos del inconsciente:** Se utilizan a modo de persuasión empleando las configuraciones de los códigos anteriores. Lo que estos buscan es generar reacciones o expresar situaciones psicológicas. (p.209)

3. Discurso

Referirse al discurso no es recoger lo expuesto en un diálogo. El discurso esconde significaciones que dependen del contexto, de la cultura, del individuo y otros aspectos. Por ello, este capítulo es fundamental para aprender a descifrar y reconocer los efectos de todo lo que abarca el discurso.

Existe un acercamiento a lo que puede ser una definición de discurso, puesto que hay una discusión bastante fuerte entre varios autores (Dijk 2000, Saussure 1991, Benveniste 1971) sobre lo que es el discurso, sus elementos y dimensiones.

Los significados y sentidos del discurso se traslapan y amalgaman, tienen capas superpuestas que portan significaciones que no siempre son evidentes y el significado convencional en la lengua asume presuposiciones que emergen con las diferentes lecturas e interpretaciones. De manera que lo no dicho, lo que no aparece en el discurso, genera tanto significado como lo que está dicho y está presente en la superficie discursiva. (Pardo, 2013, p. 32)

Así mismo, el autor agrega que el discurso tiene cuatro magnitudes: forma, sentido, interacción y cognición, pero que dependen del contexto para otorgar y determinar sus

significaciones. Por lo que muestra un esquema acerca de cómo se ha abordado el discurso y sus implicaciones conceptuales.

Figura 5:

Objeto, niveles, problemas y líneas del análisis del discurso.



Figura 5. El cuadro señala los objeto, niveles, problemas y líneas del análisis del discurso. Tomado de *Cómo hacer análisis crítico del discurso: una perspectiva latinoamericana.* (p.45), por Pardo N. (2013). <https://url2.cl/fZi4z>

Una observación y sugerencia, al mismo tiempo, es la que nos hace López (2018):

El análisis de los argumentos verbales incluye varias instancias: identificar si se trata o no de un texto argumentativo, distinguir sus componentes, interpretarlo, reconstruirlo, clasificarlo y evaluarlo. Y si bien para el caso de los argumentos visuales podríamos seguir una secuencia similar, las instancias de interpretación y reconstrucción suponen la traducción al lenguaje verbal. (p.5)

Para el análisis del discurso es importante reflexionar sobre dos aristas del lenguaje:

Iconicidad y arbitrariedad, en tanto propiedades generales del lenguaje, desempeñan distintas funciones, y en tal sentido podrían ser adaptaciones específicas a distintos constreñimientos del lenguaje: mientras la iconicidad procura “vincular la forma lingüística con la experiencia humana”, la arbitrariedad procura satisfacer “la necesidad que la señal lingüística sea eficiente y discriminable”. (Scotto, 2019, p.31)

Mantener nuestra mirada en descifrar lo icónico y lo arbitrario dentro del discurso del objeto de estudio, esa es la primera consigna para su posterior análisis. Es decir, están muy ligadas y son imprescindibles.

En el análisis del lenguaje infantil las alusiones a la iconicidad suelen destacar la gran presencia de onomatopeyas, pero estas están más cerca del iconismo secundario que del primario. El papel de este iconismo primario en el desarrollo semiótico del niño debería buscarse en las posibles muestras de rasgos de sus producciones fónicas peculiares que parezcan obedecer a que aún no están comprometidos con la reproducción de los símbolos del lenguaje adulto sino con la invención de su propio sistema de representación, apoyado inicialmente en el reconocimiento de las cualidades acústicas percibidas, y en su repetición. (González, 2020, p.195-196).

Sin embargo, no todo es decodificar, también se trata de absorber. Claro es que nos vemos influenciados a diario por distintas maneras, una de ellos los medios masivos de comunicación, es así que Santiesteban (2011) indica los efectos del mensaje:

a) Efecto utilitario

Es el que se produce cuando el sujeto encuentra en la información que se le proporciona, los elementos necesarios para resolver necesidades y problemas cotidianos.

b) Efecto de prestigio

Surge como consecuencia de la percepción de la información que reafirma los objetivos y valores del grupo social al que pertenece realmente o se incorpora subjetivamente el receptor.

c) Efecto de consolidación

Se produce en el Perceptor y se apoya en posiciones que para él, resultan totalmente indiscutibles.

De esta forma los sujetos sienten apoyo en cualquier información que se sustente en verdades que para él tienen valor indiscutible o que le resulten posiciones morales aceptadas como incuestionablemente válidas.

d) Efecto emocional

El efecto emocional se produce en los sujetos cuando la información recibida le produce una alta carga emotiva, lo que a su vez, influye en la forma de ver el mundo circundante, de juzgar los acontecimientos, en su entorno y en su propia vida.

e) Efecto cognoscitivo

El sujeto siente la necesidad de conocer el mundo que lo rodea y estar informado en torno a los acontecimientos que lo circundan. Los medios pueden transmitir informaciones que proporcionen la satisfacción de saber, siempre que los contenidos del mensaje sean significativos y desconocidos por el sujeto.

f) Efecto estético

Se produce en la medida que el mensaje que se propone a través de los medios de difusión masiva puede proporcionar el goce estético en el individuo, bien sea por el propio contenido del mensaje como por la apariencia externa.

g) Efecto de placer

Conocido también como efecto de confort, es la satisfacción que se produce por el buen humor, por la descarga emocional. (p.51)

3.1 Estrategias discursivas

Este término lo podemos encontrar en todos los ámbitos, desde los militares hasta los religiosos. Contreras (2013) indica que “muchas veces se utiliza la palabra estrategia para hacer referencia a aquellas actitudes o acciones que están dirigidas a establecer una forma de pensar o de hacer las cosas” (p.158). En el desarrollo de las actividades diarias, la aplicación de estrategias demuestra la capacidad de las personas para cumplir sus objetivos y tomar iniciativas de acuerdo a estos. En la animación o producción audiovisual se refiere a la utilización de códigos visuales, sonoros y lingüísticos que buscan cumplir los objetivos comunicativos que se propone el enunciador con respecto al espectador.

Esto nos permitirá claramente ubicar el alcance del concepto de estrategia en relación con el de registro y el de género. En el caso del primero la estrategia aparece como una realización concreta de las opciones léxico-gramaticales y pragmático-discursivas. En el caso del segundo, la estrategia aparecerá como una recurrencia que permite precisar su caracterización como convención de uso que orienta la interpretación discursiva. (Menéndez, 2009, p. 1)

Dentro de la animación, las estrategias que se emplean son códigos visuales, sonoros y lingüísticos, con el objetivo de comunicar lo que el enunciador desea generar en el espectador. El concepto de estrategia abarca el análisis de un discurso desde su vocabulario y la clase léxica que representan, como de sus ideas o argumentos desarrollados e interpretados según un contexto, perspectiva o cultura del individuo.

3.2 Rasgos de las estrategias discursivas

Si las estrategias responden a diversos estímulos a través de los sentidos, entonces se debe comprender cuáles son los rasgos de estas estrategias, de modo que permitan reconocer cuánto se manipulan nuestros sentidos para cambiar las ideologías, comportamientos y otros aspectos humanos.

Sal y Maldonado (2014) representan a las estrategias de discurso como: “la materialización de la persuasión, ya que transmiten el sentido simulando partir de creencias compartidas, de nociones expuestas presuntamente como de orden natural y de premisas que concentran el sentir general de una comunidad” (p.87). Por lo tanto, indican los rasgos característicos de las estrategias discursivas, mismas que han recopilado de distintos autores:

- a) **Conciencia:** Son opciones elegidas por los enunciadores de manera reflexiva, aunque en algunas situaciones suelen convertirse en rutinas o esquemas de acción sistemáticos con escaso grado de planificación.
- b) **Intencionalidad:** Los enunciadores tienen control sobre el repertorio de recursos que poseen, de modo que seleccionan unos u otros voluntariamente para conseguir el efecto deseado, o recurren a determinados dispositivos lingüísticos de manera espontánea, guiados por las competencias genéricas adquiridas en el seno de una comunidad de referencia.
- c) **Eficacia:** Su utilización y discriminación están destinadas a asegurar y a incrementar la fuerza persuasiva del discurso.
- d) **Contexto:** Su efectividad está condicionada por las prácticas sociales y discursivas en las que se manifiestan. Es decir, dependen del entorno y pueden aprenderse y desarrollarse (competencia estratégica). (Sal y Maldonado, 2014, pp.87-88)

3.3 Campos de estudio y sus estrategias discursivas

3.3.1 Análisis del discurso

Estrategias discursivas

Prieto (1999) en su obra *El juego del discurso, Manual de análisis de estrategias discursivas*, indica los dos tipos de divisiones para las estrategias discursivas: según el ordenamiento de las partes del discurso y según la organización del enunciado, las mismas que se exponen en los siguientes apartados.

1. Según el ordenamiento de las partes del discurso

a. Estrategias de inicio:

- **La puesta en escena:** se hace una introducción para presentar a los personajes y el ambiente en el que se van a desenvolver, dándose una idea de cómo son, pero sin saber lo que va a suceder con ellos.
- **Corazón del asunto:** desde el inicio conocemos a los personajes y lo que va a suceder con ellos.

- **Personalización y despersonalización:** se muestra a uno o más personajes y podemos ver lo que sucede a través de ellos, o también se expresan ideas del discurso, pero no de los personajes.
- **Incógnita:** podemos ver personajes, detalles y algunos datos que no comprendemos, pero que nos exigen concentrarnos en el discurso para lograr su comprensión.

b. Estrategias de cierre:

- **Previsibles:** esta estrategia hace que el espectador adivine cuál será el final y, sin embargo, lo espere.
- **Imprevisibles:** esta genera expectativa, ya que no se sabe cómo va a finalizar el discurso, pero mantiene la atención. (pp.41-51)

2. Según la organización de los enunciados

- Universalización:** se emite un juicio que generaliza a todos los miembros de una comunidad, de acuerdo a sus características de sexo, etnia, nacionalidad u otros. Por ejemplo, “el hombre” o “todos”.
- Generalización:** de un determinado caso, se generan conclusiones aplicadas a casos similares. Por ejemplo, de una experiencia negativa con una esposa se puede concluir en que el matrimonio no es bueno.
- Tópicos:** existen lugares sociales que se identifican con temas como: el trabajo, la amistad, el amor, la belleza, entre otros, y son expresados mediante enunciados o frases conocidas. Por ejemplo, El parque de la juventud, debido a que los jóvenes suelen reunirse ahí.
- Personalización:** el discurso va dirigido hacia una persona y se emiten en segunda persona o refiriéndose a su nombre. Existe también la personalización por inclusión, en la cual el emisor tiene relación con el destinatario.
- Despersonalización:** se emite un juicio, a modo de ley universal, de forma impersonal y con el verbo “haber”. Por ejemplo, hay quienes ganan tanto dinero, pero no saben pagar sus deudas.
- Redundancia:** se emiten distintos temas, con diferentes enunciados, sin embargo, se pretende insistir en un mismo mensaje.
- Comparación:** se utiliza la palabra “como” para relacionar elementos de modo que señale las características de uno en el otro.
- Metáfora:** es una forma de comparar, pero aquí se indica al concepto original expresándose con otro concepto diferente.
- Sinécdoque:** se aluden a un detalle característico de algo o alguien. Por ejemplo, le faltaban manos para hacer los quehaceres.
- Hipérbole:** es una exageración verbal, en este caso visual; en la que se exagera al acumular adjetivos, al usar aumentativos o simplemente por agrandar un suceso.
- Sentido de oportunidad:** se utilizan palabras o frases que le cambian el sentido al discurso. Por ejemplo, usar un dicho popular o un sobrenombre para referirse a algo o alguien.
- Inferencia inmediata:** es una forma de generalizar, mediante pocos detalles o indicios, de modo que genera conclusiones mal infundadas. (pp.103-105)

3.3.2 Lingüística textual

Esta teoría se fundamenta en el estudio del lenguaje desde cómo se produce hasta cómo se descifra. La importancia de esta teoría radica en su relación entre lo cognoscitivo del lector o espectador y de la intención y difusión del emisor.

La Teoría o la Lingüística del Texto, tiene relación con distintas Ciencias Humanas como la Filosofía del Lenguaje, la Sociología Interpretativa, entre otras, por lo que asegura que está convirtiéndose en:

Un dominio multi e interdisciplinario, en el que se busca explicar cómo se produce la interacción social a través de este objeto multifacético que es el texto, fruto de un proceso extremadamente complejo de producción de lenguaje, que lleva en su cuerpo las marcas de este proceso y, por tanto, las pistas o claves para su desciframiento, en el juego de la producción de sentido. (Villaça, 1997, p.75)

Estrategia de construcción textual

Lerner (1984, como se citó en Frías 2002) ha demostrado cómo la forma de comprender un texto está determinada por la estructura cognoscitiva del lector y su conocimiento del mundo en general; y, respecto a la escritura, menciona factores importantes como: condiciones de producción, intención del productor, proceso de producción, producto interpretación que de éste hace quien ha escrito el texto. Así también lo indica Valero (2016):

En la escritura del diálogo cinematográfico, el guionista sabe muy bien que los diálogos se representan, no se leen y que su función, como se ha explicado, es complementaria, es decir, sirven para completar la información icónica. En definitiva, el código verbal puede resultar fundamental en la caracterización del personaje, es decir, en el grado de credibilidad que muestra al espectador. Veamos el análisis de las muestras atendiendo a los siguientes niveles: fonético-fonológico, léxico-se-mántico y morfosintáctico. (p.269)

En la comunicación humana, el lenguaje juega un papel importante: intercambiar significados, por ende, es necesario la construcción textual para expresar las ideas (Parra, 2004).

A decir de Baeza et al. (2019) la construcción discursiva multimodal crítica tiene tres componentes importantísimos para la observación y absorción del contenido audiovisual en los niños:

En primer lugar, la metafunción representacional permite la representación de participantes, eventos y circunstancias en el caso de imágenes narrativas; estas se diferencian de las imágenes conceptuales, las que pueden ser clasificatorias, analíticas o simbólicas. En segundo lugar, la metafunción interactiva muestra la relación entre imagen y observador, así como en la expresión de perspectivas ideológicas diversas. Finalmente, la metafunción composicional está vinculada con la disposición y el diseño visual. (p.34)

3.3.3 Teoría argumentativa

Los argumentos están ligados a un orden lógico, a los estamentos sociales y a la intención comunicativa. Esta teoría se menciona como:

Un campo de estudios inter y trans-disciplinario sobre la argumentación, más específicamente estudia e investiga los conceptos, modelos y criterios relacionados con la identificación, la construcción, el análisis y la evaluación de argumentos, asumiendo que un argumento es una unidad discursiva básica que puede encontrarse tanto en la actividad del argumentar. (Wenger, 2015, pp.210-211)

Del mismo modo, Wenger expone las perspectivas o estrategias empleadas en esta teoría, como se evidencia en la siguiente tabla.

Figura 6:

Resumen de las principales características de las tres perspectivas tradicionales que abordan el estudio de la argumentación.

PERSPECTIVA	FOCO CENTRAL	PARADIGMA	OBJETIVO	METÁFORAS RELATIVAS A LA ARGUMENTACIÓN
LÓGICA	[Productos= argumentos textuales]	Prueba racional o demostración	Determinación de validez o solidez según criterios lógicos o metodológicos.	Una construcción o edificio.
DIALÉCTICA	(Forma básica = premisas -nexo ilativo - conclusión)	Debate razonable	Actuaciones correctas/incorrectas de interacción y de confrontación entre roles argumentativos, mediante análisis pragmáticos y contextuales del proceder según reglas.	Combate normalizado por ciertas reglas.
RETÓRICA	Procesos de comunicación e influjo interpersonal	Discurso persuasivo	Recursos y estrategias eficaces para inducir creencias, disposiciones o acciones.	Representación de un caso en un escenario y ante un auditorio que hay que persuadir.

Figura 6. La tabla expone las características de las tres perspectivas tradicionales que encontramos en la Teoría Argumentativa. Tomado de *Teoría de la argumentación, retórica y hermenéutica: un "álbum familiar" a revisar* (p.212), por Wenger R. (2015). <https://url2.cl/KAI1d>

- **Estrategia lógica**

De acuerdo a lo enmarcado en la tabla, las estrategias lógicas apelan a la racionalidad y la demostración para producir un argumento válido que sea comprendido por la audiencia de acuerdo al propósito o finalidad del enunciante.

- **Estrategia dialéctica**

Respecto a lo expuesto en la figura 6, se puede señalar a la estrategia dialéctica como un procedimiento de interacción discursiva, y que tiene su validez en normas o reglas que pueden ser argumentadas y contra argumentadas.

- **Estrategia retórica**

Nuevamente, refiriéndonos a la tabla propuesta por Wenger, podemos indicar que la estrategia retórica emplea recursos disuasivos que buscan que la audiencia adopte ideologías o creencias emitidas por el enunciante.

3.3.4 Análisis crítico del discurso

Estrategias de persuasión y manipulación

Para estrategias de persuasión, se pueden considerar legítimas, es decir, que pueden ser utilizadas de una forma sutil para conseguir sus objetivos, pero requieren recursos y mayor tiempo para obtener resultados, para van Dijk (2006), los grupos dominantes proveen información, educación, instrucción para influir en el conocimiento de los receptores y sus creencias, de modo que se cambia el comportamiento. “La manipulación no solo involucra poder, sino específicamente abuso del poder, es decir, dominación” lo que significa que “los manipuladores hacen que los otros creen y hagan cosas que son favorables para el manipulador y perjudiciales para el manipulado” (van Dijk (2006, p.50). Además, asegura que, dentro de la semiótica, la manipulación puede ser aplicada mediante la pintura, la fotografía, la animación, el cine y otros.

Con base en ello, van Dijk (2006) divide esta estrategia según el procesamiento del discurso:

MCP (Memoria de corto plazo): Utilizan operaciones fonéticas, fonológicas, morfológicas, sintácticas y léxicas, todas dirigidas hacia una comprensión eficiente.

MLP (Memoria de largo plazo): Apelan al conocimiento, las actitudes y las ideologías, pero también, a los recuerdos personales que definen la historia y las experiencias de nuestra vida. (párrs.26-28)

3.3.5 Lingüística cognitiva

Macroestrategias semánticas

A decir de Parodi (2011), comprender un texto requiere “procesar información” literal y relacional pero también implica la aplicación de macroestrategias, es decir, “que no tan solo le ayuden al lector a realizar procesos de lectura a nivel de palabras y oraciones, sino que

también lo conduzcan a elaborar las ideas principales y a conectarlas coherentemente” (pp.157-158).

Por su lado, Croft y Cruse (2008) señalan, como parte de la Lingüística Cognitiva, a la estrategia de análisis de las relaciones de sentido en términos de conceptualización dinámica I: hiponimia y meronimia; y a estrategia de análisis de las relaciones de sentido en términos de conceptualización dinámica II: antonimia y complementariedad.

De acuerdo a los estudios recogidos por Campoy (2010), las mismas que concuerdan con las estrategias señaladas por Croft y Cruse, se indica las relaciones semánticas entre las palabras:

Hiponimia

(...) Las palabras que comparten un mismo hiperónimo se llaman hipónimos y son entre sí cohipónimos: así, coche, moto, bicicleta, camión, son cohipónimos entre sí e hipónimos respecto a vehículo que funciona como su hiperónimo. (...) La hiponimia es una implicación unilateral: un hipónimo supone su hiperónimo, pero no viceversa y los cohipónimos no se suponen entre sí y no son sinónimos los unos de los otros.

Sinonimia

La sinonimia se define como la relación existente entre dos o más unidades léxicas con distinto significante e igual significado. (...)

- a) **SINONIMIA CONCEPTUAL**: Coinciden los semas denotativos, es la más habitual: morir, fallecer, fenecer...
- b) **SINONIMIA REFERENCIAL**: Los términos remiten al mismo referente pero no “significan” lo mismo: estrella de la mañana, lucero de la mañana, lucero del alba.
- c) **SINONIMIA CONTEXTUAL**: Conmutabilidad de dos términos en un contexto sin alterar el significado de la secuencia: Los garbanzos son pesados / indigestos.
- d) **SINONIMIA DE CONNOTACIÓN**: Cuando dominan las connotaciones afectivas puede borrarse totalmente el contenido conceptual y ciertos términos son equivalentes: ¡Eres un bestia / salvaje / monstruo!

Polisemia

La polisemia consiste en la existencia de varios significados para un mismo significante, estos dependen del contexto en que se use. La mayoría de las unidades léxicas son polisémicas. Un ejemplo es el significante banco, que tiene distintos significados: “asiento para varias personas”, “conjunto de peces”, “conjunto de datos”, “institución financiera”.

Homonimia

La homonimia consiste en una coincidencia entre significantes puramente casual, por razones históricas (etimológicamente proceden de términos distintos). (...)

a) HOMÓGRAFOS: Se pronuncian y se escriben igual:

haya (árbol) / haya (subjuntivo de haber); haz (conjunto) / haz (imperativo de hacer).

b) HOMÓFONOS: Se pronuncian igual, pero se escriben diferentes:

haya / aya (niñera); vaya (subjuntivo de ir) / valla (cercado)

Antonimia

La antonimia se produce entre dos palabras de significados opuestos. (...)

Desde el punto de vista semántico, existen distintas clases de antonimia:

a) ANTONIMIA EN SENTIDO ESTRICTO: Oposición de significados que admiten gradación: alto / bajo, grande / pequeño. Existen términos intermedios: mediano...

b) COMPLEMENTARIEDAD: Opuestos donde no es posible la gradación ni los términos medios: presente / ausente, tónico / átono, vivo / muerto.

c) RECIPROCIDAD: Términos que se implican mutuamente: comprar / vender, padre / hijo, dar / recibir. (pp.2-4)

3.3.6 Semiótica discursiva

Relaciona los mensajes y discursos como partes significantes, con niveles que van desde lo explícito hasta lo implícito. Aquí podemos decir que esta relación depende de los diversos sistemas de cada campo de estudio como: el arte, el derecho, el deporte, el cine y otros.

Estrategias enunciativas

Figura 7:

Red discursiva

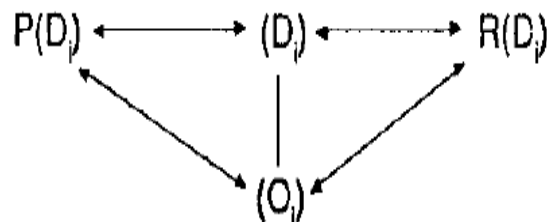


Figura 7. El esquema, a modo de red triádica, expone los elementos que se relacionan en el discurso. Tomado de *La Semiosis Social, fragmentos de una teoría de discursividad* (p.132), por E. Verón. (1993). <https://bit.ly/38FoUPz>

Verón (1993) señala la relación entre las variables:

$P(D_i)$ designa las condiciones discursivas de producción de (D_i) ; $R(D_i)$ las condiciones discursivas de reconocimiento de (D_i) ; (O_i) el objeto del discurso (D_i) . Como puede verse se trata de dos relaciones triádicas con dos puntos comunes, (D_i) y (O_i) . Para definir el conocimiento, un epistemólogo “binario” sólo retendrá la única relación de (D_i) con su objeto. (p.132)

Los objetos son sistemas de relaciones entre el producto significativo, en su causa y efecto. La relación entre discurso y objeto responde al efecto ideológico. Lo que la semiótica discursiva indica es la diversidad de tipos de análisis de discurso, desarrollando sus capas y analizando, incluso, aquello que parece claro u obvio.

CAPÍTULO III

4. Pj Masks: Héroe en Pijamas

4.1 Concepto

Esta serie infantil de televisión cuenta las aventuras de tres niños: Greg, Connor y Amaia, que durante la noche se convierten en Gecko, Catboy y Ululette para salvar el día. Ellos se enfrentan a tres villanos: Romeo, Luna y Ninja Nocturno. Cada noche luchan contra un villano distinto y contra los miedos propios de la edad, por ejemplo, en uno de los capítulos podemos ver cómo Catboy debe superar su miedo al agua para lograr defenderse de Luna y luego evitar que siga desperdiciando el agua del estadio de la escuela. Cada capítulo que se encuentra en Netflix tiene una duración de 23 minutos y ahí se exploran dos episodios. Y cada temporada cuenta con 26 capítulos.

4.2 Historia

Basada en los libros ‘Les Pyjamasques’ del autor francés Romuald Racioppo. Producida por Frog Box, France Télévisions, Walt Disney Television y Entertainment One, bajo la

dirección de Christian De Vita, Merle Ann Ridley, Wilson Dos Santos. En 2018 fue nominada en los Premios Annie a Mejor producción animada preescolar para TV.

Las voces de los héroes las realizan: Addison Holley (Amaya), Kyle Harrison Breitkopf (Greg), Jacob Ewaniuk (Connor). Las voces de los villanos son: Alex Thorne (Romeo), Brianna Daguanno (Luna) y Devan Cohen (Ninja Nocturno).

PJ MASKS: Héroes en Pijamas, es una serie estrenada en Disney Junior en Estados Unidos. Aquí prima el uso de colores oscuros, puesto que las aventuras suceden durante la noche, sin embargo, los colores brillantes, los efectos y los movimientos de cámara que utilizan los protagonistas hacen que el público no pierda el interés. El lenguaje que utilizan los niños es fluido, los personajes con superpoderes representan a las habilidades de un animal por cada niño, al salvar a la ciudad cometen errores que saben corregir entre ellos y se enfrentan a miedos que deben superar, además, un punto importante son los villanos, que, a pesar de vencerlos todo el tiempo, también los salvan de los miedos que impulsan su mal comportamiento. Estas acciones repetitivas, de salvar y aprender a superarse, sumado al discurso que dan, representan un mensaje implícito que se puede reflejar en el comportamiento de los niños.

4.3 Audiencia

Su público son los niños en edad preescolar. De acuerdo a la Academia Americana de pediatría, los niños en edad preescolar de 3 a 5 años de edad, presentan ciertas características, las mismas que se detallan a continuación:

- Les encanta preguntar y prestar mucha atención a las respuestas cortas y directas.
- No pueden ver las situaciones desde dos perspectivas ni resolver problemas que requieran verse desde varios puntos de vista a la vez.
- Tienen una rutina diaria propia y buscan comprender la rutina de los demás.

- Asumen identidades diferentes y asignan cualidades y emociones de vida a los objetos inanimados.
- Tienen amigos imaginarios, sean estos niños o animales.
- Dependen menos de sus padres, una señal de que su sentido de identidad es más fuerte y más seguro.
- Comienzan a explorar muchos conceptos básicos aprendidos en su escuela.
- Descubren la alegría de adquirir conocimientos.
- Aprenden a distinguir entre la realidad y la fantasía, y podrán pasar de la realidad a la fantasía una y otra vez sin sentirse confundidos.
- Utilizan las armas de juguete de manera inocente y entretenida, es un acto de ser competitivos y aumentar su autoestima.
- Son sensibles a los sentimientos de otras personas, adultos y niños por igual, y disfrutan al hacer felices a las personas.
- Es posible que quieran saber de qué manera los cuerpos de los niños y las niñas son diferentes.
- La mayoría de las características relacionadas con el sexo en esta edad es más probable que se determinen por influencias culturales y familiares.
- Los niños perciben la aprobación y desaprobación según etiquetas sociales respecto a su sexo, por lo tanto, pueden ajustar su conducta a las mismas.
- Sus amigos no son únicamente compañeros de juego, también influyen de manera activa su pensamiento y conducta. (2015)

Con base en estas características, podemos señalar los estímulos de creatividad, conocimiento, personalidad, sociabilidad, adaptación y otros, a los cuales están expuestos los niños de edad preescolar, audiencia de varios programas o series infantiles, sobre todo, la que es objeto de estudio, Pj Masks: Héroe en Pijamas.

4.4 Temporada de estudio

Para el presente proyecto de investigación, se analizarán las temporadas 1 y 2, tomando una muestra equilibrada de cada temporada. La primera temporada fue lanzada en septiembre de 2016 en Latinoamérica y finalizó el 14 de abril de 2017. Para analizar esta temporada se escogió tres episodios desde inicio, tres de la mitad y tres del final. Estos son los siguientes:

1. Culpa el tren Ululette / La crisis nebulosa de Catboy
2. Ululette y el Salto de Flash / Catboy y el Salto excavador.
3. Gecko y los Súper Ninjalinos / El problema de Ululette con el pterodáctilo.
4. El fiasco volador de Catboy / Los estornudos de Gecko.
5. Gecko y el problema lunar / La torpeza de Catboy.
6. El alborotado robot de Catboy y Gecko / La amiga emplumada de Ululette.
7. Catboy y el Domo lunar / Gecko y la roca del gran poder.
8. Gecko, el gigante / Vamos a volar Ululette.
9. ¡Espacio Catboy! / La Roca especial de Gecko.

La segunda temporada apareció en mayo de 2018 y finalizó en junio de 2019. Los episodios para analizar se los escogió desde inicio, mitad y final, tres de cada parte. Estos son los siguientes:

1. Esferas hipnóticas / Soccer ninjalino.
2. Lionel-saurio / El peluche de Catboy.
3. Los terribles dos / El problema lunar de Ululette.
4. La carrera por la montaña misteriosa / El prisionero de la montaña.
5. Los lobeznos / Lobosaurio.
6. Lobeznos de Pascua / Luna y los lobeznos.

7. El vuelo del ninja / La Romemontaña rusa.
8. Gecko y el rayo opuesto / Los héroes en pijamas vs. Los malos unidos.
9. Los villanos de Halloween (parte 1) Los villanos de Halloween (parte 2).

Los programas infantiles o series de tv para niños, suelen caracterizarse por la presencia de escenarios coloridos y gran iluminación, en su mayoría carecen de escenas que cuentan sucesos nocturnos. Por ejemplo, La princesita Sofía presenta historias en el día, incluye colorido y utilizando magia, lo que implica efectos visuales novedosos; Mickey Mouse, tiene colores llamativos como rojo, amarillo, azul, rosado y amarillo, lo que resalta durante el día; Bingo y Rolly utiliza tonos cálidos y recursos coloridos dentro de su casa, la iluminación es alta dentro de sus escenarios; y, Dora la exploradora, muestra colores fuertes, dando un estilo realista a sus escenarios, además, emplea colores brillantes o flechas que lleven la atención de los niños hacia las opciones a elegir.

Sin embargo, Pj Masks: Héroes en Pijamas cuenta historias que suceden en la noche, si bien, en la mañana, los niños encuentran el problema, es en la noche donde se desenvuelve todo: la planificación para salvar el día, las acciones de lucha contra los antagonistas y, finalmente, los objetivos cumplidos.

Sus escenarios son las calles y los parques, los cuales cuentan con pocas luminarias. Al ser un escenario nocturno, las personas no aparecen, ni cuando la lucha implica estruendos, en algunas ocasiones se ve a otros niños de la escuela debido a que son raptados o utilizados por los villanos, sin embargo, las personas adultas aparecen en el corto tiempo del escenario diurno. A pesar de la oscuridad de la noche, esto resulta atractivo debido a los efectos de color que generan los automóviles y el uso de los superpoderes de los héroes y los villanos.

Existen características importantes de estos personajes. Gecko es el nombre de superhéroe de Greg, pero también es un lagarto, por lo tanto, Gecko utiliza un “super agarre” que le permite trepar. Connor se transforma en un gato, lo que le da agilidad, a la que él denomina “super velocidad” y estas características animales que adquiere explican el hecho de que Connor le tema al agua. Ululette es la única niña entre los héroes, ella utiliza lentes, quizá esto es lo que la convierte en un búho cada noche, debido a esto, ella cuenta con “visión nocturna” lo que le permite ver en sitios poco iluminados y a larga distancia.

En lo que respecta a los villanos, al ser niños, ellos representan los comportamientos negativos desencadenados por sus temores. Esto no hace de menos la inteligencia y habilidades que poseen. Por ejemplo, Romeo es similar a Jimmy Neutrón, construye robots, propone tecnología nueva y su vestimenta es la de un científico, siempre con bata y visores; Luna utiliza la luz que refleja la luna para crear sus poderes, su cabello es blanco como este satélite; y, Ninja nocturno, tiene un traje acorde a su nombre, sus colores son oscuros, entre morado y negro, pero tiene rayas fosforescentes que dan contorno a su cuerpo.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación es de enfoque cualitativo con alcance explicativo, lo que permitió el nacimiento de categorías de análisis que posibiliten el trabajo interpretativo. Este alcance consistió en observar, recabar y analizar la información, para explicar cómo se comporta este fenómeno, bajo qué parámetros trabaja y cuáles son sus objetivos con respecto al público al que está dirigido.

Con base en los apartados expuestos hasta ahora, se consideró necesario abordar una metodología cuyas características aporten al análisis de los recursos semióticos como de discurso y nos ofrezcan resultados fehacientes respecto a los objetivos trazados.

Rodríguez et al. (2013, como se citó en Gértrudix, Rajas y Álvarez, 2017) indica que “el diseño metodológico se fundamenta en una aplicación adaptada de los procesos de investigación-acción” (p.185). Por lo tanto, el método a utilizar será la ficha de observación, mediante la cual se analizarán varios programas de las temporadas 1 y 2, respecto a su discurso lingüístico y audiovisual.

A nivel de imagen se aplicaron los códigos semióticos: los estéticos como: de arte y literatura, simbólicos y, de morfología del relato; los códigos lógicos como: paralingüísticos, gestos (proxémico y prosódico); de señales y programas, epistemológicos y, de artes adivinatorias; y los códigos sociales como: de identidad, de cortesía y, de naturaleza; y los códigos sociales: de protocolo, de ritos, de moda, y de juego.

Sobre el discurso se emplearon tres estrategias: las estrategias discursivas del Análisis de Discurso, propuestas por Prieto; las estrategias de persuasión y de manipulación de la teoría del Análisis crítico del discurso propuestas de van Dijk; y, las Macroestrategias Semánticas de la teoría Lingüística Cognitiva propuestas por Campoy.

Las fases investigativas fueron tres: exploratoria-descriptiva, analítica y sintética. La primera fase fue la exploratoria-descriptiva, que corresponde a la observación de elementos visuales y de texto. Se recogieron datos como: movimientos de cámara, escenografía, vestuario, íconos, símbolos y colores de las escenas más representativas de la serie, en sus dos temporadas. Así mismo, se expusieron las características de los protagonistas, con su respectivo álter ego. Lo propio respecto al discurso, tomando datos como: frases repetitivas, palabras propias de los personajes principales, léxico, y las temáticas y mensaje de los capítulos.

La segunda fase de la investigación fue de carácter analítico, en la que se desarrollarán los recursos propios de la metodología cualitativa, es decir, los datos recogidos fueron analizados en función de los códigos semióticos, los códigos visuales y las estrategias discursivas.

La tercera fase fue la sintética, en la cual se relacionaron e integraron todos los factores derivados del análisis semiótico y de discurso. De modo que den respuesta a los objetivos planteados en la investigación, respecto a los propósitos del estudio semiótico y el análisis discursivo.

Técnicas de investigación

Observación: Esta técnica permitió que el análisis ofrezca resultados con credibilidad. Se tomó en cuenta a los personajes, escenografía, movimientos de cámara, planos, colorimetría, vestuario, atrezzo, íconos, símbolos, síntesis del episodio, léxico, palabras y frases repetitivas, mensaje de cada episodio y nombre de los superpoderes. Esta técnica se utilizó durante el estudio del fenómeno para recabar la información que posteriormente se analizó.

Ficha de observación: Se tabularon dos aspectos generales: el semiótico, donde se ubicaron, de acuerdo a cada episodio, la escenografía, personajes, vestuario, atrezzo, colores,

símbolos, íconos, planos y movimientos de cámara. Los mismos que se detallaron según cuatro escenas: inicio, morfosis, combate y solución. Y en el aspecto discursivo, bajo los mismos bloques de escenas, se recopiló: una síntesis, mensaje, frases frecuentes, léxico y frases de superpoderes. Con estos resultados se contabilizaron los datos en dos fases: sobre las palabras repetitivas, y sobre la relación entre mensaje del episodio y sus palabras o frases repetitivas. Finalmente, se integraron los análisis para identificar a los personajes sobre las variables observadas y para responder a la construcción del mensaje, tal como se propuso en los objetivos de investigación.

f. RESULTADOS

ANÁLISIS SEMIÓTICO POR ESCENAS

Se ha dividido cada episodio en cuatro escenas: inicio, morfosis, combate y solución. La escena de inicio es donde empieza la historia, aquí se conocen a los personajes y al problema que se debe resolver. En la escena de morfosis se ve la transformación de los personajes principales a superhéroes. En la escena de combate se vive la lucha de los superhéroes con los villanos hasta lograr la solución a los problemas. Y en la escena de solución, los personajes principales dejan su papel de superhéroes para disfrutar la solución del conflicto junto a su entorno.

Las escenas de inicio y morfosis aparecen en los 35 episodios de los 36 que conforman la muestra de la primera y segunda temporada de estudio. Por otro lado, en la escena de combate aparecen los 36 episodios y la escena de solución aparece en 22 episodios de los 36 tomados como muestra. Por lo tanto, se decidió hacer una interpretación de acuerdo a estas cuatro escenas principales, y la información recogida en siete variables: la escenografía, los personajes, el vestuario, el atrezzo, los colores, los símbolos y los íconos.

TABULACIÓN DE LAS FICHAS DE ANÁLISIS SEMIÓTICO

ESCENAS DE INICIO

Tabla 1

Escenografía en escenas de inicio

ESCENAS DE INICIO		
ESCENOGRAFÍA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Feria	1	1.85%

Estadio	7	12.96%
Escuela	9	16.67%
Aula	4	7.41%
Museo	9	16.67%
Sala de ciencia	1	1.85%
Barrio de los Pj Masks	5	9.26%
Habitación de Connor	1	1.85%
Zona del globo aerostático	1	1.85%
Habitación de Greg	3	5.56%
Parque	3	5.56%
Tarima en la escuela	1	1.85%
Librería de la escuela	1	1.85%
Habitación de Connor	2	3.70%
Ciudad	2	3.70%
Bosque	1	1.85%
Librería del museo	1	1.85%
Librería de la ciudad	1	1.85%
Intersección de la librería	1	1.85%
TOTAL	54	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de escenografía: Entre los 19 escenarios, los más utilizados son la escuela y el museo con 9 repeticiones que representan, cada una, el 16,67% del total. Al ser niños, los personajes se muestran al inicio de la historia realizando sus actividades normales, entre ellas, ir a la escuela y visitar el museo. Es importante mencionar que el estadio es un escenario que ocupa el tercer lugar de los más utilizados en las escenas de inicio, con 7 repeticiones equivalentes al 12,96% del total.

Tabla 2*Personajes en escenas de inicio*

ESCENAS DE INICIO		
PERSONAJES		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Connor	35	25.74%
Greg	35	25.74%
Amaya	35	25.74%
Otros niños	23	16.91%
Profesor	1	0.74%
Secretaria	2	1.47%
Catboy	1	0.74%
Gecko	1	0.74%
Ululette	1	0.74%
Luna	1	0.74%
Ninja Nocturno	1	0.74%
TOTAL	136	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.**Autor:** Elaborado por la autora.

Interpretación de personajes: Entre los 11 personajes identificados, aquí podemos citar a los personajes principales: Connor, Greg y Amaya con 35 repeticiones que representan el 25.74%, cada uno, y sobre los personajes secundarios “otros niños” con 23 repeticiones es el 16.91% del total.

Tabla 3*Vestuario en escenas de inicio*

ESCENAS DE INICIO		
VESTUARIO		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Chaqueta	35	9.80%
Pantalón	70	19.61%
Zapatos deportivos	105	29.41%
Sudadera	35	9.80%
Falda short	35	9.80%
Blusa manga corta	35	9.80%
Camiseta	35	9.80%
Pijama de un solo cuerpo	5	1.40%
Chaleco	1	0.28%
Botas	1	0.28%
Pasamontaña	4	1.12%
TOTAL	357	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.**Autor:** Elaborado por la autora.

Interpretación de vestuario: Entre los 11 elementos de los vestuarios, se identifica a los zapatos deportivos como los más utilizados con el 29.41% del total con 105 repeticiones.

Tabla 4*Atrezo en escenas de inicio*

ESCENAS DE INICIO		
ATREZO		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Maqueta del sistema solar	1	0.40%
Lentes	35	14.00%
Pulseras	105	42.00%
Historieta	1	0.40%
Peinado de cabellos parados	35	14.00%
Peinado de raya a un lado	35	14.00%
Cabello largo	35	14.00%
Imán lunar	1	0.40%
Tabla lunar	1	0.40%
Orejas de gato	1	0.40%
Cola	2	0.80%
Antifaz	1	0.40%
Capa	1	0.40%
Cresta	1	0.40%
Antideslizante	1	0.40%
TOTAL	250	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.**Autor:** Elaborado por la autora.

Interpretación de atrezo: Entre los 15 elementos del atrezo, el principal elemento son las pulseras que representan sus personajes nocturnos, estas se repiten 105 veces que representan el 42% del total.

Tabla 5*Colores en escenas de inicio*

ESCENAS DE INICIO		
COLORES		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Naranja	13	1.56%
Amarillo	41	4.93%
Café	89	10.71%
Verde claro	118	14.20%
Rojo	104	12.52%
Azul marino	75	9.03%
Celeste	51	6.14%
Blanco	151	18.17%
Verde oscuro	50	6.02%
Rosado	39	4.69%
Negro	38	4.57%
Beige	25	3.01%
Fucsia	12	1.44%
Morado	1	0.12%
Gris	24	2.89%
TOTAL	831	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de colores: Se identificó 15 colores predominantes, de ellos, el color blanco tiene 151 repeticiones equivalentes a 18.17% del total y seguido de este aparece el verde claro con 118 repeticiones iguales al 14.20%.

Tabla 6*Símbolos en escenas de inicio*

ESCENAS DE INICIO		
SÍMBOLOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Calcomanía de lagarto	37	29.60%
Rayos o rayas	37	29.60%
Vincha de pluma de Ululette	35	28.00%
Signo de pregunta	1	0.80%
Monumento de libro	9	7.20%
Átomos	1	0.80%
Astros	1	0.80%
Planetas	1	0.80%
Constelaciones	1	0.80%
Huellas de lagarto	1	0.80%
Helicóptero de juguete	1	0.80%
Letras, números y dibujos en la pizarra	2	1.60%
Signo de foco	1	0.80%
Globos	1	0.80%
Afiches en el museo	9	7.20%
Afiches en la habitación de Greg	3	2.40%
TOTAL	125	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.**Autor:** Elaborado por la autora.

Interpretación de símbolos: Entre los 16 símbolos registrados, los más empleados son dos: la calcomanía de lagarto y las rayas/rayos que aparecen en la vestimenta de Greg y Connor, respectivamente, son las dos primeras más utilizadas con 37 repeticiones que significan el

29.60% del total y, en tercer lugar, con 35 repeticiones, aparece la vincha de pluma de Ululette como un valor del 28%.

Tabla 7

Íconos en escenas de inicio

ESCENAS DE INICIO		
ÍCONOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Señalética en los juegos de atracciones	2	1,44%
Banderines de feria	2	1,44%
Megáfono de la feria	2	1,44%
Líneas de la cancha de fútbol	2	1,44%
Líneas de la pista de atletismo	2	1,44%
Flechas	5	3,60%
Banderín de rayo en la bicicleta de Connor	1	0,72%
Carteles a la entrada del museo	1	0,72%
Ícono de lectura	1	0,72%
Ícono de mensaje del celular	1	0,72%
Ícono de carrito de compras	1	0,72%
Ícono de arroba de email	1	0,72%
Ícono de carta de correo	1	0,72%
Afiche de lagarto en la pared de Greg	1	0,72%
Ícono de cámara de video	1	0,72%
Tarjeta de cumpleaños	1	0,72%
Polilla en el sobre de la tarjeta	1	0,72%
Gigantografías con avionetas y globos aerostáticos	1	0,72%
Ícono de foto en la tablet de Connor	1	0,72%

Antifaz de Catboy en el pijama	36	25,90%
Antifaz de Gecko en el pijama	36	25,90%
Ícono de regalo	1	0,72%
Ícono de nota musical	1	0,72%
Ícono de globo aerostático	1	0,72%
Antifaz de Ululette	36	25,90%
TOTAL	139	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora

Interpretación de íconos: Entre los 27 íconos identificados, tenemos tres lugares que son los más utilizados: el antifaz de catboy, el antifaz de gecko y el antifaz de Ululette, que se encuentran en las pulseras de cada personaje principal, con 36 repeticiones que representan cada uno al 25.90% del total.

Tabla 8

Planos en escenas de inicio

ESCENAS DE INICIO		
PLANOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Gran plano general	0	0,00%
Plano general	56	6,36%
Entero	129	14,66%
Conjunto	225	25,57%
Medio largo	104	11,82%
Medio corto	55	6,25%
Over shoulder	61	6,93%
Americano	49	5,57%
Detalle	172	19,55%

Primer plano	27	3,07%
Primerísimo primer plano	2	0,23%
TOTAL	880	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de planos: De los 11 planos registrados, en este bloque de inicio se utilizan más los planos de conjunto, de acuerdo a la información recopilada, su uso se establece 225 veces, lo que equivale al 25,57 % del total de las escenas de inicio. Su razón se debe a que en el inicio se contextualiza el entorno de los personajes principales, por ello, aparecen acompañados de otros compañeros de escuela o profesores, permitiendo que existan más planos de conjunto.

Tabla 9

Ángulos de cámara en escenas de inicio

ESCENAS DE INICIO		
Ángulos de cámara		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Lateral	36	31,30%
Contrapicado	21	18,26%
Picado	44	38,26%
Nadir	3	2,61%
Cenital	11	9,57%
TOTAL	115	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de ángulos de cámara: Entre los 5 ángulos visuales encontrados, en este bloque se observó la predominancia de picados, con 44 repeticiones equivalentes al 38,26 % del total de 36 episodios. Esto responde a que los personajes principales son enfocados desde

lo alto, ya sea para observar lo que llevan en sus manos, así como para identificar los elementos del entorno.

Tabla 10

Movimientos de cámara en escenas de inicio

ESCENAS DE INICIO		
MOVIMIENTOS DE CÁMARA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Zoom out	25	19,08%
Zoom in	18	13,74%
Paneo	15	11,45%
Travel in	12	9,16%
Travel out	7	5,34%
Travel right	18	13,74%
Travel left	12	9,16%
Tilt up	13	9,92%
Tilt down	10	7,63%
Cámara lenta	1	0,76%
Cámara rápida	0	0,00%
360 grados	0	0,00%
Movimiento brusco de cámara	0	0,00%
TOTAL	131	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de movimientos de cámara: En los 13 movimientos físicos y ópticos, en este bloque se repite 25 veces el zoom out, lo que representa el 19,08 % de ángulos del total de 36 episodios. Esto se debe a que los personajes suelen observar con atención o concentrarse

en algo, por lo que se utiliza este movimiento óptico para ir a la situación anterior o para oxigenar.

ANÁLISIS GENERAL DEL BLOQUE DE ESCENAS DE INICIO

El discurso visual de del bloque de inicio se apoya en la utilización de dos escenografías, tales como: la escuela y el museo, refiriéndose a los escenarios en los que se presenta a los personajes y al problema. Los personajes principales son Connor, Greg y Amaya, quienes son compañeros de la misma clase y también son vecinos, por lo tanto, se muestra la relación de amistad y compañerismo.

Respecto al vestuario, los personajes principales y secundarios utilizan zapatos deportivos durante todo el bloque de inicio, lo que indica la comodidad para la edad preescolar en la que ellos se encuentran. En cuanto al atrezzo, se observan pulseras con el antifaz del alter ego que representa cada personaje, las mismas que se muestran al finalizar el bloque de inicio como símbolo de unidad y trabajo en equipo. En lo que se refiere a colores, el blanco y el verde son los más utilizados en este bloque debido a que en todos los episodios, excepto uno, los escenarios aparecen en modo diurno y bastante iluminados, el color verde se muestra en la gran cantidad de árboles que existen tanto dentro de la ciudad como en el parque y en el bosque, del mismo modo, uno de los personajes principales utiliza el color verde en su ropa.

Los símbolos mayormente utilizados, la calcomanía de lagarto que se encuentra en la ropa y otras pertenencias de gecko es la más utilizada, al igual que las rayas o rayos que aparecen en las pertenencias de Connor, lo que indica los poderes de reptil y el poder de velocidad, respectivamente. Sobre los iconos, los predominantes y establecidos dentro de la

serie como identificadores de los superhéroes, son los antifaces de cada uno de los personajes principales.

Los planos que más se emplearon, de manera predominante, los planos de conjunto, ya que en la escena de inicio se contextualiza el entorno de los superhéroes, mostrándolos en conjunto junto a compañeros de clase, profesores o vecinos. Sobre los ángulos de cámara, los más utilizados fueron los ángulos visuales picados, debido a que los personajes principales son enfocados desde lo alto, ya sea para observar lo que llevan en sus manos, así como para identificar los elementos del entorno. El movimiento de cámara empleado de manera recurrente en este bloque, fue el movimiento óptico de zoom out, lo cual responde al hecho de que los personajes suelen observar con atención o concentrarse en algo, por lo que se utiliza este movimiento óptico para oxigenar, mostrando un plano más amplio.

ESCENAS DE MORFOSIS

Tabla 11

Escenografía en escenas de morfosis

ESCENAS DE MORFOSIS		
ESCENOGRAFÍA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Ciudad	35	25.00%
Habitación de Connor	35	25.00%
Habitación de Amaya	35	25.00%
Habitación de Greg	35	25.00%
TOTAL	140	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de escenografía: Los escenarios totales son cuatro y son los más utilizados. 3 corresponden a las habitaciones de los protagonistas y uno a la ciudad que es el lugar en donde se desenvuelven los personajes. Cada escenario se repite 35 veces y corresponde al 25% del total.

Tabla 12

Personajes en escenas de morfosis

ESCENAS DE MORFOSIS		
PERSONAJES		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Connor	35	33.33%
Greg	35	33.33%
Amaya	35	33.33%
Catboy	35	33.33%
Gecko	35	33.33%
Ululette	35	33.33%
TOTAL	105	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de personajes: En esta escena de morfosis, los personajes se reducen a seis: Connor, Greg y Amaya, que en estas escenas se transforman en Catboy, Gekko y Ululette, por lo tanto, cada personaje se repite 35 veces, lo que equivale al 33.33% del total.

Tabla 13*Vestuario en escenas de morfosis*

ESCENAS DE MORFOSIS		
VESTUARIO		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Pijama de un solo cuerpo	105	20.00%
Pasamontaña	105	20.00%
Pantalón	105	20.00%
Camiseta manga larga	105	20.00%
Pantuflas	105	20.00%
TOTAL	525	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.**Autor:** Elaborado por la autora.

Interpretación de vestuario: Se identifican cinco prendas, las mismas que se repiten 105 veces, estas son: el pijama de un solo cuerpo que utiliza cada personaje, así como el pasamontaña que es parte del vestuario de superhéroes, del mismo modo, se utiliza el pantalón, camiseta manga larga y pantuflas que son parte del pijama normal que utilizan los personajes antes de transformarse; cada elemento representa el 20% del total.

Tabla 14*Atrezo en escenas de morfosis*

ESCENAS DE MORFOSIS		
ATREZO		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Lentes redondos	35	14.29%
Pulseras	105	42.86%
Peinado de cabellos parados	35	14.29%
Peinado de raya a un lado	35	14.29%

Cabello largo	35	14.29%
TOTAL	245	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de atrezzo: Entre los cinco elementos identificados, los que más se repiten son las pulseras que contienen el antifaz identificativo de cada superhéroe, las mismas que se utilizan 105 veces y representan al 42,82% del total.

Tabla 15

Colores en escenas de morfosis

ESCENAS DE MORFOSIS		
COLORES		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Azul	109	24.89%
Rojo	74	16.89%
Verde	109	24.89%
Blanco	72	16.44%
Negro	37	8.45%
Amarillo	37	8.45%
Café	0	0.00%
TOTAL	438	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de colores: Entre los siete colores registrados, los más empleados son el azul y el verde, que se repiten 109 veces, lo que equivale al 24.89% del total.

Tabla 16

Símbolos en escenas de morfosis

ESCENAS DE MORFOSIS		
SÍMBOLOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Vincha de pluma de Ululette	35	11.08%
Lentes de Ululette	35	11.08%
Búhos en la habitación de Ululette (4 de madera y uno labrado en la cama)	175	55.38%
Libros de Ululette	35	11.08%
Mascota de Greg	35	11.08%
Huellas de lagarto	1	0.32%
TOTAL	316	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de símbolos: Se registraron seis símbolos, uno de los más utilizados son los búhos en la habitación de Amaya, estos se repiten 175 veces y representan el 55.38% del total.

Tabla 17

Íconos en escenas de morfosis

ESCENAS DE MORFOSIS		
ÍCONOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Cuadro de superhéroe gatuno	35	10.00%
Cuadro de Gekko o lagarto	35	10.00%
Antifaz de Connor (pijama y pulsera)	70	20.00%
Antifaz de Gecko (pijama y pulsera)	70	20.00%
Antifaz de Ululette (pijama y pulsera)	70	20.00%
Luna	35	10.00%

Sol	35	10.00%
TOTAL	350	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de íconos: Entre los siete íconos identificados, los que más se repiten son tres, cada uno representa el antifaz de superhéroe de los protagonistas, por lo tanto, responden a 70 repeticiones equivalentes al 20% del total.

Tabla 18

Planos en escenas de morfosis

ESCENAS DE MORFOSIS		
PLANOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Gran plano general	0	0,00%
Plano general	70	7,69%
Entero	455	50,00%
Conjunto	35	3,85%
Medio largo	70	7,69%
Medio corto	0	0,00%
Over shoulder	0	0,00%
Americano	70	7,69%
Detalle	210	23,08%
Primer plano	0	0,00%
Primerísimo primer plano	0	0,00%
TOTAL	910	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de planos: De entre los 11 planos registrados dentro de los 36 episodios, el más repetido es el plano entero, en 455 oportunidades que equivalen al 50 % del total de los planos. Este plano es el más utilizado porque muestra la pose de los superhéroes antes y después de que suceda la transformación.

Tabla 19

Ángulos en escenas de morfosis

ESCENAS DE MORFOSIS		
ÁNGULOS DE CÁMARA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Lateral	70	66,67%
Contrapicado	35	33,33%
Picado	0	0,00%
Nadir	0	0,00%
Cenital	0	0,00%
TOTAL	105	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de ángulos de cámara: Entre los 5 ángulos de cámara en general, se han utilizado dos para esta escena. El predominante es el lateral con 70 repeticiones equivalentes al 66,67 % del total. Esto se debe a que se los enfoca de manera que se disimule, es decir, se los observa realizar actividades de antes de dormir, como jugar con sus mascotas, leer, escribir u otras.

Tabla 20*Movimientos de cámara en escenas de morfosis*

ESCENAS DE MORFOSIS		
MOVIMIENTOS DE CÁMARA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Zoom out	0	0,00%
Zoom in	0	0,00%
Paneo	35	33,33%
Travel in	0	0,00%
Travel out	0	0,00%
Travel right	0	0,00%
Travel left	0	0,00%
Tilt up	35	33,33%
Tilt down	35	33,33%
Cámara lenta	0	0,00%
Cámara rápida	0	0,00%
360 grados	0	0,00%
Movimiento brusco de cámara	0	0,00%
TOTAL	105	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.**Autor:** Elaborado por la autora.

Interpretación de movimientos de cámara: En este bloque, aparecen como más utilizados, tres movimientos físicos u ópticos de la cámara: paneo, tilt up y tilt down, estos se emplean 35 veces, lo que representa, cada uno, el 33,33 % del total. En este bloque se ve a los personajes principales elevarse antes de la transformación y descender luego de la misma, además, mediante el paneo se visualiza el entorno en el que se desenvuelven.

ANÁLISIS GENERAL DEL BOQUE DE ESCENAS DE MORFOSIS:

El discurso visual del bloque de morfosis, en los 35 episodios de los 36 en total, se enfoca en la misma escenografía, personajes, vestuario, atrezzo, color, símbolos e íconos. Los cuales responden a escenografía de habitaciones y ciudad, ya que cada personaje aparece en su respectiva habitación, con su pijama y luego presiona en su pulsera para la morfosis.

El color que más se utiliza es el azul y verde, que predominan en la ciudad en las habitaciones de los trajes de dos de los personajes principales. Los símbolos más utilizados son los búhos en la habitación de un Ululette, ya que tiene este tipo de animales tallados en madera. En cuanto a los íconos, los más utilizados son los antifaces, ya que aparecen en el vestuario y atrezzo de los personajes, así como en algunas escenografías.

El plano más utilizado es el plano entero, porque muestra la pose de los superhéroes antes y después de que suceda la transformación. Así mismo, el ángulo lateral predomina debido a que enfoca de manera disimulada a los personajes, quienes realizan actividades comunes de antes de dormir. Respecto a los movimientos de cámara, aparecen como más utilizados tres movimientos físicos u ópticos de la cámara: paneo, tilt up y tilt down, estos responden a que los personajes principales deben elevarse antes de la transformación y descender luego de la misma, y con el paneo se permite conocer el entorno en el que se desenvuelven.

ESCENAS DE COMBATE

Tabla 21

Escenografía en escenas de combate

ESCENAS DE COMBATE		
ESCENOGRAFÍA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Cuartel Pj Masks	36	31,30%
Ciudad	36	31,30%
Estadio	10	8,70%
Parque	3	2,61%
Librería de la ciudad	1	0,87%
Sala de ciencia	1	0,87%
Bosque	10	8,70%
Zoológico	1	0,87%
Museo	7	6,09%
Montaña Misteriosa	3	2,61%
Escuela	3	2,61%
Feria	1	0,87%
Barrio de los Pj Masks	2	1,74%
Subterráneo de la ciudad	1	0,87%
TOTAL	115	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de escenografía: Entre los 14 escenarios de las escenas de inicio, los más utilizados son la ciudad y el cuartel Pj Masks con 36 repeticiones que equivalen al 31.30% cada una.

Tabla 22

Personajes en escenas de combate

ESCENAS DE COMBATE		
PERSONAJES		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Catboy	36	21.43%
Ululette	36	21.43%
Gecko	36	21.43%
Romeo	13	7.74%
Luna	15	8.93%
Ninja Nocturno	12	7.14%
Ninjalinos	11	6.55%
Los Lobeznos: Rit, Kevin y Howler	7	4.17%
Armadiland	2	1.19%
TOTAL	168	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de personajes: Entre los nueve personajes, los más empleados son Catboy, Gekko y Ululette que se repiten 36 veces, lo que equivale al 21.43% del total, mientras que el villano que más aparece es Luna, con 15 repeticiones iguales al 8.93% del total.

Tabla 23

Vestuario en escenas de combate

ESCENAS DE COMBATE		
VESTUARIO		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Chaqueta	21	4.20%
Pantalón	27	5.40%
Guantes	13	2.60%

Bata médica	13	2.60%
Falda	7	1.40%
Blusa	7	1.40%
Camiseta	14	2.80%
Pijama de un solo cuerpo	148	29.60%
Pasamontaña	148	29.60%
Cinturón	45	9.00%
Medias pantalón	7	1.40%
Chaleco largo	22	4.40%
Botas	28	5.60%
TOTAL	500	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de vestuario: Entre las 13 prendas del vestuario de combate, las que más se utilizan son: el pijama de un solo cuerpo y el pasamontaña, que son utilizados 148 veces que responden al 29.60 % del total.

Tabla 24

Atrezo en escenas de combate

ESCENAS DE COMBATE		
ATREZO		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Antifaz	28	8.19%
Cola	74	21.64%
Capa	38	11.11%
Cresta	36	10.53%
Parches antideslizantes	36	10.53%
Gafas de científico	13	3.80%

Riñonera	13	3.80%
Tabla lunar	15	4.39%
Orejas	38	11.11%
Vinchas en el cabello	7	2.05%
Cerquillo	7	2.05%
Mechón de canas	7	2.05%
Peinado de cabello parado	13	3.80%
Guantes	2	0.58%
Imán lunar	15	4.39%
Gafas de aviación	2	0.58%
Tablet	1	0.29%
Moto	3	0.88%
TOTAL	342	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de atrezo: Entre los 18 elementos recogidos dentro de las escenas de combate, el elemento más utilizado es la cola en los trajes de Catboy y Gecko como personajes principales, con 74 repeticiones que representan 21.64%.

Tabla 25

Personajes en escenas de combate

ESCENAS DE COMBATE		
COLORES		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Azul	120	15.25%
Verde	111	14.10%
Rojo	71	9.02%
Café	79	10.04%

Gris	34	4.32%
Amarillo	75	9.53%
Negro	135	17.15%
Blanco	99	12.58%
Morado	29	3.68%
Naranja	12	1.52%
Beige	13	1.65%
Fucsia	1	0.13%
Celeste	8	1.02%
TOTAL	787	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de colores: Entre los 13 colores identificados en estas escenas, el color más empleado es el negro, se repiten 135 veces, lo que equivale al 17.15% del total.

Tabla 26

Símbolos en escenas de combate

ESCENAS DE COMBATE		
SÍMBOLOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Rayas de Catboy (traje, carro y piso del cuartel)	175	27.13%
Plumas de Ululette (capa y vehículo)	175	27.13%
Escamas en el traje de Gecko	175	27.13%
Polillas de Luna	15	2.33%
Batas, guantes y gafas de Romeo (científico)	13	2.02%
Estrellas y cinturones en el Ninja Nocturno y los Ninjalinos	23	3.57%
Puntos blancos en los trajes del Ninja Nocturno y los Ninjalinos	23	3.57%

Luna creciente en el traje de Luna	15	2.33%
Dedos señalando "amor y paz"	1	0.16%
Lobo aullando a la luna	7	1.09%
Huesos cruzados en x	7	1.09%
Huella de lobo	7	5.26%
Cabeza de lobo sacando la lengua.	7	5.26%
Textura rugosa en el caparazón de Armadiland	2	1.50%
TOTAL	645	109.55%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de símbolos: Entre los 14 símbolos registrados, en esta escena existen 3 símbolos utilizados 175 veces y que representan el 27.13% del total, estos símbolos son: las rayas en el traje, carro y piso del cuartel que utiliza Catboy; las plumas en la capa y el vehículo de Ululette; y las escamas en el traje de Gecko.

Tabla 27

Íconos en escenas de combate

ESCENAS DE COMBATE		
ÍCONOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Antifaz de Catboy (cuartel, pijama, ascensor, pantalla táctil y volante)	175	32.47%
Antifaz de Gecko (cuartel, pijama, ascensor, pantalla táctil y volante)	175	32.47%
Antifaz de Ululette (cuartel, pijama, ascensor, pantalla táctil y volante)	175	32.47%
Flechas	5	0.93%
Ícono de volumen	1	0.19%
Ícono de volante	1	0.19%

Ícono de huella de lagarto	2	0.37%
Ícono de flechas de dirección	1	0.19%
Ícono de Gekkomóvil en la pantalla táctil	2	0.37%
Ícono de búhodeslizador en la pantalla táctil	1	0.19%
Ícono de turbo en el vehículo	1	0.19%
Ícono de volante en el tablero del gatomóvil	2	0.37%
Ícono de pie pisando una corteza	1	0.19%
Ícono de persona con flechas giratorias	1	0.19%
Ícono de una mano moviéndose	1	0.19%
Ícono de gatomóvil en la pantalla táctil	2	0.37%
Letrero del zoológico con un pulpo, un león y un pingüino	1	0.19%
Imagen del cuartel en la pantalla táctil	1	0.19%
Ícono de cámara de video	1	0.19%
Señal de alarma en la pantalla táctil	1	0.19%
Ícono de bolas de pelo	1	0.19%
Ícono de grabación en la pantalla del robot en pijama	1	0.19%
Estatuas de Pixiu	3	0.56%
Ícono de un dragón y un tigre en una montaña	3	0.56%
Señal de infinito	3	0.56%
Señalética en los juegos de atracciones	1	0.19%
Banderines de feria	1	0.19%
Megáfono de la feria	1	0.19%
Ícono de foco	1	0.19%
Ícono de piano	1	0.19%

Ícono de planetas en el fondo de superhéroe	1	0.19%
TOTAL	539	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de íconos: Entre los 24 íconos identificados, los que más se repiten son tres, cada uno representa el antifaz de superhéroe de los protagonistas, empleado en el cuartel, el pijama, el ascensor, la pantalla táctil y el volante de los vehículos. Por lo tanto, responden a 175 repeticiones equivalentes al 32.47% del total.

Tabla 28

Planos en escenas de combate

ESCENAS DE COMBATE		
PLANOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Gran plano general	0	0,00%
Plano general	441	5,38%
Entero	2632	32,08%
Conjunto	1535	18,71%
Medio largo	838	10,21%
Medio corto	452	5,51%
Over shoulder	363	4,42%
Americano	343	4,18%
Detalle	1234	15,04%
Primer plano	340	4,14%
Primerísimo primer plano	26	0,32%
TOTAL	8204	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de planos: Entre los 11 planos registrados, durante la escena de combate se emplea 2632 veces al plano entero, lo que equivale al 32,08 % del total. La razón está en que este plano permite observar e identificar a los personajes, tanto en su vestuario y atrezo como en sus movimientos corporales, es así que este plano se emplea en las poses de lucha o para mostrar nerviosismo u otros.

Tabla 29

Ángulos de cámara en escenas de combate

ESCENAS DE COMBATE		
ÁNGULOS DE CÁMARA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Lateral	466	33,89%
Contrapicado	274	19,93%
Picado	481	34,98%
Nadir	45	3,27%
Cenital	109	7,93%
TOTAL	1375	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de ángulos de cámara: Son 5 los ángulos de cámara registrados, de ellos, el ángulo picado se emplea 481 veces durante todo el bloque de combate, representando al 34,98 % del total. Esto debido a que los superhéroes y los villanos escalan, trepan o vuelan, en algún momento, de modo que ven desde lo alto a sus adversarios o a las situaciones de peligro.

Tabla 30*Movimientos de cámara en escenas de combate*

ESCENAS DE COMBATE		
MOVIMIENTOS DE CÁMARA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Zoom out	25	10,78%
Zoom in	31	13,36%
Paneo	24	10,34%
Travel in	27	11,64%
Travel out	14	6,03%
Travel right	24	10,34%
Travel left	23	9,91%
Tilt up	29	12,50%
Tilt down	21	9,05%
Cámara lenta	5	2,16%
Cámara rápida	0	0,00%
360 grados	4	1,72%
Movimiento brusco de cámara	5	2,16%
TOTAL	232	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.**Autor:** Elaborado por la autora.

Interpretación de movimientos de cámara: Dentro de los 13 movimientos físicos u ópticos registrados en el bloque de combate de los 36 episodios, se evidencia al zoom in con 31 repeticiones equivalentes al 13,36 % del total. Esto se debe a que, durante el combate, es común enfocar algo en específico, ya sea porque llama la atención, porque es un elemento de lucha, un objeto que se quiere recuperar o una reacción facial del personaje.

ANÁLISIS GENERAL DEL BLOQUE DE ESCENAS DE COMBATE

El discurso visual del bloque de combate se enfoca en dos escenografías: la de ciudad y el cuartel de los PJ Masks. En este bloque los personajes principales son Catboy, Gekko y Ululette, sin embargo, el villano que más aparece es Luna. En cuanto al vestuario, los personajes utilizan su pijama de cuerpo entero y el pasamontaña que son su traje de superhéroes. Sobre el atrezzo el más utilizado es la cola, ya que la utiliza Catboy, Gekko y Armadiland. El color más utilizado es el negro, ya que todos los escenarios y todas las situaciones se dan durante la noche, donde muchos objetos no se ven o aparecen entre las sombras. Sobre los símbolos, los más utilizados son las plumas y escamas ya que las plumas aparecen en el traje de Ululette y sus pertenencias, mientras que las escamas aparecen en el traje de Gekko y sus pertenencias, así como en el traje de Armadiland que es otro personaje secundario. El ícono que más se utiliza son los antifaces de cada uno de los superhéroes principales.

Entre los planos registrados, el plano entero predomina, ya que permite observar e identificar a los personajes, tanto en su vestuario y atrezzo como en sus movimientos corporales, también se emplea en las poses de lucha o para mostrar nerviosismo u otros.

Los ángulos de cámara utilizados, fueron los ángulos visuales picados, debido a que los superhéroes y los villanos escalan, trepan o vuelan, en algún momento, de modo que ven desde lo alto a sus adversarios o a las situaciones de peligro.

Uno de los movimientos físicos u ópticos más utilizado es el zoom in, lo que responde a la necesidad de enfocar algo en específico, ya sea porque llama la atención, porque es un elemento de lucha, un objeto que se quiere recuperar o una reacción facial del personaje. Esto nos permite sentirnos parte de las acciones que involucran a los personajes de manera personal.

ESCENAS DE SOLUCIÓN

Tabla 31

Escenografía en escenas de solución

ESCENAS DE SOLUCIÓN		
ESCENOGRAFÍA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Feria	1	3.45%
Estadio	6	20.69%
Escuela	4	13.79%
Aula	2	6.90%
Museo	5	17.24%
Sala de ciencia	2	6.90%
Zona del globo aerostático	1	3.45%
Intersección de la librería	1	3.45%
La casa de Greg	1	3.45%
Habitación de Greg	2	6.90%
Parque	1	3.45%
Tarima de la escuela	1	3.45%
Bosque	1	3.45%
Barrio de los PJ Masks	1	3.45%
TOTAL	29	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación escenografía: Entre los 14 escenarios que pertenecen a estas últimas escenas, el escenario más utilizado es el estadio con 6 repeticiones que representan, cada una, el 20.69% del total. Este escenario aparece en tercer lugar al inicio, pero indica el lugar final en el que se disfruta la solución del problema.

Tabla 32*Personajes en escenas de solución*

ESCENAS DE SOLUCIÓN		
PERSONAJES		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Connor	22	27.85%
Greg	22	27.85%
Amaya	22	27.85%
Otros niños	13	16.46%
TOTAL	79	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.**Autor:** Elaborado por la autora.

Interpretación de personajes: Entre los cuatro personajes finales, aquí podemos citar a los personajes principales: Connor, Greg y Amaya con 22 repeticiones que representan el 27.85%, cada uno, y sobre los personajes secundarios “otros niños” con 13 repeticiones es el 16.46% del total.

Tabla 33*Vestuario en escenas de solución*

ESCENAS DE SOLUCIÓN		
VESTUARIO		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Chaqueta	22	10.00%
Pantalón	44	20.00%
Zapatos deportivos	66	30.00%
Sudadera	22	10.00%

Falda short	22	10.00%
Blusa manga corta	22	10.00%
Camiseta	22	10.00%
TOTAL	220	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de vestuario: Entre las siete prendas de los vestuarios en esta escena, se identifica a los zapatos deportivos como el 30% del total con 66 repeticiones.

Tabla 34

Atrezo en escenas de solución

ESCENAS DE SOLUCIÓN		
ATREZO		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Helicóptero de juguete	1	0.52%
Lentes redondos	35	18.13%
Pulseras	35	18.13%
Scooter	1	0.52%
Peinado de cabellos parados	35	18.13%
Peinado de raya a un lado	35	18.13%
Cabello largo	35	18.13%
Tablet	1	0.52%
Maqueta del sistema solar	1	0.52%
Libro	1	0.52%
Bicicleta	3	1.55%
Maqueta del volcán	1	0.52%
Mascota lagarto	2	1.04%
Mascota paloma	1	0.52%

Vaso de refresco	2	1.04%
Peluche de gato	1	0.52%
Mochila	1	0.52%
Peluche de lagarto	1	0.52%
Peluche de búho	1	0.52%
Pizarra	1	
TOTAL	193	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de atrezo: Entre los 20 elementos del atrezo, los más utilizados son los lentes redondos, las pulseras que representan sus personajes nocturnos, el peinado de cabellos parados de Connor, el peinado de raya a un lado de Greg y el cabello largo de Ululette, estas se repiten 35 veces que representan el 18.13% del total.

Tabla 35

Colores en escenas de solución

ESCENAS DE SOLUCIÓN		
COLORES		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Naranja	8	1.34%
Amarillo	23	3.85%
Café	31	5.19%
Verde claro	68	11.39%
Rojo	95	15.91%
Azul marino	90	15.08%
Celeste	80	13.40%
Blanco	63	10.55%
Verde oscuro	49	8.21%

Rosado	38	6.37%
Negro	19	3.18%
Beige	12	2.01%
Fucsia	6	1.01%
Morado	1	0.17%
Gris	14	2.35%
TOTAL	597	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de colores: Entre los 15 colores predominantes, el color rojo se utiliza 95 veces, lo que representa el 15.91% y el color azul marino tienen 90 repeticiones equivalentes a 15.08% del total.

Tabla 36

Símbolos en escenas de solución

ESCENAS DE SOLUCIÓN		
SÍMBOLOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Calcomanía de lagarto	37	29.60%
Rayos o rayas	37	29.60%
Vincha de pluma de Ululette	35	28.00%
Monumento de libro	9	7.20%
Átomos	2	1.60%
Astros	1	0.80%
Planetas	1	0.80%
Constelaciones	1	0.80%
Huellas de lagarto	1	0.80%
Helicóptero de juguete	1	0.80%

Letras, números y dibujos en la pizarra	2	1.60%
Signo de foco	1	0.80%
Globos	1	0.80%
Afiches en el museo	1	0.80%
Afiches en la habitación de Greg	3	2.40%
TOTAL	125	100.00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de símbolos: Entre los 15 símbolos registrados, la calcomanía de lagarto y las rayas/rayos que aparecen en la vestimenta de Greg y Connor, respectivamente, son las dos primeras más utilizadas con 37 repeticiones que significan el 29.60% del total.

Tabla 37

Íconos en escenas de solución

ESCENAS DE SOLUCIÓN		
ÍCONOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Señalética en los juegos de atracciones	2	5,13%
Banderines de feria	2	5,13%
Megáfono de la feria	2	5,13%
Líneas de la cancha de fútbol	2	5,13%
Líneas de la pista de atletismo	2	5,13%
Flechas	5	12,82%
Banderín de rayo en la bicicleta de Connor	1	2,56%
Carteles a la entrada del museo	1	2,56%
Ícono de lectura	1	2,56%
Ícono de mensaje del celular	1	2,56%
Ícono de carrito de compras	1	2,56%

Ícono de arroba de email	1	2,56%
Ícono de carta de correo	1	2,56%
Afiche de lagarto en la pared de Greg	1	2,56%
Ícono de cámara de video	1	2,56%
Ícono de videollamada	1	2,56%
Ícono de globo aerostático	1	2,56%
Gigantografías con avionetas y globos aerostáticos	1	2,56%
Ícono de foto en la tablet de Connor	1	2,56%
Antifaz de Catboy en el pijama	3	7,69%
Antifaz de Gecko en el pijama	3	7,69%
Tickets de tren	1	2,56%
Gigantografías con avionetas y globos aerostáticos	1	2,56%
Antifaz de Ululette	3	7,69%
TOTAL	39	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de íconos: Entre los 24 íconos encontrados dentro de este bloque, existen 3 que más se repiten: las flechas aparecen en un 12,82 %, es decir, se repiten 5 veces, y los antifaces de cada superhéroe se muestran en el 7,69 % del total, lo que representa a 3 veces, cada uno.

Tabla 38

Planos en escenas de solución

ESCENAS DE SOLUCIÓN		
PLANOS		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Gran plano general	2	1,08%
Plano general	16	8,60%

Entero	30	16,13%
Conjunto	64	34,41%
Medio largo	23	12,37%
Medio corto	1	0,54%
Over shoulder	7	3,76%
Americano	8	4,30%
Detalle	32	17,20%
Primer plano	3	1,61%
Primerísimo primer plano	0	0,00%
TOTAL	186	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de planos: Entre los 11 planos registrados, el plano más destacado es el de conjunto, con 64 repeticiones iguales al 34,41 % del total. Esto responde a que el bloque de solución es muy parecido al bloque de inicio. Durante la solución, los personajes comparten con sus amigos, compañeros o vecinos el resultado de “salvar el día”, como ellos dicen, lo que muestra la predominancia de planos de conjunto.

Tabla 39

Ángulos de cámara en escenas de solución

ESCENAS DE SOLUCIÓN		
ÁNGULOS DE CÁMARA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Lateral	70	66,67%
Contrapicado	35	33,33%
Picado	0	0,00%
Nadir	0	0,00%

Cenital	0	0,00%
TOTAL	105	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de ángulos de cámara: Se registran 5 ángulos en los 36 episodios, sin embargo, durante este bloque se emplean dos: ángulo lateral y ángulo contrapicado. El predominante es el lateral con 70 repeticiones iguales al 66,67 % del total. Es común observar cómo los personajes se desenvuelven como amigos y disfrutan de aquello que los villanos querían quitarles, por ello, a modo de disimulo, la cámara nos permite observarlos en un ángulo lateral.

Tabla 40

Movimientos de cámara en escenas de solución

ESCENAS DE SOLUCIÓN		
MOVIMIENTOS DE CÁMARA		
TIPO	REPETICIONES	PORCENTAJE
Zoom out	12	23,53%
Zoom in	7	13,73%
Paneo	4	7,84%
Travel in	9	17,65%
Travel out	7	13,73%
Travel right	5	9,80%
Travel left	2	3,92%
Tilt up	3	5,88%
Tilt down	2	3,92%
Cámara lenta	0	0,00%
Cámara rápida	0	0,00%

360 grados	0	0,00%
Movimiento brusco de cámara	0	0,00%
TOTAL	51	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación de movimientos de cámara: Son 13 movimientos físicos u ópticos los que se emplean durante los 36 episodios, pese a ello, solo 9 son utilizados en este bloque. El predominante es el zoom out, con 12 repeticiones iguales al 23,53 % del total. Esto se debe a que este bloque es de cierre, por lo tanto, busca oxigenar el encuadre y contextualizar, así mismo, al finalizar el episodio se emplea este movimiento óptico a modo de despedida.

ANÁLISIS GENERAL DEL BLOQUE DE LAS ESCENAS DE SOLUCIÓN

El discurso visual del bloque de solución se enfoca en varias coincidencias del bloque de inicio. Respecto a la escenografía, la más utilizada es la de estadio en la que se suele disfrutar de haber solucionado los problemas. Los personajes que más aparecen son Connor, Greg y Amaya, los mismos que utilizan zapatos deportivos, al igual que otros personajes secundarios demostrando la comodidad de la etapa escolar.

Respecto al atrezzo, aparecen más los lentes redondos de Ululette, las pulseras de antifaz y los peinados de los tres personajes principales. En lo que se refiere al color, el rojo y el azul marino son los más utilizados debido a los diferentes componentes de las escenografías y los trajes de dos de los personajes principales. Sobre los símbolos, la calcomanía de lagarto y las rayas o rayos son los más empleados ya que aparecen en las diferentes pertenencias accesorios, vestuario y escenografía de los personajes principales, en este caso Greg y Connor. En cuanto

a los íconos, los más empleados son los antifaces de cada uno de los personajes principales, que también aparecen dentro del vestuario y atrezzo.

El plano más destacado es el de conjunto, la razón responde a que, en la solución, los personajes comparten actividades con sus amigos, compañeros o vecinos, como una manera de disfrutar el resultado de “salvar el día”, como ellos dicen. Del mismo modo, el ángulo visual predominante es el lateral, porque es común observar cómo los personajes se desenvuelven como amigos y disfrutan de aquello que los villanos querían quitarles, por ello, a modo de disimulo, la cámara nos permite observarlos en un ángulo lateral.

El movimiento físico u óptico empleado con predominancia es el zoom out, puesto que este bloque es de cierre, por lo tanto, busca oxigenar el encuadre y contextualizar, así mismo, al finalizar el episodio utiliza este movimiento óptico como una manera de despedirse.

TABULACIÓN DE LAS FICHAS DE ANÁLISIS DE DISCURSO

PRIMERA FASE: SOBRE LAS PALABRAS REPETITIVAS

Tabla 41

Sobre las palabras repetitivas

SOBRE LAS PALABRAS REPETITIVAS			
PALABRA TEXTUAL	SINÓNIMOS ENCONTRADOS	REPETICIONES	PORCENTAJES
Ansiosa	Impaciente 1, prisa 1, ansioso 1, apresurar 3	7	0,99%
Tren		2	0,28%
Velocidad	veloz 5, rápido 2	10	1,42%
Vamos		7	0,99%
Corran		3	0,42%
Villanos	villano 1	8	1,13%

Asombroso		5	0,71%
Lo siento	disculpas 3, disculparte 1, discúlpate 2, disculpé 1	9	1,27%
Laboratorio		2	0,28%
Atrapar	Atraparé 2	5	0,71%
Plan		16	2,27%
Cuidado		5	0,71%
Salvar		5	0,71%
Gatito		8	1,13%
Aguardar	aguarden 1	2	0,28%
Nubes		2	0,28%
Jugar		5	0,71%
Héroes en pijamas		38	5,38%
Agua		3	0,42%
Tramar 3	Tramando 3, traman 1	7	0,99%
Apoderar		2	0,28%
Desorden		3	0,42%
Insectos	insecto 7	12	1,70%
Encanta		2	0,28%
Libros		5	0,71%
Flora flash		3	0,42%
Descuida		3	0,42%
Concentra		3	0,42%
Museo		4	0,57%
Torpe	torpeza 3	13	1,84%
Volador	volando 3, volar 8	16	2,27%
Asustar	asustaste 1, asustado 1, asusté 1	5	0,71%

Robar	robaría 1, robando 1, robó 3, roban 1, robé 1, robaste 6	23	3,26%
Volar		5	0,71%
Desaparecer	desapareció 3, desaparecerán 1, desaparecerá 1	6	0,85%
Globo		7	0,99%
Flash		4	0,57%
Super		11	1,56%
Cuartel		6	0,85%
Valioso		4	0,57%
Telescopio		4	0,57%
Rayo		4	0,57%
Cerebro	cerebrito 4	6	0,85%
Robot		17	2,41%
Juegos	jugar 8, jugadora 3, juego 3	19	2,69%
Mascota		9	1,27%
Imán		4	0,57%
Poder	apoderar 1 poderoso 2, poderes 23	34	4,82%
Espera	esperar 5	8	1,13%
Pasos	paso 10	7	0,99%
Giro	girador 3	6	0,85%
Rocas	roca 19	21	2,97%
Fuerte	fuertes 2	12	1,70%
Nocturno		8	1,13%
Gato	gatito 8	18	2,55%
Vencerá	vencerá 1	6	0,85%
Esferas		7	0,99%
Mancha	manchas 7	13	1,84%

Peluche	peluches 3	8	1,13%
Bebé	bebés 5	8	1,13%
Luna	lunar 11	36	5,10%
Anillo		12	1,70%
Montaña		9	1,27%
Pijama	pijamas 8	16	2,27%
Hueso	huesos 10	17	2,41%
Arruina	arruinó 3, arruinaría 1, arruinaron 1, arruine 1	8	1,13%
Truco	Trucos 3	11	1,56%
Pegajosas	pegajosa 5	6	0,85%
Traman	tramando 3, tramar 3	7	0,99%
Amigo	amigos 6	8	1,13%
Halloween		7	0,99%
Noche		5	0,71%
Ninja	Ninjalinos 3	23	3,26%
Caramelos	caramelo 1	13	1,84%
Nube	nubes 15	19	2,69%
Preocupaba	preocupa 3	4	0,57%
TOTAL		706	100%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Tabla 42

Palabras más repetidas

PALABRAS MÁS REPETIDAS			
NÚMERO	PALABRA / FRASE	REPETICIONES	PORCENTAJE
1	Héroes en pijamas	38	5,53%

2	Luna	36	5,24%
3	Poder	34	4,95%
4	Robar / Ninja	23	3,35%
5	Roca	21	3,06%
6	Jugar	19	2,77%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación: De acuerdo a lo observado, las palabras que más se repiten son:

- Héroes en pijamas.
- Luna.
- Poder.
- Robar.
- Ninja.
- Roca.
- Jugar.

Las temporadas observadas, a nivel de discurso tiene el protagonismo de los héroes en pijamas o PJ Masks, por ello, este nombre se repite 38 veces, que corresponden al 5,53%, tomando en cuenta que es la frase propia antes del combate y al momento de lograr la solución.

Por otro lado, estas series cuentan con más episodios de la villana Luna Girl y el Ninja Nocturno, por lo tanto, se justifica que “Luna” y “Ninja” estén entre las palabras más repetidas, con 5,24% y 3,35 % respectivamente. Además, es necesario resaltar que esta villana tiene dos aparatos tecnológicos con esta palabra: tabla lunar e imán lunar; y que este villano tiene a sus secuaces denominados Ninjalinos, por ello, tienen mayor probabilidad de que se repita su nombre durante las dos temporadas.

“Jugar”, “robar” y “poder” tienen un 2,77 %, 3,35 % y 4,95 %, respectivamente. Estas se repiten debido a que, al inicio o fin de cada episodio, los niños se encuentran jugando en la escuela, el estadio, las casas o en el cuartel de los PJ Masks, así mismo, todos los villanos roban algo, lo que hace que esta palabra se repita constantemente entre los villanos y los héroes. Se suma a esto, el hecho de que todos los villanos quieren tener el poder: Luna quiere apoderarse del satélite de la Tierra y dominar a los humanos, Romeo quiere el poder a través de sus inventos, y los Ninjas Nocturnos quieren tener todo lo que tienen los niños de la ciudad, todo esto se refleja en la repetición de esta palabra al momento de hacer sus fechorías.

“Roca” tiene el 3,06 % de repeticiones, debido a que existen dos episodios dedicados a Gecko y su roca especial y sobre montañas.

SEGUNDA FASE: SOBRE LA RELACIÓN ENTRE MENSAJE DEL EPISODIO Y SUS PALABRAS O FRASES REPETITIVAS

Tabla 43

Sobre la relación entre mensaje del episodio y sus palabras o frases repetitivas.

RELACIÓN MENSAJE Y FRASES REPETITIVAS					
FICHA	TÍTULO	MENSAJE	FRASES REPETITIVAS	RELACIÓN	EXISTE RELACIÓN
1	Culpa al tren, Ululette.	Ser paciente. Es necesario esperar, tener un plan y trabajar en equipo.	Estaba ansiosa / está muy impaciente / tenía mucha prisa Tren volador del carnaval / Tren más veloz del mundo / me gusta la velocidad Vamos, vamos, vamos / corran,	En este episodio se habla de la prisa que tiene Ululette por subirse al tren, por ello, se utilizan palabras relacionadas a la impaciencia. Así también se utilizan palabras	SÍ

			<p>corran, corran / vamos chicos</p>	<p>que demuestran que hay prisa.</p> <p>Esto fortalece su mensaje que busca mostrar cómo es la impaciencia y enseñar a ser paciente.</p>	
2	La crisis nebulosa de Catboy.	<p>Ser valiente. Estar dispuesto a defender a los amigos incluso cuando debamos enfrentar nuestros miedos.</p>	<p>Pobre gatito / Gatito asustado / gatito asustado</p> <p>Solo es un poco de agua / deberías intentar mojar te un poco / ¿a dónde se fue el agua? / los gatos detestan el agua / ¡no, agua! / es solo un poco de agua / si yo me voy a mojar, tú también / me mojaste</p> <p>Nubes extrañas hay que averiguar de dónde vienen esas nubes / ¿qué hacen esas nubes oscuras ahí? / haz nubes / dejaré salir a todas las nubes / llevaré todas las nubes al tanque / ¿cómo van a detenerme tus nubes? / esas son nubes de lluvia / envía esas nubes a Catboy / nubes vayan con Catboy a donde sea que vaya / aléjate horrible</p>	<p>En este episodio se habla del miedo que tiene Connor por el agua. Por eso, se emplean palabras como pobre o asustado para referirse al personaje gatuno que tiene Connor.</p> <p>Se utiliza la palabra agua y nubes, por estar relacionadas a mojar.</p> <p>Esto fortalece su mensaje de ser valiente y de que todos tenemos un miedo que debemos superar.</p>	SÍ

			<p>nube lluviosa / quítate nube / tengo que escapar de esta nube lluviosa / más nubes, más nubes / quiero la nube más grande y lluviosa / nubes rodeen al gatito / haz más nubes / corre bajo las nubes</p> <p>Nadie puede jugar hoy / yo jamás puedo jugar sus juegos de verano / para que nadie pueda jugar / puedes jugar con nosotros / ¿quieren que juegue feliz durante el día? Héroes en pijamas</p>		
3	Ululette y el salto de flash.	<p>Es importante tener personalida d. No hace falta imitar a otros para cumplir nuestros objetivos.</p> <p>Es importante apreciar la lectura porque nos permite imaginar y aprender.</p>	<p>Le encanta flora flash ¿Qué les pasó a nuestros libros? / robó todos los libros / todos los libros de la ciudad / libros más valiosos / libros a la normalidad Solo vemos fotos / mi foto estaré en todos lados Flora flash busca y encuentra / Super giro de Flora Flash Héroes en pijamas</p>	<p>Este episodio trata sobre ser otra persona por no ver las habilidades que tenemos y de no tener el hábito de la lectura. Por ello, se utilizan las palabras: Flora Flash y libro, pues Amaya quiere las habilidades de artes marciales de Flora Flash y Romeo quiere que todos los</p>	SÍ

				<p>libros tengan sus fotos y nadie lea.</p> <p>Las palabras utilizadas muestran cómo se siente tratar de ser una persona que no es y lo importante de ver las habilidades propias. Así mismo, enseña a que los libros pueden ser muy interesantes si los leemos con interés. Por lo tanto, sí refuerza el mensaje.</p>	
4	Catboy y el salto excavador.	Las habilidades que tenemos también pueden ser las habilidades de otros, es importante darles la oportunidad a los demás.	<p>Ya repararon el museo / llevan meses reparando el museo</p> <p>Vamos a la sala de ciencia / ¿quién quería entrar a la sala de ciencia? / la sala de ciencia está detrás del muro</p> <p>Somos los primeros en ver esto / voy a ser muy bueno en esto /</p> <p>Ahora yo / que sea el turno de alguien más / ahora es el turno de Greg / dejar que sea su turno</p>	<p>Este episodio se muestra cómo Catboy quiere ser el primero y el mejor en todo.</p> <p>Las palabras más usadas son turno y salto. La primera indica la importancia de respetar los turnos. La segunda muestra de lo que trata el episodio.</p> <p>La palabra turnos refuerza el mensaje sobre dar oportunidad a otros. Y salto se enfoca en reforzar la idea</p>	SÍ

			<p>Héroes en pijamas / Héroes en pijamas</p> <p>Esta pieza sirve para saltar / es un salto excavador / en el salto excavador / en cuanto pueda alcanzarte con el salto excavador / déjame usar el salto excavador / debí dejarlo usar el salto excavador / ¿vas a intentarlo con el salto excavador? / en un salto excavador / bien saltado / deberías intentar saltar / es mi salto excavador</p>	del título del episodio.	
5	Gecko y los Super ninjalinos	La unión hace la fuerza. El grupo supera la fuerza individual.	<p>Súper fuerte / más fuerte / tan fuertes como yo / sí que son fuertes / debo ser más fuerte que ellos / soy súper fuerte los niños lo necesitan / necesitas ayuda Atraparé a los ninjalinos Ninja nocturno / Ninjalinos Héroes en pijamas</p>	<p>Este episodio muestra que Greg tiene el poder de super fuerza, pero que no es suficiente o no es mayor que el trabajo en equipo.</p> <p>Por ello, las palabras que más se repiten son fuerte y ninjalinos. Esto porque es una lucha entre Greg y los ninjalinos por saber quién es mejor esto.</p> <p>El mensaje se ve fortalecido al mostrar cómo es más fuerte un</p>	SÍ

				equipo que una persona sola.	
6	El problema de Ululette con el pterodáctilo	Se debe ofrecer verdaderas disculpas y es importante saber disculpar y evitar el resentimiento.	Pterodáctilo Volador Tienes que disculparte / discúlpate, primero / no fue una gran disculpa / cuando me pidas disculpas / pero antes discúlpate / Tus disculpas no fueron sinceras Lo siento / lo siento mucho / de verdad lo siento / ya me disculpé Ese pequeño gatito se asustó / otro gatito que asustar / muévete gatito / no me gustan los gatos / gatito miedoso / torpe gatito volador Me asustaste / no te asusté tanto Héroes en pijamas	Este episodio presenta el miedo de Amaya a los dinosaurios y la importancia de saber disculpar. Las palabras que se repiten están relacionadas a disculpar y asustar. Debido a que Amaya le exige disculpas a Connor, todo el tiempo, y Romeo utiliza el pterodáctilo para asustar a todos. Aquí se fortalece el mensaje de aprender a pedir disculpas y saber disculpar, debido a que Amaya se muestra demasiado resentida y eso impide lograra los objetivos, y Connor no se disculpa a tiempo y de manera sincera, así que lastima a Amaya.	SÍ

7	El fiasco volador de Catboy.	Está mal aceptar regalos cuando no se sabe de quién vienen. Es mejor utilizar tus habilidades y no imitar a otros.	Ansioso por volar / volar es algo increíble / volar requiere de mucha práctica El globo desapareció / el globo desapareció durante la noche / globo lunar / reparar el globo / que todos puedan volar en globo Héroes en pijamas	Este episodio muestra cómo le va mal a Connor por aceptar algo de un extraño, sobre todo cuando se trata de algo que a él le encanta. Las palabras que utilizan son volar y globo, esto debido a que Connor quiere volar en el globo aerostático. El mensaje es claro al hablar sobre lo que le gusta a Connor y, aunque no sabe, quiere hacerlo a su manera y sin importar si el instrumento es propio de extraños. Se muestra que, por eso, le va mal y debe aprender a escuchar consejos y desconfiar de extraños.	SÍ
---	------------------------------	--	--	---	----

8	Los estornudos de Gecko.	Si estamos enfermos es mejor mantenernos en un lugar seguro. Cuando nos dan un rol dentro del equipo, debemos cumplirlo para alcanzar el objetivo común.	Estás estornudando mucho Veamos cuándo abre la tienda / un mensaje de la tienda / Cómic de Flash Ahora tienes super estornudos / con super estornudos no deberías estar afuera Está fuera del cuartel / el cuartel de los pijamas será mío / mis polillas están en el cuartel / despídanse de su cuartel Héroes en pijamas	En este episodio se habla de cuidar la salud y de aceptar los roles de acuerdo a sus capacidades. Las palabras que se repiten son estornudos y cuartel. Esto porque Greg estaba resfriado y no quería quedarse fuera de la misión, y por no aceptar el rol que le dieron por estar enfermo, empeoró la misión, haciendo que casi se roben el cuartel. Las palabras fortalecen el mensaje porque hablan sobre un síntoma del resfriado y sobre lo que estaba en juego por no saber tomar el lugar que corresponde dentro de la misión.	SÍ
---	--------------------------	--	---	---	----

9	Gecko y el problema lunar.	Enfocarse en una sola cosa a la vez.	<p>Modelos del sistema solar / construir un sistema solar</p> <p>Excursión al observatorio</p> <p>¿El telescopio robado es el que está en su laboratorio? / ¿acaso buscan un telescopio? / jamás recuperemos el telescopio</p> <p>Láser espacial / en cuanto aprendas a disparar el láser / no puedo detener al láser y al robot / no con el láser espacial /</p> <p>Uno a la vez / dando un paso a la vez / un paso a la vez</p> <p>Héroes en pijamas</p>	<p>Este episodio se habla de la preocupación de Greg por resolver todo al mismo tiempo.</p> <p>Las palabras que más se utilizan son paso, telescopio y láser. La primera se debe a que es parte de la frase “un paso a la vez” que es el consejo de Amaya. Y las otras dos palabras se refieren al invento que creó Romeo para apoderarse de la luna y de las cuales estaba intimidado Greg.</p> <p>El mensaje se refuerza con las palabras porque muestran lo que se debe hacer para enfocarse.</p>	SÍ
10	La torpeza de Catboy.	Debemos admitir nuestros errores y nuestras debilidades para saber cómo actuar	<p>Tener cuidado / cuidado</p> <p>Sí puedo / Estás muy torpe hoy / no soy torpe / demasiada torpeza / deben sentirse mal por ser tan torpes / ¿qué torpeza le quedará mejor? /</p>	<p>En este episodio se habla de un error de Connor que él no quiere admitir.</p> <p>Las palabras que se repiten son cuidado y torpe, debido a que</p>	SÍ

		de forma correcta.	revertir la torpeza / son muy torpes / Romeo es muy torpe / como un poder torpe Héroes en pijamas	<p>todos se aconsejan tener cuidado y a que Connor genera problema por su torpeza.</p> <p>El mensaje se ve reforzado, ya que muestra cómo se comporta Connor al no aceptar su error, los problemas que ocasiona y cómo se siente al dejarse ayudar y poder salvar la misión.</p>	
11	El alborotado robot de Catboy y Gecko.	Los amigos son importantes por ello, no es correcto dejarlos fuera de tus juegos o planes.	<p>Maestros de las artes marciales / maestro Fang y King Magí Robot de Romeo / robot nueva y mejorada / viejo robot construye un nuevo robot / construir otro robot / ríndete robot</p> <p>Desaparecieron todos los juegos / ¿qué hiciste con los juegos del parque? / el robot está hecho con todos los juegos del parque / que nos des los juegos del parque</p>	<p>En este episodio se muestra a Gecko y Catboy queriendo luchar con las habilidades de sus maestros de artes marciales favoritos, pero hacen a un lado a Ululette.</p> <p>Las palabras más usadas son robot y juegos. Robot porque es la nueva creación de Romeo y porque los PJ Mask deben salvar al robot de su lado malvado. Juegos porque el primero robot de</p>	SÍ

				<p>Romeo robó los juegos del parque para construir a un mejor amigo.</p> <p>Las palabras utilizadas no fortalecen el mensaje de cooperativismo, pero sí refuerzan la idea del título.</p>	
12	La amiga emplumada de Ululette.	Una mascota requiere responsabilidad en su cuidado, alimentación y correcto entrenamiento.	<p>Quisiera una mascota / ¿creen que ella pueda ser mi mascota? / no es fácil cuidar mascotas / cree que cuidar mascotas es fácil / ¿mi mascota hizo eso? / cuidas tan mal a tu mascota / una mascota no es para diversión / mi mascota lo destruyó Luna está robando algo del museo / tomaste algo del museo</p> <p>Son divertidas</p> <p>Héroes en pijamas</p>	<p>En este episodio, Ululette quiere tener una mascota porque cree que todo es diversión.</p> <p>La palabra que más se repite es mascota.</p> <p>Ululette tiene problemas con la mascota que adoptó, ella no le pone atención porque está ocupada en la misión.</p> <p>La palabra utilizada está reforzando la idea de que todo lo que vive Ululette es complejo, porque no aprende a ser responsable.</p>	SÍ

13	Catboy y el domo lunar.	No debemos hacer caso a las burlas, es importante intentar mucho hasta conseguir nuestros objetivos.	Espera a que todos vean nuestros pasos / ya tengo nuevo paso / no fue un paso muy cool / tengo muchos otros pasos Giro / tornado girador / paso del tornado girador / ¡tornado girador! / giro resbaloso No quiero que se burlen de mí / se reirán de mí otra vez Héroes en pijamas	En este episodio Connor está aprendiendo un nuevo paso de baile, pero le sale mal y sus amigos se burlan de él. Las palabras más empleadas son pasos, burla y tornado girador. Pasos indica que están aprendiendo coreografías de baile para el concurso. Burla se refiere a los momentos de risa hacia Connor y cómo se siente por esto. Y tornado girador es el nuevo paso de baile que crea Connor cuando aprende a tener autoestima.	SÍ
14	Gecko y la roca del gran poder.	La verdadera fuerza reside en tu interior.	Roca gigante / no es cualquier roca / roca del gran poder / rueden la roca Romper la roca / se tiene que romper / sigue estrellando la roca / la roca golpeará más fuerte Medallas / preciado medallón / medallón en mi cuello / el medallón será mío / puedo	En este episodio muestra cómo Greg busca demostrar que es el más fuerte y merece el medallón ninja. Las palabras más usadas son roca, fuerte y medallón. La primera porque se trata de una	SÍ

			<p>conseguir el medallón Héroe más fuerte / alguien super fuerte / soy el más fuerte / no eres tan fuerte Ninja Nocturno / me sentí más fuerte que nunca Héroes en pijamas</p>	<p>roca de una historia mística, la segunda porque compiten entre sí por demostrar su fuerza y la tercera porque buscan un medallón que comprueba su poder de fuerza.</p> <p>El mensaje se ve fortalecido porque muestra lo difícil de competir con fuerza y de obtener un premio por hacer lo correcto.</p>	
15	Gecko, el gigante.	Mantener el orden en donde habitamos o donde trabajamos es importante para tener una convivencia armónica y desempeñar nos mejor.	<p>Aquí tienes tanto desorden como en tu habitación / limpiar el desorden / lamento no haber limpiado el desorden / debí limpiar esto también Héroes en pijamas</p>	<p>En este episodio se muestra cómo Greg no quiere limpiar ni ordenar su habitación.</p> <p>Las palabras que más se repiten son desorden y limpiar. La primera se refiere a cómo está la habitación de Greg y cómo deja los escenarios que visitan durante el combate. La segunda palabra muestra lo que debe hacer</p>	SÍ

				<p>durante el episodio y lo que finalmente entiende que debe hacer.</p> <p>El mensaje se ve fortalecido porque se utiliza la palabra del error y la palabra de su solución.</p>	
16	Vamos a volar, Ululette.	Siempre habrá alguien con la misma habilidad que nosotros, lo importante es creer que somos capaces y no permitir que menospreci en nuestro talento.	¿Dónde están los aviones? / ¿quién robaría esos aviones? / Nadie me vencerá volando en una misión nocturna / nadie puede volarlos tan bien como yo / puedo volar mejor que ellos / no podrá vencer a una voladora tan fantástica como yo / seré el único y el mejor volador en el cielo / no soy tan buena volando, como él / tú eres la experta en los vuelos / volando eres la mejor / voy a demostrarle de qué se trata volar Héroes en pijamas	<p>En este episodio Amaya compite con el Ninja Nocturno en su avioneta para saber quién vuela mejor.</p> <p>La palabra que más se utiliza es volar porque es a lo que se dedican estos personajes durante el combate.</p> <p>Si bien, esta palabra muy repetida no fortalece el mensaje, en realidad, sí fortalece el tema del episodio, que indica que el personaje debe realizar esta acción.</p>	SÍ

17	¡Despacio Catboy!	En una carrera es importante ser veloz, pero es primordial la constancia y dar pasos firmes.	Siempre gana el más veloz / no todas las carreras se ganan siendo veloz / no es cierto, el más veloz siempre gana / soy el héroe más rápido de la historia / con mi velocidad tendremos tanta ventaja Más vale un paso constante / un paso a la vez / un paso constante / a un paso constante La copa ¿a dónde se fue? / sabemos que tienes la copa / ¿y dónde está la copa? Héroes en pijamas	Este episodio muestra la prisa de Catboy por ganar en las competencias. La palabra más empleada es paso, veloz y copa. Paso porque debe ser constante e ir despacio, veloz porque quiere lograr todo con ese superpoder y copa porque es lo que anhela ganar. La palabra veloz es la que más refuerza el mensaje, pues indica prisa, un modo de expresar la impaciencia.	SÍ
18	La roca especial de Gecko.	Trabajar en equipo requiere dejar los intereses personales para lograr un objetivo común.	Roca magnética / roca especial / roca super rara de la luna / robaron las rocas magnéticas / Luna tiene mi roca / la roca es una cosa / ¿qué tiene esta roca de especial? / dañé el plan por una roca / fuiste valiente al renunciar a tu roca especial / recuperar todas las rocas / Héroes en pijamas	En este episodio se muestra la prioridad de Greg por una roca lunar que le obsequiaron. La palabra roca es la que más se repite porque de eso se trata el episodio. La palabra no refuerza el mensaje de cooperación, pero sí refuerza	SÍ

				la idea del título del episodio.	
19	Esferas hipnóticas.	No todas las cosas requieren velocidad, a veces, con lentitud y paciencia se logran grandes cosas.	Esferas de plasma / esferas lunares / fabulosas y nuevas esferas lunares / atrapar todas esas esferas / me puse a jugar con esas esferas / Luna no toca sus esferas ¿Hipnotizaste a la ciudad? / lograste hipnotizar a tus amiguitos / un par de hipnotizados más / hipnotizados en pijamas vengan aquí Héroes en pijamas	En este episodio Catboy tiene que aprender a ir despacio porque todo quiere lograrlo con rapidez. Las palabras más repetidas son esferas e hipnotizar, la primera muestra el objeto con la que se logra poner en trance a los personajes y la segunda se refiere al modo en que se encuentran los personajes por el efecto de las esferas. Las palabras repetidas solo refuerzan la idea del título del episodio, más no su mensaje.	SÍ

20	Soccer Ninjalino.	Los jugadores estrella no solo están en la cancha, también pueden dirigir a su equipo para conseguir la victoria.	Jugadora fantástica / jugadora estrella / seré una estrella de una forma diferente / jugadora estrella en el aire Mancha pegajosa / llenar de manchas la ciudad / postre pegajoso / quiero la mancha pegajosa / aquí va la mancha El ninja nocturno atacó la juguetería / esto es demasiado Ninja Nocturno Los ninjalinos juegan soccer / soccer pegajoso / soccer serio al estilo ninja Héroe en pijamas	En este episodio Ululette demuestra su talento como jugadora de fútbol, pero debe aprender a ayudar al equipo de otra forma. Las palabras que se repiten son jugadora, pegajoso, soccer. Jugadora se refiere a que Ululette se destaca y la nombran mucho con otros adjetivos. Pegajoso es por las manchas pegajosas que detienen a Ululette de su desempeño en la cancha. Y Soccer se refiere al deporte que están realizando. Las palabras repetidas no refuerzan el mensaje, pero sí fortalecen la idea del título del episodio.	SÍ
----	----------------------	---	---	---	----

21	Lionel Saurio.	Los dueños conocen mejor que nadie a sus mascotas, es importante escucharlos para saber cómo ayudar.	Ven aquí mi lindo gato lagarto / Linol ve / ¡Linol! / no veo a Linol / es mi pequeño y lindo amigo / él es Linosaurio / detendremos a Linosaurio Fuera de control / fuera de control Héroe en pijamas	<p>En este episodio Gekko aprender a confiar en sí mismo sobre cuánto conoce a su mascota y la conexión entre ambos.</p> <p>La palabra más utilizada es Linosaurio, debido a que Linol es el nombre lagarto de Gekko y al crecer en exageración toma ese nombre por parte de los personajes.</p> <p>La palabra no hace referencia al mensaje, pero sí refuerza la idea del título del episodio.</p>	SÍ
22	El peluche de Catboy.	Está bien aprender y dejar etapas, pero no debemos perder nuestra esencia por pensar en lo que los demás puedan decir.	Tienen el día del peluche en la escuela / ¡Connor tiene muñecos de peluche! / peludos amigos / máquina transformadora de peluches / roba peluches malvado / ¿qué clase de héroe tiene un peluche? / ¿también tienen un peluche? / todos recuperamos nuestros peluches / bienvenido al club peluche	<p>En este episodio Catboy tiene vergüenza por tener un peluche favorito.</p> <p>La palabra más utilizada es peluche y bebé. Peluche porque se habla sobre si tienen o no peluches y sobre si es cosa de niños o de bebés. Bebé porque así denominan a quienes son</p>	SÍ

			Si no nos hubiera importado parecer bebés / son un montón de bebés Héroes en pijamas	grandes, pero les gustan los peluches para dormir. Estas palabras sí refuerzan el mensaje, pues relacionan los peluches con el calificativo de bebé.	
23	Los terribles dos.	Los bebés también pueden ayudar y ser parte de las soluciones, es necesario enseñarles con paciencia.	Todos están actuando como bebés / rayo bebé / eso hace que todos actúen como pequeños / los niños pequeños harán todo lo que yo les diga / bebés en pijamas / lagartija bebé / prepare mi rayo bebé / ejército de bebés ¿Quieren jugar un juego? / ¡quiero jugar! / tengo un buen juego / ¿quién quiere jugar al super héroe? Héroes en pijamas	En este episodio Gekko aprende a escuchar a los bebés. Las palabras más repetidas son bebé y jugar. Bebé porque todos los personajes, excepto Gekko, se vuelven bebés. Y jugar se refiere a que Gekko debe jugar con ellos para lograr la misión. Las palabras empleadas refuerzan el mensaje del episodio.	SÍ

24	El problema lunar de Ululette.	Ser competitivo es importante para desarrollarnos con excelencia, pero aprender a trabajar en equipo exige dejar de lado la competencia y mantener el compañerismo.	Como si superas mucho sobre la luna / sí sé cosas sobre la luna / déjame la luna a mí / sé muchas cosas sobre la luna / Habrá un eclipse, la luna desaparecerá / ¿eso es un eclipse? / parecen interesadas en el eclipse / si algo pasa con el eclipse, yo me encargo Héroes en pijamas	En este episodio Ululette aprende a que no es bueno discutir, sobre todo cuando se busca el mismo objetivo. La palabra luna se repite porque es este satélite el que está en juego mientras Luna y Ululette discuten. La palabra empleada no refuerza el mensaje del episodio, pero sí su título.	SÍ
25	La carrera por la montaña misteriosa.	Ayudar a quienes no piensan o actúan como tú, demuestra que eres una gran persona.	Pergamino de la montaña misteriosa / ¿qué es un pergamino? / descifrar el pergamino / según lo que dice el pergamino / ¿quieren mi montaña misteriosa? Un anillo que da el poder de la ninjabilidad / quiere encontrar el anillo / solo este Ninja tendrá el anillo de la ninjabilidad / el anillo de la ninjabilidad será de él / te escuché decir que conseguirás el	En este episodio los PJ Masks quieren obtener un anillo poderoso para impedir que el Ninja Nocturno lo obtenga. Las palabras que más se utilizan son pergamino, ninjabilidad y anillo. El primero se refiere al documento donde se encuentra la leyenda, la ninjabilidad se refiere al poder	NO

			<p>anillo / el anillo debe estar ahí dentro / los que obtendremos el anillo somos nosotros / el anillo es mío / tal vez me negaron el anillo de la ninjabilidad esta vez</p> <p>Héroes en pijamas</p>	<p>que otorga el anillo y el anillo es lo que héroes y villanos buscan.</p> <p>El mensaje no ve fortalecido con estas palabras y estas tampoco fortalecen el título del episodio, aunque, vale resaltar, que tienen relación con la palabra misteriosa.</p>	
26	El prisionero de la montaña	El compañerismo es importante para alcanzar los objetivos.	<p>Montaña mística / leyendas de las montañas / portal de la montaña / para el siguiente viaje a la montaña misteriosa</p> <p>Cuida el cuartel robot en pijamas / ¿el robot en pijama? / ¡allá vamos robot en pijama! / ¿qué le hiciste a robot en pijama? / ¿les preocupa su pobre y pequeño robot? / si quieren ver a su amado robot otra vez, apresúrense / no hay opción si queremos salvar a robot en pijama / aunque nos acercáramos a robot en pijama, se lo llevarían a otro sitio / danos a robot en pijama / nos</p>	<p>En este episodio se muestra una continuación del episodio anterior y se resuelve el caso.</p> <p>Las palabras repetidas son montaña, robot en pijama y anillo. La primera se refiere al lugar donde sucede todo el combate, la segunda se refiere al amigo del cuartel que deben rescatar y la tercera se refiere al objeto que deben encontrar para recuperar a su amigo robot.</p>	SÍ

			<p>arriesgamos por robot en pijama para nada</p> <p>El anillo de la ninjabilidad / el anillo está encerrado en la pagoda / ahí está el anillo</p> <p>La pagoda está llena de trampas / ¿y dónde están esas trampas?</p> <p>Héroes en pijamas</p>	<p>Las palabras empleadas no fortalecen el mensaje, pero sí refuerzan la idea del título del episodio.</p>	
27	Lobosaurio.	<p>A veces creemos que algo nos gusta solo porque es lo más famoso, pero debemos aprender a conocer nuevas cosas para saber qué es lo que realmente nos interesa.</p>	<p>Fenom, fenom, fe... /</p> <p>Tienen un Antilosaurio / el Antilosaurio es un dinosaurio que vivía en el periodo cretácico / como el Antilosaurio / podría atacar a un Diplodocus o a un Antilosaurio / después de salvar al T-rex puedes ir a salvar al antilosado / ¡Antilosaurio!</p> <p>Alguien robó los huesos de la exhibición / ¿huesos robados? / ¿para qué quieren los lobeznos un montón de huesos viejos? / el hueso más grande gana / el hueso más grande</p>	<p>En este episodio Gekko utiliza su conocimiento en dinosaurios para armar lo que los Lobeznos dañan en el museo.</p> <p>Las palabras más repetidas son antilosaurio y huesos. El primero es un dinosaurio que le encanta a Gekko y el segundo es la presencia de huesos durante todo el combate.</p> <p>Las palabras empleadas no fortalecen el mensaje, pero sí refuerzan la idea</p>	SÍ

			<p>/ solo es un montón de huesos ¡mi montón de huesos! / este es mi hueso / ¿a eso le llamas hueso? ¡eso es un hueso! / un hueso gigante / tal vez ese hueso va aquí / perderemos esos huesos valiosos y nadie podrá verlos otra vez / ¿no deberíamos tener cuidado con esos huesos fosilizados? / será mejor volver a armar estos huesos / dinohuesos por doquier Héroes en pijamas</p>	del título del episodio.	
28	Los Lobeznos.	<p>Cuando se trabaja en equipo no se debe ser egoísta ni pensar en los intereses personales, eso podría dañar los planes del equipo y evitar alcanzar los objetivos comunes.</p>	<p>Será la mejor pintura del mundo / ¿pintaremos todo el muro? / no pintaremos hoy, alguien arruinó las pinturas / ¡mi pintura y luego esto! Alguien arruinó las pinturas / alguien arruinó todo el lugar / ¡qué más arruinaron! / alguien arruina toda la diversión / Ese gatito sí que se ve molesto / todos los niños están molestos Héroes en pijamas</p>	<p>En este episodio se muestra cómo se siente Catboy por no pintar el mural del cual ganó ser el autor. Las palabras que más se utilizan son pintura, arruinar y molesto. La primera es sobre lo que trata el episodio, la segunda se refiere a lo que dice constantemente Catboy y lo tercero es cómo se muestra</p>	NO

				<p>Catboy con la situación.</p> <p>El mensaje no ve fortalecido con estas palabras y estas tampoco fortalecen el título del episodio.</p>	
29	Lobeznos de Pascua.	<p>Cuando anhelamos algo no podemos esperar, pero es importante respetar el tiempo para cada cosa para evitar causarnos problemas.</p>	<p>No tener que esperar / eso arruinaría lo divertido de esperar / ¿divertido y esperar? No van en la misma frase / ¿saben que es malo para mí? Toda esta espera / no pude esperar</p> <p>Búsqueda de los huevos</p> <p>Comer mi huevo en este momento / quiten sus garras de nuestros huevos / recolectaré sus huevos / ¡deben ir tras mi huevo! / hay huevos de chocolate que robar / ¡un huevo de chocolate! / busquemos los huevos para esconderlos / descuiden huevos, quédense donde están / los cuidaré a todos, a cada huevo</p> <p>Héroes en pijamas</p>	<p>En este episodio Gekko se muestra impaciente por celebrar pascua y comer sus huevos de chocolate.</p> <p>Las palabras más empleadas son huevos y esperar, la primera porque se trata de los huevos de pascua y la segunda porque le sugieren a Gecko que espere para comerlos.</p> <p>Las palabras empleadas refuerzan el mensaje porque indican el objeto que genera impaciencia y la palabra con la que se siente esto.</p>	SÍ

30	Luna y los lobeznos	Prevenir es primordial, así podemos evitar problemas mayores. Sin embargo, no siempre podemos creer que las personas o situaciones son las mismas porque todo cambia y debemos adaptarnos a ellas.	Tesoros de la luna / es Luna obviamente / llévanos a la luna / los llevaré a la luna / quieren ir a la luna / volaremos hasta la luna / oigan, la luna está arriba, por allá / creyeron que los llevaría a la luna / Yo siempre tengo un plan / ¿todos listos con mi plan? / sigan el plan, chicos / no corras, piensa en un plan / tengo otro plan / ¿cómo encuadra eso con tu plan? / ya no tengo otro plan / olviden ese plan ¿Eres la reina de la luna? / la reina Luna estará tan feliz / ¿le dicen a Luna: reina Luna? / nadie se burla de la reina Luna Héroes en pijamas	En este episodio Ululette cree que sabe cómo detener a Luna, porque siempre utiliza los mismos medios. Las palabras empleadas son luna, plan y reina. La prime identifica al villano que actúa en este episodio, el segundo significa lo que deben innovar para detener a la villana y reina es por la consideración que tiene Luna frente a otros villanos de este episodio. Las palabras refuerzan el mensaje a medias, ya que solo se muestra la palabra plan que aduce a ser innovador. Sin embargo, las palabras sí fortalecen la idea del título.	SÍ
----	---------------------	--	---	---	----

31	El vuelo del Ninja.	<p>Cuando se trabaja en equipo: el esfuerzo y la participación de cada uno es fundamental. Si creemos que hacemos poco por el objetivo común, nuestro esfuerzo disminuirá y el trabajo de los demás será desperdiciado.</p>	<p>Mancha pegajosa / más manchas / más manchas / ¡manchas fuera! / habilidad que se requiere para rebotar una mancha así / le lanzarán manchas a todo / si puedo estar cubierto de manchas gloriosas / vendrán a admirar las increíbles manchas que son mías / más asombroso despliegue de manchas de la montaña ninja / ¿dónde terminaría esa enorme mancha pegajosa? Sigán el plan / ¿cómo sabes que es un plan? / el Ninja Nocturno dijo “el plan” / Libro de la antigua maldad ninja / que comience la magia Ninja Héroe en pijamas</p>	<p>En este episodio Gecko debe aprender a valorar su pequeño esfuerzo como parte fundamental de la misión.</p> <p>Las palabras más utilizadas son manchas pegajosas y plan. La primera significa las armas que usa el villano para detener a los PJ Masks y la segunda muestra l que deben acatar los héroes y lo que no quiso comprender Gecko.</p> <p>Las palabras refuerzan el mensaje a medias, ya que solo se muestra la palabra plan que aduce a ser innovador. Por otro lado, las palabras mancha pegajosa da una idea de lo que empleará el villano nombrado en el título.</p>	SÍ
----	---------------------	---	---	--	----

32	La Romemon taña rusa.	Cuando queremos algo nos enfocamos tanto en ello que, durante el trayecto, olvidamos que hay otras personas que necesitan nuestra ayuda.	Sé a quién le gusta meterse con la tecnología / Tomaste los aparatos de todos / El cristal del cuartel pierde su poder / pero es lo que nos da los poderes / para robar nuestros poderes / ¡hay que recuperar los poderes! / no les quité todos sus poderes / los poderes de los tres, ¡sobrecargan el laboratorio! / sus poderes están en esas esferas / los héroes y los otros villanos podrían conseguir esos poderes / jamás había buscado en toda la ciudad sin mis poderes completos / son sus poderes / ¡nuestros poderes! / aléjate Luna, son nuestros poderes / yo soy quien debe poseer esos poderes / quien sea digno de los poderes, los conseguirá / nada es justo, robaste nuestros poderes / esto es horrible ¡todos quieren nuestros poderes! / todos esos poderes están sobre la montaña rusa / Catboy recupera los	En este episodio vemos cómo los PJ Mask se enfocan en recuperar sus poderes y no en ayudar a los villanos en problemas. La palabra más empleada es poder. Esta palabra muestra lo que está en juego dentro del combate, los poderes de los héroes que todos quieren robar. La palabra no refuerza el mensaje ni fortalece el título del episodio.	NO
----	-----------------------	--	--	---	----

			<p>poderes / creían que venían a ganar sus poderes / ¿no quieres los poderes? / nos concentramos tanto en recuperar nuestros poderes / ellos trataron de robar nuestros poderes / aún tenemos algunos poderes / ok queridos poderes, vamos a casa</p> <p>Héroes en pijamas</p>		
33	Gecko y el rayo opuesto.	<p>Todos tenemos un lado bueno y un lado malo, eso es parte de nuestra personalidad. Sin embargo, hacer lo correcto es primordial para la armonía de la sociedad.</p>	<p>¿Romeo quiere ser nuestro amigo? / amigos en pijamas, un placer verlos / ¿no quieres amistad? / volvió malos a mis mejores amigos / somos amigos ¿recuerdan? / ok super amigos, hay que vencer a esos villanos</p> <p>Si te dijera que quiero dominar el mundo ¿tratarías de detenerme? / en ese caso, dominemos el mundo</p> <p>Y el bien triunfa sobre el mal, gracias al capitán cerebritito / héroes en pijamas y el capitán Cerebritito saltan de alegría / hasta luego Capitán Cerebritito</p> <p>Veamos qué tan malos son nuestros</p>	<p>En este episodio Gecko debe ayudar a sus amigos que ahora son villanos y también conocerá el lado bueno de Romeo.</p> <p>Las palabras empleadas son amigo, dominar, capitán cerebritito y villanos. Amigo se refiere a lo que está perdiendo Gecko, pues sus amigos se convirtieron en villanos. Dominar indica la finalidad de Romeo, de transformar a todos en malos para él ser el</p>	SÍ

			nuevos villanos / me mostrarán que son verdaderos villanos / vengan malvados amigos / más bien, super enemigos Héroes en pijamas	líder. Capitán Cerebrito se refiere al lado bueno de Romeo, que sale a flote por un error de él mismo. Y villanos porque Romeo busca crear un mundo de villanos. Las palabras amigo y villano generan oposición, lo que refuerza el mensaje al mostrar lo bueno de un amigo y que puede volverse malo o viceversa.	
34	Los héroes en pijamas vs. Los malos unidos.	Debemos confiar en nuestros amigos y darles la oportunidad de demostrar su inocencia, porque a veces hacemos cosas con buena intención, pero que parecen malas.	¿Armadiland la robó? / parece que robaste la mega roca lunar / ¿tú la robaste? / excepto que los héroes no roban cosas / ¿por qué robaste la roca lunar? / pero robaste la roca lunar del museo / la única razón por la que la robé fue para que no cayera en las manos de luna / lamentamos haber creído que robaste la roca lunar Héroes en pijamas	En este episodio aparece un nuevo superhéroe, pero los PJ Masks tienen el reto de aprender a confiar. Las palabras más utilizadas son robar y luna. La primera palabra indica lo que hacen los villanos y de lo que genera sospechas Armadiland, el nuevo héroe. La segunda indica a	NO

				<p>una de las villanas y a uno de los objetos que están en juego, la mega roca lunar.</p> <p>La palabra robar indica de lo que se trata el episodio, pero no refuerza el mensaje ni el título.</p>	
35	Los villanos de Halloween (parte 1).	Hay festividades emocionantes y que requieren una ligera transformación, como Halloween, lo que permite que otros se infiltren para dañar las emociones del momento.	<p>¡Hoy es Halloween! / ¡miren las máscaras! / nos espera una noche difícil / la noche de Halloween es la noche favorita de los villanos / durante la noche a salvar Halloween / ¡cómo me encanta Halloween / este será el mejor Halloween de todos</p> <p>¿de qué nos disfrazaremos? / esperen a ver mi asombroso disfraz Cuidado con los ninjas enleotardos / ¿ninjas enleotardos brillantes? / significa que el Ninja Nocturno ya está causando problemas / ¿hay rastro del Ninja Nocturno y sus secuaces? ¿qué truco tendrá</p>	<p>En este episodio se muestra el lado negativo del Halloween, que se presta para que se infiltren personas malvadas.</p> <p>Las palabras que más se repiten son noche, Halloween, truco, dulce y caramelo.</p> <p>Noche se refiere a la festividad que están compartiendo los PJ Masks y los niños de la ciudad.</p> <p>Halloween es el nombre de esta festividad propia de disfraces. Truco se refiere a la frase dulce o truco y a las artimañas de los villanos para</p>	SÍ

			<p>para nosotros? / ¡dulce o truco! / tenemos una gran sorpresa para él / ¡dulce o truco! / se llevó mi bolsa / es hora de usar nuestros propios trucos / no hago dulce o truco, sino truco y robo / dulce o truco es fabuloso / Robar los caramelos no es bueno / respecto a caramelo o truco / los caramelos desaparecerán uno por uno / mis caramelos / va tras el resto de los caramelos / traigan los caramelos / los caramelos no son tuyos / va por las bolsas de caramelos / Ay, un fantasma / no es un fantasma, es Luna / puedo asustar a un fantasma Héroes en pijamas</p>	<p>apoderarse de los caramelos. Dulce se refiere a la frase dulce o truco. Y caramelos indica lo que están robando y recuperando los villanos y los PJ Masks, respectivamente. Las palabras empleadas refuerzan la idea del título del episodio, pero no refuerzan el mensaje de manera completa, excepto por la palabra truco que abarca engaño.</p>	
36	Los villanos de Halloween (parte 2).	Trabajar en equipo y sin importar quién se lleva el crédito es lo más importante en una misión.	Halloween les pertenece a nosotros los villanos / arruinaron el Halloween Capitán Cameron / Cameron solo cree que es el héroe / Cameron no debe vernos en acción / soy el capitán	En este episodio vemos la continuación del episodio anterior. Aquí, Gecko debe aprender a compartir el crédito. La palabra que más se utiliza es	SÍ

			<p>Cameron y los tengo rodeados a todos / hay que seguir las órdenes del capitán / Capitán Cameron / Bien hecho Capitán Esas bolsas son nuestras / ya tenemos todas las bolsas de caramelos / son muchas bolsas de caramelos / ¿qué crees que haces con nuestras bolsas de caramelos? / igual que a los caramelos / se quedará con los caramelos / les puedo dar mi bolsa / entreguen esas bolsas</p> <p>Los malos trabajan juntos / son buenos unidos, pero con un truco los podemos separar</p> <p>Les preocupa más quién se lleva el crédito / solo me preocupaba quién se lleva el crédito</p> <p>Héroes en pijamas</p>	<p>Capitán Cameron, caramelos y crédito. Capitán Cameron es el disfraz de superhéroe que tiene uno de los compañeros de los PJ Masks y de quien busca recuperar los caramelos de manos de los villanos.</p> <p>Caramelos es por el objeto que está en juego. Y crédito se refiere a que Gecko quiere que Cameron no presuma de héroe porque los PJ Masks lo ayudaron todo el tiempo.</p> <p>Las palabras Capitán Cameron y crédito indican sobre un nuevo héroe con el que se debe trabajar, eso fortalece el mensaje del episodio.</p> <p>Mientras que caramelo muestra el objeto principal del título del episodio.</p>	
--	--	--	---	---	--

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Interpretación: De acuerdo al cuadro, de los 36 temas generales: 4 NO corresponden al 11,11 % del total y responden al título del episodio ni fortalecen el mensaje del mismo, mientras que los 32 restantes representan al 88,88 % del total y responden a una de las variantes o a ambas. Esto indica que, la serie está orientada a dejar un mensaje a través del uso de palabras clave como “prisa” cuando el mensaje trata sobre ser paciente o constante. Por otro lado, indica que pocos de los episodios están hechos con el solo objetivo de entretener.

Tabla 44

Resumen sobre la relación entre mensaje del episodio y sus palabras o frases repetitivas.

TEMAS REPETIDOS			
FICHA	TÍTULO	TEMA	MENSAJE
1	Culpa al tren, Ululette.	Paciencia.	Ser paciente. Es necesario esperar, tener un plan y trabajar en equipo.
2	La crisis nebulosa de Catboy.	Valentía.	Ser valiente. Estar dispuesto a defender a los amigos incluso cuando debamos enfrentar nuestros miedos.
3	Ululette y el salto de flash.	Autoestima.	Es importante tener personalidad. No hace falta imitar a otros para cumplir nuestros objetivos. Es importante apreciar la lectura porque nos permite imaginar y aprender.
4	Catboy y el salto excavador.	Dar oportunidades.	Las habilidades que tenemos también pueden ser las habilidades de otros, es importante darles la oportunidad a los demás.
5	Gecko y los Super ninjalinos	Trabajo en equipo.	La unión hace la fuerza. El grupo supera la fuerza individual.
6	El problema de Ululette con el pterodáctilo	Perdonar.	Se debe ofrecer verdaderas disculpas y es importante saber disculpar y evitar el resentimiento.

7	El fiasco volador de Catboy.	Precaución.	Está mal aceptar regalos cuando no se sabe de quién vienen. Es mejor utilizar tus habilidades y no imitar a otros.
8	Los estornudos de Gecko.	Saber cuidarse.	Si estamos enfermos es mejor mantenernos en un lugar seguro. Cuando nos dan un rol dentro del equipo, debemos cumplirlo para alcanzar el objetivo común.
9	Gecko y el problema lunar.	Constancia.	Enfocarse en una sola cosa a la vez.
10	La torpeza de Catboy.	Humildad.	Debemos admitir nuestros errores y nuestras debilidades para saber cómo actuar de forma correcta.
11	El alborotado robot de Catboy y Gecko.	Consideración.	Los amigos son importantes, por ello, no es correcto dejarlos fuera de tus juegos o planes.
12	La amiga emplumada de Ululette.	Responsabilidad.	Una mascota requiere responsabilidad en su cuidado, alimentación y correcto entrenamiento.
13	Catboy y el domo lunar.	Autoestima.	No debemos hacer caso a las burlas, es importante intentar mucho hasta conseguir nuestros objetivos.
14	Gecko y la roca del gran poder.	Autoestima.	La verdadera fuerza reside en tu interior.
15	Gecko, el gigante.	Ser ordenado.	Mantener el orden en donde habitamos o donde trabajamos es importante para tener una convivencia armónica y desempeñarnos mejor.
16	Vamos a volar, Ululette.	Autoestima.	Siempre habrá alguien con la misma habilidad que nosotros, lo importante es creer que somos capaces y no permitir que menosprecien nuestro talento.
17	¡Espacio Catboy!	Constancia.	En una carrera es importante ser veloz, pero es primordial la constancia y dar pasos firmes.
18	La roca especial de Gecko.	Trabajo en equipo.	Trabajar en equipo requiere dejar los intereses personales para lograr un objetivo común.
19	Esferas hipnóticas.	Paciencia.	No todas las cosas requieren velocidad, a veces, con lentitud y paciencia se logran grandes cosas.

20	Soccer Ninjalino.	Liderazgo.	Los jugadores estrella no solo están en la cancha, también pueden dirigir a su equipo para conseguir la victoria.
21	Lionel Saurio.	Saber escuchar.	Los dueños conocen mejor que nadie a sus mascotas, es importante escucharlos para saber cómo ayudar.
22	El peluche de Catboy.	Autoestima.	Está bien aprender y dejar etapas, pero no debemos perder nuestra esencia por pensar en lo que los demás puedan decir.
23	Los terribles dos.	Paciencia.	Los bebés también pueden ayudar y ser parte de las soluciones, es necesario enseñarles con paciencia.
24	El problema lunar de Ululette.	Trabajo en equipo.	Ser competitivo es importante para desarrollarnos con excelencia, pero aprender a trabajar en equipo exige dejar de lado la competencia y mantener el compañerismo.
25	La carrera por la montaña misteriosa.	Tolerancia.	Ayudar a quienes no piensan o actúan como tú, demuestra que eres una gran persona.
26	El prisionero de la montaña	Compañerismo.	El compañerismo es importante para alcanzar los objetivos.
27	Lobosaurio.	Explorar.	A veces creemos que algo nos gusta solo porque es lo más famoso, pero debemos aprender a conocer nuevas cosas para saber qué es lo que realmente nos interesa.
28	Los Lobeznos.	Trabajo en equipo.	Cuando se trabaja en equipo no se debe ser egoísta ni pensar en los intereses personales, eso podría dañar los planes del equipo y evitar alcanzar los objetivos comunes.
29	Lobeznos de Pascua.	Paciencia.	Cuando anhelamos algo no podemos esperar, pero es importante respetar el tiempo para cada cosa para evitar causarnos problemas.
30	Luna y los lobeznos	Innovar.	Prevenir es primordial, así podemos evitar problemas mayores. Sin embargo, no siempre podemos creer que las personas o situaciones son las mismas porque todo cambia y debemos adaptarnos a ellas.

31	El vuelo del Ninja.	Trabajo en equipo.	Cuando se trabaja en equipo: el esfuerzo y la participación de cada uno es fundamental. Si creemos que hacemos poco por el objetivo común, nuestro esfuerzo disminuirá y el trabajo de los demás será desperdiciado.
32	La Romemontaña rusa.	Solidaridad.	Cuando queremos algo nos enfocamos tanto en ello que, durante el trayecto, olvidamos que hay otras personas que necesitan nuestra ayuda.
33	Gecko y el rayo opuesto.	Ser correctos.	Todos tenemos un lado bueno y un lado malo, eso es parte de nuestra personalidad. Sin embargo, hacer lo correcto es primordial para la armonía de la sociedad.
34	Los héroes en pijamas vs. Los malos unidos.	Confianza.	Debemos confiar en nuestros amigos y darles la oportunidad de demostrar su inocencia, porque a veces hacemos cosas con buena intención, pero que parecen malas.
35	Los villanos de Halloween (parte 1).	Trabajar en equipo.	Hay festividades emocionantes y que requieren una ligera transformación, como Halloween, lo que permite que otros se infiltren para dañar las emociones del momento.
36	Los villanos de Halloween (parte 2).	Dar oportunidades.	Trabajar en equipo y sin importar quién se lleva el crédito es lo más importante en una misión.

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora.

Tabla 45

Sobre temas repetitivos.

TEMAS REPETITIVOS			
NÚMERO	TEMA	REPETICIONES	PORCENTAJE
1	Trabajo en equipo	7	19,44%
2	Autoestima	5	13,89%
3	Paciencia	4	11,11%

4	Dar oportunidades	2	5,56%
5	Constancia	2	5,56%
6	Valentía	1	2,78%
7	Perdón	1	2,78%
8	Precaución	1	2,78%
9	Saber cuidarse	1	2,78%
10	Humildad	1	2,78%
11	Consideración	1	2,78%
12	Responsabilidad	1	2,78%
13	Ser ordenado	1	2,78%
14	Solidaridad	1	2,78%
15	Liderazgo	1	2,78%
16	Saber escuchar.	1	2,78%
17	Tolerancia	1	2,78%
18	Explorar	1	2,78%
19	Innovar	1	2,78%
20	Ser correctos	1	2,78%
21	Confianza	1	2,78%
TOTAL		36	100,00%

Fuente: Ficha de análisis de contenido.

Autor: Elaborado por la autora

Interpretación: Entre los temas repetidos están:

- Trabajo en equipo.
- Autoestima.
- Paciencia.

- Dar oportunidades.
- Constancia.

Esta serie demuestra que el principal valor es el trabajo en equipo, representado con el 19,44 de repeticiones en el mensaje de sus episodios. Además, este valor se demuestra en todos los episodios, sin embargo, resaltan otros mensajes como Autoestima con el 13,89 %, Paciencia con el 11,11 %, Dar oportunidades y Constancia con el 5,56 % del total. Por otro lado, los temas que no se repiten, pero que se abordan en el 44.44 % restante, son: Valentía, Perdón, Precaución, Saber cuidarse, Humildad, Consideración, Responsabilidad, Ser ordenado, Solidaridad, Liderazgo, Saber escuchar, Tolerancia, Explorar, Innovar, Ser correctos y Confianza.

Estos valores identifican a los personajes porque son un equipo con superpoderes, habilidades distintas y personalidad distintos que deben unir sus esfuerzos para lograr los objetivos y mantener su amistad.

g. DISCUSIÓN

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un análisis semiótico y discursivo de la serie infantil *Pj Masks: Héroes en Pijamas*, para determinar qué recursos visuales utilizan en la construcción de la imagen de la serie y cómo a través del discurso llegan al público infantil con mensajes.

La serie infantil aplicó la estrategia de Construcción Textual, de la teoría de la Lingüística Textual. Esta estrategia, propuesta por Parra, indica que el lenguaje permite intercambiar significados y expresarlos en la construcción textual. Por ello, los significados intercambiados responden a una relación triádica: nombre – poder – vehículo.

El personaje de Catboy o Gatuno, que hace alusión a “niño gato” intercambia significado con las habilidades de los gatos y sus raíces felinas, como: oído sensible a altas frecuencias (oído felino), garras largas (rayas de gato), gran agilidad (super velocidad), vigorosa musculatura (super salto felino). Este personaje es masculino, sus colores predominantes son: azul y negro, y representa a las habilidades de los felinos, especialmente los gatos. Por ello, su nombre de superhéroe es “Cat” = gato y “boy” = niño; y, su verdadero nombre es Connor, que lleva una “C” de cat=gato. La ropa de Connor y su traje de Catboy tienen predominancia de color azul y negro.

Tiene un automóvil denominado Gatomóvil y una moto en pijama para su personaje nocturno, mientras que tiene una patineta y una bicicleta para su personaje de niño. En su ropa y vehículos se encuentran los rayos que identifican la velocidad. Su traje de superhéroe tiene símbolos como antifaz con orejas y cola de gato. Entre sus frases, dentro de los combates, están: “gatástrofe” cuyo significado es el mismo que catástrofe y “por mis bigotes” refiriéndose a algo que no pudo detectar a tiempo.

El personaje de Gecko, que hace alusión al nombre de un tipo de lagarto, intercambia su significado con las habilidades de este animal y sus raíces de reptil, como: excelente capacidad para adherirse (super agarre), fuerza de brazos y piernas (super fuerza), capacidad para tomar colores del ambiente (super camuflaje), las escamas y coraza (super escudo), y su destreza en el agua (super carrera sobre el agua).

Este personaje es el menor, su color predominante es el verde, y representa a las habilidades de los reptiles, especialmente de los gekkos (un tipo de lagarto). Por ello, su nombre de superhéroe es Gecko, pero su verdadero nombre es Greg, que suena similar a Gecko. La ropa de Greg y su traje nocturno tienen predominancia del color verde, en la noche presenta una cresta y una cola de lagarto. En su ropa y vehículos encontramos símbolos de antifaz de Gekko, escamas y antideslizantes. Tiene un vehículo denominado Gekkomóvil y una moto en pijama para su personaje nocturno, mientras que tiene una patineta y una bicicleta para su personaje de niño. El Gekkomóvil tiene tracción de oruga, puede ir bajo el agua porque tiene cola para nadar y puede escalar paredes.

Entre sus frases representativas están: “reptiles roñosos” que significa que algo causa muchos problemas, “camaleones cósmicos” que referencia algo increíble, “serpientes sigilosas” o cuando quiere expresar cautela, “gekkos galopantes” cuando algo genera asombro y “serpientes saltarinas” cuando un episodio requiere saltar mucho.

El personaje de Ululette o Buhita, que hace alusión a esta ave y su especie, intercambia significados con habilidades como: vista desarrollada (vista de búho), gran velocidad de vuelo (alas de búho torbellino y plumas de búho). Este personaje es femenino, sus colores predominantes son: rojo y rosado, y representa a las habilidades de las aves, especialmente los búhos.

Su nombre de superhéroe, en español es Buhita, sin embargo, en español latino no se reconoce algún significado. Su verdadero nombre es Amaya, que lleva una “A”, posiblemente de ave, pero ninguna relación más con los búhos. La ropa de Amaya y su traje nocturno tienen predominancia de los colores rojo y rosado. En su ropa y vehículos encontramos símbolos de antifaz y plumas de búho que la identifican. En su traje existe una capa y un antifaz de plumas. Este personaje tiene un vehículo denominado búhodeslizador, con alas y patas de ave para aterrizar, y una moto en pijama para su personaje nocturno, mientras que tiene una patineta y una bicicleta para su personaje de niño. Entre sus frases destacadas está “por todas mis plumas”, para referirse a algo raro o exagerado que sucede y que es difícil de resolver.

Esta estrategia relaciona significados que permiten dar sentido de pertenencia en la audiencia, en este caso, niños en edad preescolar. Lo que tenemos son colores básicos como azul, rojo, verde y negro, de manera predominante, los cuales son más saturados en trajes que los identifican como héroes y con tonalidades suaves cuando no son héroes. Es así que, la escenografía, los colores, el atrezzo y el vestuario dan identidad a los personajes principales, lo que busca generar pertenencia en el espectador, es por ello que varias series de televisión utilizan estos colores básicos para sus personajes y para generar artículos de venta.

Objetivo específico 1:

- Analizar la serie de animación infantil *Pj Masks: Héroes en Pijamas* y determinar los recursos visuales y cómo los utilizan en la construcción de la imagen.

Este objetivo se cumplió, lo que permitió identificar la utilización de los códigos semióticos y códigos visuales.

Respecto a los códigos semióticos, uno de estos son los estéticos, los cuales se emplearon en: de arte y literatura, ya que se muestra elementos de la cultura china y

simbolismos propios de la festividad de Halloween; simbólicos como los elementos de la cultura china; y, de morfología del relato como las analogías: gato y Catboy, señalando su miedo, búho y Ululette, señalando su inteligencia, y la de lagarto y Gecko, indicando los parches antideslizantes para trepar.

Con lo referente a los códigos lógicos, se utilizaron los: paralingüísticos, ya que muestran acciones que expresan emociones (kinésico), gestos que sugieren autoridad o respeto entre compañeros y docentes (proxémico), y la gestualidad y entonación al hablarse entre personajes (prosódico); de señales y programas, como flechas y los letreros en las diferentes escenografías; epistemológicos, como la idea central de la lucha entre el bien y el mal, a través de sus poderes u aparatos tecnológicos; y, de artes adivinatorias, como la leyenda del anillo de la Ninjahabilidad, los símbolos de la montaña misteriosa y de la fiesta de Halloween.

Sobre los códigos sociales, se emplearon los signos: de identidad, la pijama y antifaz en los Héroes en Pijamas, insignias de ninja, la tabla lunar en forma de luna, los colores representativos de superhéroes y villanos, los carteles en el museo, escuela, zoológico y otros sitios; de cortesía, al gestualizar y cambiar el tono de voz para dirigirse entre amigos o entre adversarios y al emplear signos como los dos dedos de “amor y paz” para indicar amistad o tregua; y, de naturaleza, como el desorden en la habitación de Greg, indicando que debe cumplir sus responsabilidades.

Así mismo, como parte de los códigos sociales, se utilizaron los códigos: de protocolo, identificando el saludo cuando es hacia un compañero de clase o hacia un enemigo o el utilizar una tarjeta de invitación; de ritos, cuando los ninjalinos realizan poses en conjunto antes de atacar; de moda, cuando uno de los niños utiliza el traje de Capitán América para sentirse poderoso frente a sus amigos y los héroes nocturnos; de juego, como las mascotas y peluches de los protagonistas que muestran una realidad social.

Los códigos visuales reforzaron a los códigos semióticos señalados anteriormente. Los códigos perceptivos fortalecieron las analogías de la morfología del relato, ya que se emplean los colores, vestuario, atrezzo y vehículos característicos de los superhéroes. Los códigos de reconocimiento, aplicados en los antifaces de los superhéroes, ya que estos se pueden ver en los escenarios, vestuarios y vehículos, creando identidad. Los códigos de transmisión, que determinan al espectro radioeléctrico de telecomunicaciones como canal de difusión de esta serie televisiva. Los códigos tonales que refuerzan a los códigos paralingüísticos. Los códigos icónicos como los símbolos en la pantalla táctil y en el robot en pijama. Los códigos iconográficos, en los que hablamos de los antifaces como representación de un personaje. Los códigos retóricos, como los dedos de “amor y paz”.

Objetivo específico 2:

- Determinar a través del análisis discursivo el mensaje de la serie infantil Pj Masks: Héroe en Pijamas y cuáles son los elementos lingüísticos que se utilizan, en la construcción del mensaje.

Este objetivo se cumplió. A través de las dos fases de análisis: sobre las palabras repetitivas, y sobre la relación entre mensaje del episodio y sus palabras o frases repetitivas.

Respecto a la primera fase, la serie infantil PJ Masks: Héroe en Pijamas aplicó las estrategias discursivas de Análisis de Discurso, propuestas por Prieto en su obra *El juego del discurso*, manual de análisis de estrategias discursivas. Tenemos sobre el sentido de oportunidad, por ejemplo, en el episodio de la *Crisis nebulosa de Catboy*, en que la villana, Luna, señala a Catboy como “gatito miedoso”, porque él tiene miedo a mojarse; esta situación también le sucede a Romeo, el villano en el episodio de *El problema de Ululette con el*

pterodáctilo, donde este denomina como “gatito asustadizo” al mismo protagonista. Esto indica la utilización de metáforas.

En esta primera fase vemos cómo se crea en los niños relaciones analógicas entre las destrezas, aptitudes o características de un animal con respecto a una persona. Los mensajes utilizan palabras repetitivas para direccionar su mensaje sobre una palabra clave que señale lo que queremos o no ser o hacer, por ello, asustadizo o miedoso se repite para indicar cómo actúa alguien cuando siente temor y para proponer una solución, en este caso, ser valiente.

En lo que se refiere a la segunda fase, la serie infantil PJ Masks: Héroes en Pijamas aplicó la estrategia Memoria a largo plazo (MLP) de la teoría del Análisis crítico del discurso: estrategias de persuasión y de manipulación, propuesta por van Dijk. El discurso está enfocado hacia tres aristas: el **Conocimiento**, que permitirá que los personajes valoren el trabajo en equipo, que innoven en su planificación y que exploren nuevas posibilidades. Las **actitudes** como: paciencia, constancia, valentía, perdón, autoestima, precaver, humildad, consideración, responsabilidad, solidaridad, orden, tolerancia, escuchar, autocuidado, confianza y ser correctos, que posibilitan el cambio personal y el desarrollo humano; y, las **ideologías** que, aunque no se observan mensajes ni palabras que hagan alusión a ideologías políticas, religiosas, sexuales o económicas, esta serie busca promulgar una cultura de paz, donde los buenos protejan a los indefensos y detengan a los malos, incluso, que promuevan el cambio en sus actitudes para ser reinsertados en la sociedad.

Así mismo, dentro de esta segunda fase, la serie aplicó las Macroestrategias Semánticas de la teoría Lingüística Cognitiva, recogidas por Campoy. Evidenciando la relación entre palabras y frases repetitivas dentro de los mensajes, encontramos: los hiperónimos y sus hipónimos: “vehículo”: tren y aviones, “animal”: gato, pterodáctilo, antilosaurio, diplodocus y T-rex. Los tres tipos de sinonimia: la conceptual en palabras como ansioso, impaciente,

apresurado, veloz, rápido; la referencial, en palabras como: prisa, lo siento; la connotación, en: caramelos y dulces, huesos y dinohuesos, montaña y romemontaña, misteriosa y mística; la polisemia en: Gekko, observatorio, medallón, paso, copa, plasma, estrella, muñeco, ejército, trampa, pintura, creído y dulce; la homonimia, dentro de los homógrafos como: Gekko, paso, copa, lunar, justo y observatorio; y, la antonimia de complementariedad en relaciones como amigo-enemigo, héroe-villano, lento-rápido, miedoso-valiente y bueno-malo.

En esta segunda fase vemos cómo se enriquece el léxico de los niños al utilizar la sinonimia, antonimia, hiperonimia y polisemia. Si bien, los niños desconocen sus conceptos, lo que sí pueden hacer es replicar conforme se desarrollen, ahí radica la razón para que las series sean repetitivas. Es más, las palabras antónimas se emplean para direccionar el mensaje sobre lo que se debe evitar o sobre cómo se debe o no actuar.

h. CONCLUSIONES

- A nivel semiótico se identifican variables que son repetitivas, como la ropa, las locaciones, la escenografía, en algunos casos varían, sin embargo, se repiten sitios como la escuela, el museo, el estadio y, sobre todo, el cuartel y la ciudad, logrando que quien observa reconozca fácilmente los espacios, los ubique, los interiorice y los asocie a cada uno de los personajes. Los colores juegan un papel importante al momento de marcar la diferencia entre la vida cotidiana de los niños y la de héroes o villanos, para ello utilizan colores primarios y saturados en la noche, colores que se perciben con facilidad y permiten observar con nitidez las imágenes y los movimientos y acciones pues, generan contraste lo que permite distinguir correctamente a cada uno de los personajes y sus características y símbolos; a diferencia de los colores utilizados durante el día, estos son luminosos, poco saturados, con ellos se provee de una atmósfera clara y se otorga el mayor impacto visual a la noche que es donde se suceden y se resuelven los conflictos.

- Respecto al discurso en general, se aplicaron las estrategias según el ordenamiento de las partes del discurso: estrategias de inicio, específicamente, el de la puesta en escena. Esto permitió identificar que, al inicio de los episodios, se muestran conversaciones entre los protagonistas, incluyendo algunas veces a personajes extras como: profesores, compañeros de clase u otros villanos. Mediante estos diálogos conocemos los gustos de los protagonistas, sus miedos y el problema que deberán resolver durante su misión nocturna. En una ocasión, se evidencia una estrategia de inicio incógnita, donde podemos ver a los personajes principales culminando una misión nocturna, pero ya entrando a un conflicto, lo que exige poner atención al discurso para saber qué pasará. Se comprende, entonces, que la serie busca generar relaciones analógicas entre las destrezas, aptitudes o características de un

animal con respecto a una persona. En los episodios se repiten palabras para direccionar el mensaje sobre una palabra clave que señale lo que queremos o no ser o hacer.

- En lo que se refiere a estrategias de cierre de discurso, se encontró un cierre imprevisible en todos sus episodios, es decir, durante el combate, existen momentos en que parece que llegan a resolverlo todo, pero no es así; lo que genera interés y, aunque se sabe que los héroes ganarán, se desconoce cómo o bajo qué estrategias, a esto se suma que existen episodios donde no se muestra la escena final diurna en la que todos disfrutaban de la solución, sino que, algunos episodios de la segunda temporada, finalizan con la escena de combate. Mediante estas estrategias identificamos que el léxico de los niños se ve influenciado con la sinonimia, antonimia, hiperonimia y polisemia expresadas de manera repetitiva en la serie, como una manera de quedarse en el inconsciente del niño para que sea replicada.

- De manera general, podemos indicar que la serie aplica los códigos del inconsciente, que son parte de los códigos visuales. Mediante las diferentes variables, presentadas tanto en los héroes como en los villanos, se expresan situaciones psicológicas, entre ellas: nervios, impaciencia, temor, egoísmo, etc. De la misma manera, se busca generar reacciones como el aprendizaje de valores, las destrezas de los animales (lagarto, gato y búho), las aptitudes de los ninjas, la importancia de la ciencia y los aparatos tecnológicos, las cualidades de la luna, entre otras enseñanzas.

- Así mismo, enfatizamos la importancia del público infantil dentro de la producción audiovisual. Los medios de comunicación, entre ellos la televisión como mayor influyente en la sociedad, siempre buscan captar la atención del público adulto. Basan sus mensajes en la persuasión para informar, educar y vender a un grupo etario mayor de edad. Sin embargo, como se ha expuesto en este análisis, las series infantiles pueden construir narrativas audiovisuales en las que los menores de edad pueden aprender valores y/o destrezas para resolver dificultades y superar miedos de acuerdo a sus etapas de desarrollo.

i. RECOMENDACIONES

Con lo expuesto en esta investigación y, luego de las conclusiones respectivas, se extiende las siguientes recomendaciones para quienes laboran en el ámbito de la producción de series infantiles y para los padres de familia, tutores o cuidadores de niños en etapa preescolar.

- La elaboración de mensajes en los programas infantiles debe enfocarse en valores, sobre todo, en cambios de actitud positivos para las etapas preescolares y que sirvan como primer paso para la creación de una sociedad más justa y libre.
- Los niños deben conocer la diversidad de la humanidad, es así que, dentro del aspecto semiótico se debería exponer a personas con discapacidad y a los distintos tipos de familias, no se recomienda tratar temas de diversidad sexual en los niños, ya que la falta de madurez en su edad podría generar confusiones y, al ser temas delicados, no se pueden abordar únicamente con una serie.
- Respecto a la imagen, los efectos visuales relacionados a los superpoderes de cada héroe generan un refuerzo a la identidad del mismo, al igual que el uso de colores primarios o básicos para la etapa en que los niños se encuentran. La utilización de escenografías repetitivas y sin mayores cambios en cada episodio, permite que los niños se acostumbren y tengan ventaja al saber qué sitios frecuentarán los protagonistas.
- Los padres de familia, tutores o cuidadores de los menores de edad, deben evitar que los niños estén expuestos a la pantalla de la televisión, celulares o tabletas, principalmente si no tienen supervisión de un adulto y/o durante tiempos prolongados. Según la Academia Americana de Pediatría, los menores de 0 a 2 años de edad no deben tener esta tecnología a su alcance, mientras que desde los 2 a los 5 años, pueden disfrutar de contenido educativo durante 30 minutos a una hora diaria.

PROPUESTA ALTERNATIVA



Universidad
Nacional
de Loja

MANUAL DE DISCURSO PARA REALIZACIÓN DE SERIES ANIMADAS INFANTILES

ABRIL 2021
LOJA - ECUADOR





**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA**

**MANUAL DE DISCURSO
PARA REALIZACIÓN DE
SERIES ANIMADAS INFANTILES**

BRIGGETTE DAYANNA VEGA BARRIGA

Índice de contenidos

PORTADA.....	01
Índice.....	03
Objetivos.....	04
Justificación.....	05
Discurso.....	06
1.1 Títulos.....	08
1.2 Temáticas.....	10
1.3 Mensajes.....	20
Presupuesto.....	27
Bibliografía.....	28



OBJETIVOS



OBJETIVO GENERAL

- Proporcionar un instrumento base que oriente la realización del discurso literario de series infantiles para televisión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proponer aspectos elementales referentes a las estrategias de discurso dentro de las series infantiles.
- Incluir indicaciones sobre la ejemplificación de los derechos humanos, los valores, la sexualidad y la inclusión en el discurso de una serie infantil.



JUSTIFICACIÓN

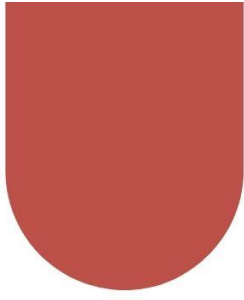


Existen múltiples manuales para realización de producciones audiovisuales, en su mayoría están enfocados en aspectos visuales o semióticos como planos, escenografía, atrezzo y otros elementos. Sin embargo, el discurso textual y el refuerzo que representa para la imagen está poco explorado.

De acuerdo a los resultados obtenidos luego del análisis del programa PJ MASKS: Héroe en Pijamas, se identificó el uso de los recursos semióticos y discursivos. Por ello, se creyó conveniente realizar un manual que sirva como orientador al momento de generar el discurso literario en la producción audiovisual infantil dentro de la localidad y que se convierta en un recurso básico para que los padres de familia y educadores o tutores, puedan focalizar los mensajes en cualquier producción infantil.

Este manual permitirá reconocer elementos visuales y los mensajes explícitos e implícitos dentro de los programas infantiles, con base en ello, se supervisarán y realizarán programas infantiles útiles para el desarrollo de los niños.





DISCURSO





DISCURSO

El discurso va más allá del texto o diálogo. Dentro del discurso se une el guion literario con los diferentes recursos visuales. Independientemente de si son animadas o no, es importante presentar temas que generen un desarrollo psicosocial en los niños, ya que esto es lo que replicarán, debido a la repetición discursiva y visual del mensaje dentro de la serie y de las veces que se vean los programas. Entre los aspectos fundamentales dentro del discurso, están los títulos, las temáticas previamente comprendidas y la orientación de mensajes. Preparar una planificación acorde a estas aristas, es lo que permitirá generar cambios importantes en la sociedad, tomando en cuenta que los niños son la base fundamental y el inicio de la sociedad.

COMPONENTES DEL DISCURSO

1

TÍTULOS

08

DE LA SERIE

Deben ser cortos, concretos, que identifiquen el mensaje global y que no se preste a dobles interpretaciones, a menos de que esa sea la finalidad el mensaje.

DE LOS EPISODIOS

Deben presentarse ligados a los personajes principales, para generar sentido de pertenencia y comprender el mensaje que se busque transmitir.

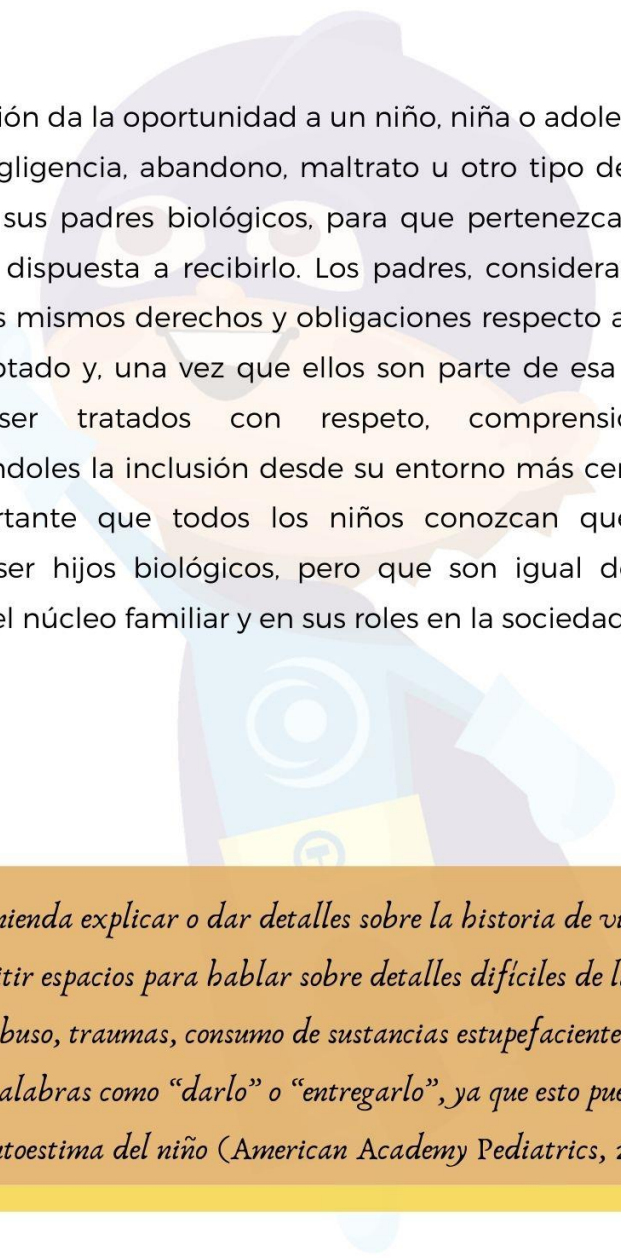
**COMPONENTES
DEL DISCURSO**

2 TEMÁTICAS

10



ADOPCIÓN



La adopción da la oportunidad a un niño, niña o adolescente, que ha vivido negligencia, abandono, maltrato u otro tipo de violencia por parte de sus padres biológicos, para que pertenezca a una familia que esté dispuesta a recibirlo. Los padres, considerados adoptivos, tienen los mismos derechos y obligaciones respecto a los niños que han adoptado y, una vez que ellos son parte de esa nueva familia, deben ser tratados con respeto, comprensión y amor, permitiéndoles la inclusión desde su entorno más cercano. Por ello, es importante que todos los niños conozcan que no siempre pueden ser hijos biológicos, pero que son igual de importantes dentro del núcleo familiar y en sus roles en la sociedad.

Se recomienda explicar o dar detalles sobre la historia de vida del niño; permitir espacios para hablar sobre detalles difíciles de la historia como abuso, traumas, consumo de sustancias estupefacientes y otros; y, evitar palabras como “darlo” o “entregarlo”, ya que esto puede dañar la autoestima del niño (American Academy Pediatrics, 2020).

BULLYING

Al bullying se lo conceptualiza como acoso y, aunque tiene diversos tipos como escolar, sexual o cibernético, se debe identificar como una forma de irrespeto y maltrato. Es importante que los niños conozcan que existen tres personajes dentro de la intimidación estos son: la víctima, el perpetrador y el testigo (Fondo de las naciones unidas para la infancia (Unicef), 2019). Si los niños reconocen a estos personajes, entonces pueden tomar acciones que les permitan: defenderse, evitar comportamientos violentos y ofrecer apoyo, respectivamente.

Se recomienda generar cuestionamientos que den paso a una explicación sobre los tipos de bullying y sobre los sentimientos de los niños; mostrar comportamientos que den ejemplo de amabilidad y respeto por parte de los adultos y entre compañeros o amigos; y, generar confianza y autoestima mediante acciones afirmativas.



FAMILIA

La familia abarca la unión de personas que comparten aspectos trascendentales de su vida, bajo un mismo techo y con un mismo nivel socioeconómico (Observatorio FIEEX, SF). De manera tradicional están relacionadas por un vínculo de sangre, es decir, un vínculo biológico. Sin embargo, también se puede considerar como familia a un vínculo formado por sentimientos de pertenencia, intimidad, reciprocidad y dependencia.

El núcleo principal de la sociedad ha evolucionado, dando origen a diferentes tipos de familias, y cuyo reconocimiento es clave para la inclusión y el respeto a la diversidad humana. A continuación, se detallan los tipos de familia como lo señala el Grupo Olmitos (s.f):

- **Familia sin hijos:** se trata de parejas que han decidido no tener hijos o que, por otro lado, no pueden a causa de la infertilidad.
- **Familia biparental con hijos:** es el tipo de familia tradicional, en que existe un padre, una madre y uno o más hijos biológicos.

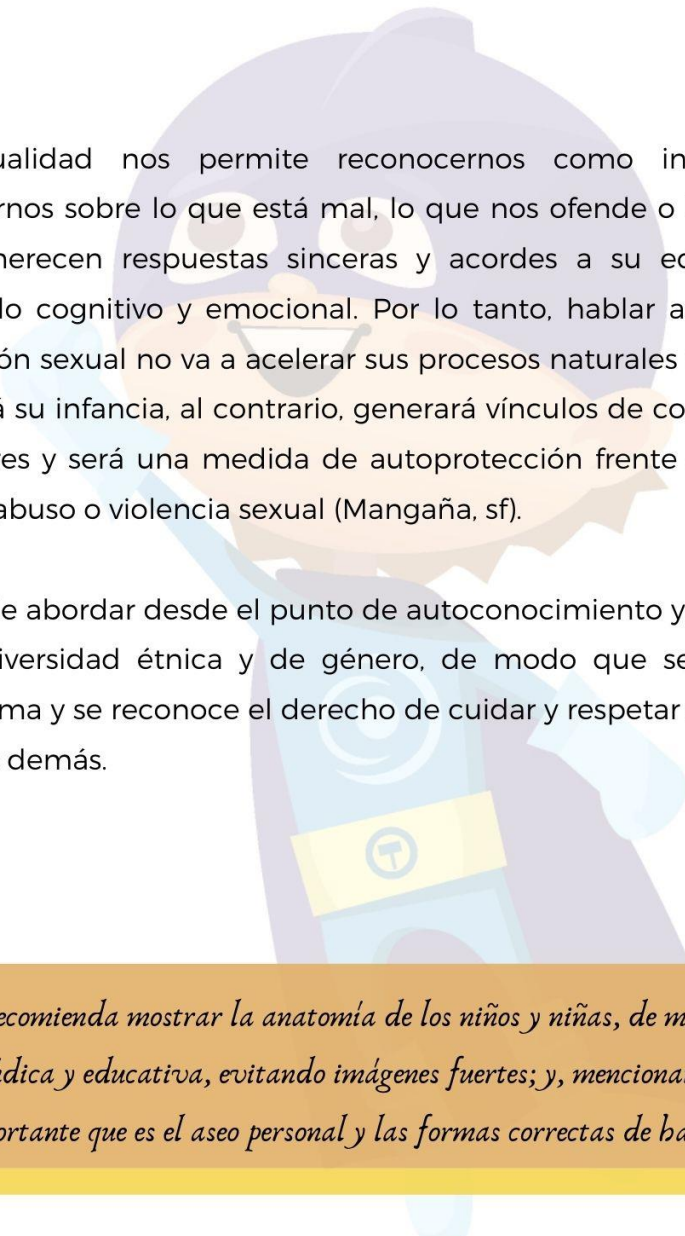
- **Familia homoparental:** está compuesta por una pareja del mismo sexo, es decir, dos hombres o dos mujeres. Esta puede tener hijos adoptados, dependiendo de las leyes de cada país.
- **Familia reconstituida o compuesta:** aquí desaparece una figura de la familia tradicional y es reemplazada por un padrastro o madrastra y aparecen nuevos hermanos, ya sea porque son hijos del padrastro o madrastra (familia compuesta), o porque nacen como nuevos miembros (familia reconstituida). Las causas que generan este tipo de familia, pueden ser: divorcio, separación o fallecimiento.
- **Familia monoparental:** aquí identificamos a dos figuras “madre soltera” y “padre soltero”, que son quienes se encargan de los hijos, de manera independiente. Podría entenderse como una familia “incompleta”, lo que sería erróneo, ya que se ha comprobado que un solo adulto puede cumplir este rol.
- **Familia de acogida:** su función es acoger, es decir, cuidar de uno o más menores, ya sea porque algún familiar encargó esta tarea o porque se le está asignando un nuevo hogar. La permanencia de los cuidados en el hogar de acogida, dependen de las leyes de cada país en su objetivo de garantizar la seguridad ciudadana.
- **Familia adoptiva:** en esta familia no existe vínculo de sangre, incluso algunas personas sugieren llamarle como “familia de corazón”. Pueden estar conformadas por uno o dos adultos que cumplan su rol de padre o madre, lo que depende de las condiciones que aplica cada Estado para el acceso a la adopción.
- **Familia extensa:** aquí encontramos a varios núcleos familiares, de un mismo árbol genealógico, conviviendo juntos. Esto puede ocurrir, por factores económicos o por apegos emocionales.

Se recomienda transmitir un mensaje que muestre que no está mal tener un solo padre o una sola madre o vivir con los abuelos o vivir con padres adoptivos; y, evitar mostrar familias homoparentales, puesto que ese tema exige abarcar de manera profunda la sexualidad y eso no se puede lograr solamente por televisión.





SEXUALIDAD



La sexualidad nos permite reconocernos como individuos e informarnos sobre lo que está mal, lo que nos ofende o lastima. Los niños merecen respuestas sinceras y acordes a su edad y a su desarrollo cognitivo y emocional. Por lo tanto, hablar acerca de la educación sexual no va a acelerar sus procesos naturales ni tampoco romperá su infancia, al contrario, generará vínculos de confianza con los padres y será una medida de autoprotección frente a cualquier tipo de abuso o violencia sexual (Mangaña, sf).

Se puede abordar desde el punto de autoconocimiento y aceptación de la diversidad étnica y de género, de modo que se afianza la autoestima y se reconoce el derecho de cuidar y respetar su cuerpo y el de los demás.

Se recomienda mostrar la anatomía de los niños y niñas, de manera lúdica y educativa, evitando imágenes fuertes; y, mencionar lo importante que es el aseo personal y las formas correctas de hacerlo.

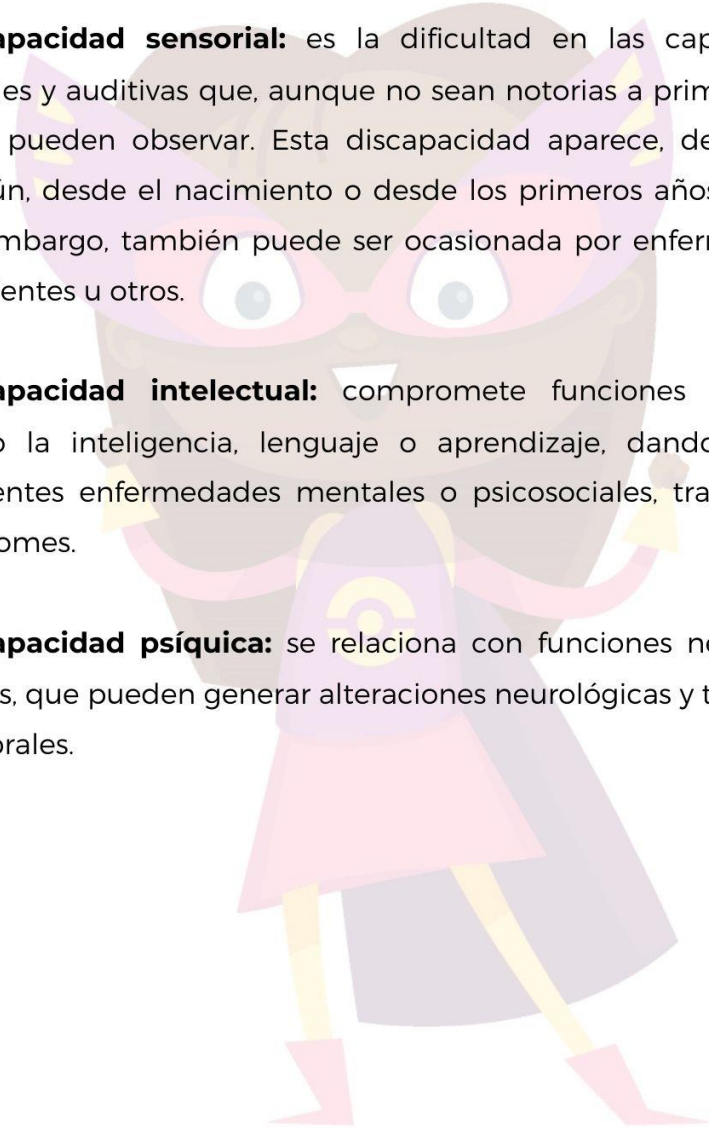


DISCAPACIDAD

En edad preescolar los niños experimentan mayor curiosidad, por ello, empiezan a cuestionar su entorno y las diferencias físicas o cognitivas entre sus amigos o familiares y ellos. La Organización Mundial de la Salud (OMS) señala que es un término general que abarca las deficiencias respecto a su cuerpo, psiquis y cognición, las limitaciones respecto a actividades cotidianas y las restricciones en lo que se refiere a participación social, económica, política o deportiva (OMS, 2016). Se debe señalar que no todas las discapacidades se convierten en una restricción, ya que todo depende del nivel de discapacidad, el apoyo familiar y social y las oportunidades que otorgue el Estado. Se distinguen algunos tipos de discapacidad, a continuación, los detallamos, según el Instituto Tlaxcalteca Para Personas Con Discapacidad (ITPC, s.f):

- **Discapacidad física:** esta discapacidad se puede notar a simple vista y no suele ser de nacimiento, sino que se generan por accidentes, enfermedades u otras alteraciones.
- **Discapacidad sensorial:** es la dificultad en las capacidades visuales y auditivas que, aunque no sean notorias a primera vista, sí se pueden observar. Esta discapacidad aparece, de manera común, desde el nacimiento o desde los primeros años de vida, sin embargo, también puede ser ocasionada por enfermedades, accidentes u otros.

- **Discapacidad física:** esta discapacidad se puede notar a simple vista y no suele ser de nacimiento, sino que se generan por accidentes, enfermedades u otras alteraciones.
- **Discapacidad sensorial:** es la dificultad en las capacidades visuales y auditivas que, aunque no sean notorias a primera vista, sí se pueden observar. Esta discapacidad aparece, de manera común, desde el nacimiento o desde los primeros años de vida, sin embargo, también puede ser ocasionada por enfermedades, accidentes u otros.
- **Discapacidad intelectual:** compromete funciones mentales como la inteligencia, lenguaje o aprendizaje, dando paso a diferentes enfermedades mentales o psicosociales, trastornos y síndromes.
- **Discapacidad psíquica:** se relaciona con funciones neuronales vitales, que pueden generar alteraciones neurológicas y trastornos cerebrales.



Se recomienda dar espacio al cuestionamiento sobre alguien con discapacidad y generar respuestas que contengan las palabras “inclusión”, “aceptación” y “empatía”; normalizar la diferencia en las personas por su cabello, por su estatura, por su color de piel y por sus capacidades; evitar frases que etiqueten a alguien por su condición de discapacidad; evitar frases que contengan el término “normal” ya que se estaría catalogando como “anormal” a quienes tienen alguna diferencia; señalar que no está bien burlarse de los demás porque todos podemos aprender a diferente ritmo y en diferentes formas, pero que todos somos capaces; y, visibilizar acciones en las que se comparta o conviva con niños con discapacidad.



COMPONENTES DEL DISCURSO

MENSAJES

20

DE LA SERIE

·Se debe abarcar un concepto acorde al título y que sea base en cada episodio. Por ejemplo, el trabajo en equipo, la amistad, la inclusión, el respeto, etc.

DE LOS EPISODIOS

Su mensaje debe estar ligado al título o temática.

A continuación, presentamos un compendio de frases relacionadas a las temáticas anteriormente señaladas, las mismas que permitirán un mejor abordaje del tema y que están sujetas a cambios, mientras no pierdan su idea original:

ADOPCIÓN

- La adopción es una manera de darle un hogar cariñoso a un nuevo hijo.
- Una persona adoptada es alguien con los mismos derechos y oportunidades.
- La familia de nacimiento no siempre es la misma familia que nos cuida.
- La familia biológica es aquella con la que tienes vínculo de sangre.
- En un hogar de acogida, se puede disfrutar del amor y el cuidado de quienes no llevan nuestra sangre, pero nos aman con todo el corazón.
- El cuidado familiar es lo que nos une como miembros de familia, es importante pensar en el bienestar de todos.
- Mis padres biológicos me dieron la vida y pensaron en un plan de adopción para que yo tenga mejores oportunidades.
- Los niños adoptados no son malos, son personas que merecen el cariño y comprensión como todos.
- Ser hijo adoptivo o biológico no es una diferencia, todos somos una misma familia.
- Yo soy un hijo del corazón.
- Mis padres no me dieron la vida, pero ellos me cuidan porque nací del corazón.

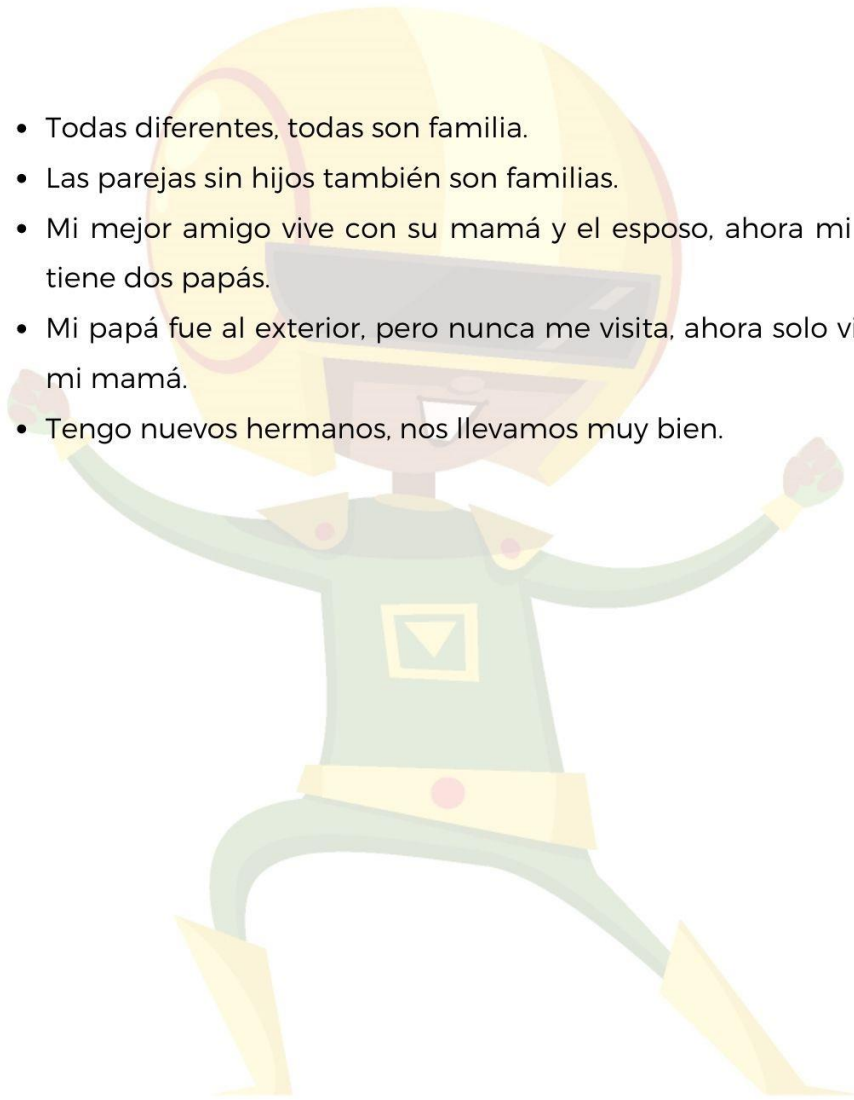
BULLYING

- Entre las frases que se pueden emplear para transmitir este mensaje, están:
- Es acoso escolar es un tipo de maltrato, siempre se debe pedir ayuda a un adulto de confianza.
- ¿Me quieres contar sobre tus actividades en la escuela? ¿cómo te va con tus amigos?
- ¿Por qué no quieres ir a la escuela? Puedes contarme lo que sucede.
- Está bien estar triste o enojado, lo que debemos recordar es pedir ayuda para solucionarlo.
- ¿Está bien que me maltraten? ¿puedo hablar de esto con mis padres?
- Tengo que ayudar a mi amigo, está mal que la lastimen.
- Me gusta como soy, por eso no pueden burlarse de mí.

FAMILIA



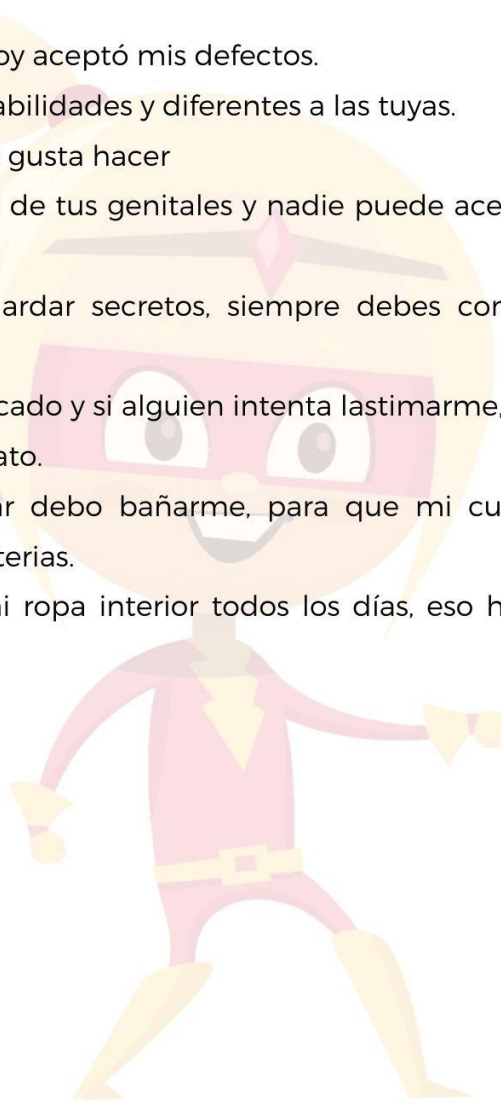
- Todas diferentes, todas son familia.
- Las parejas sin hijos también son familias.
- Mi mejor amigo vive con su mamá y el esposo, ahora mi amigo tiene dos papás.
- Mi papá fue al exterior, pero nunca me visita, ahora solo vivo con mi mamá.
- Tengo nuevos hermanos, nos llevamos muy bien.



SEXUALIDAD



- Me gusta cómo soy aceptó mis defectos.
- Tengo grandes habilidades y diferentes a las tuyas.
- Las cosas que me gusta hacer
- Ese es el nombre de tus genitales y nadie puede acercarse a tus partes íntimas.
- No está bien guardar secretos, siempre debes confiar en tus padres.
- Mi cuerpo es delicado y si alguien intenta lastimarme, voy a pedir ayuda de inmediato.
- Después de jugar debo bañarme, para que mi cuerpo no se enferme con bacterias.
- Debo cambiar mi ropa interior todos los días, eso hará que no me enferme.



DISCAPACIDAD

- Nuestra escuela es inclusiva, mi mami dice que eso es bueno porque todos somos diferentes, pero merecemos ser tratados con amor y respeto.
- ¡Mira, tu cabello es rubio, el mío es muy oscuro!
- Uno de mis compañeros utiliza silla de ruedas porque tuvo un accidente, creo que es una persona valiente.
- Con mi mejor amigo siempre pierdo en el pin pong, él es muy bueno en eso.
- Vamos a la misma escuela y vamos a aprender.
- A mi amigo y a mí nos gustan los robots.
- A dos les gusta los dibujitos y ¡mira! Tienen el mismo color de ojos.
- Nosotros debemos ser amigos, tú no puedes reírte de mi amigo por su discapacidad.

PRESUPUESTO



REPRODUCCIÓN DEL MANUAL	
DETALLE	VALOR
Impresión	30
Investigación	200
Maquetación	200
Propiedad intelectual	500

BIBLIOGRAFÍA



American Academy of Pediatrics. (01, octubre, 2020). Hablemos de adopción. Estados Unidos, Illinois. <https://www.healthychildren.org>

Anónimo. (12, mayo, 2016). ¿Cómo explicar qué es la discapacidad a los niños? México.

Grupo Olmitos. (s.f). Los 10 tipos de familia más común. España, Valencia. <https://grupoolmitos.com>

ITPCD. (s.f). Qué es Discapacidad. México, Tlaxcala. <https://www.itpcd.gob.mx>

Magaña, T. (s.f). 6 motivos para educar en sexualidad desde la infancia. España, Madrid. <https://escuela.bitacorras.com>

Observatorio FIEEX. (s.f). Diversidad familiar: los diferentes tipos de familia. España, Bajadoz. <https://observatoriofiex.es>

OMS. (12, mayo, 2016). Discapacidades. <https://www.who.int/topics/disabilities/es/>

UNICEF. (05, septiembre, 2019). Cómo hablar con tus hijos sobre el 'bullying'. España, Madrid. <https://www.unicef.es>

Marcas de agua diseñadas por
Freepik
Tomado de
https://www.freepik.es/vector-gratis/ninos-vestidos-trajes-coloridos-diferentes-superheroes-retro-conjunto-aislado_4016511.htm



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA**

**MANUAL DE DISCURSO
PARA REALIZACIÓN DE
SERIES ANIMADAS INFANTILES**

BRIGGETTE DAYANNA VEGA BARRIGA

j. BIBLIOGRAFÍA

American Academy of Pediatrics. (01, octubre, 2020). *Hablemos de adopción*. Estados Unidos, Illinois. <https://www.healthychildren.org>

Anónimo. (12, mayo, 2016). *¿Cómo explicar qué es la discapacidad a los niños?* México. <https://yodown.wordpress.com>

Grupo Olmitos. (s.f). *Los 10 tipos de familia más común*. España, Valencia. <https://grupoolmitos.com>

ITPCD. (s.f). *Qué es Discapacidad*. México, Tlaxcala. <https://www.itpcd.gob.mx>

Magaña, T. (s.f). *6 motivos para educar en sexualidad desde la infancia*. España, Madrid. <https://escuela.bitacorras.com>

Observatorio FIEX. (s.f). *Diversidad familiar: los diferentes tipos de familia*. España, Bajadoz. <https://observatoriofiex.es>

OMS. (12, mayo, 2016). *Discapacidades*. <https://www.who.int/topics/disabilities/es/>

UNICEF. (05, septiembre, 2019). *Cómo hablar con tus hijos sobre el 'bullying'*. España, Madrid. <https://www.unicef.org>

k. ANEXOS



Universidad Nacional de Loja
Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación
Comunicación Social

TEMA

Análisis semiótico y de discurso del programa infantil PJ MASKS:

Héroes en pijamas durante el periodo enero 2016 – junio 2018

Proyecto de tesis previo a la obtención
del título de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación Social

Autora:

Briggette Dayanna Vega Barriga

Loja-Ecuador

2020

165

a. TEMA

Análisis semiótico y de discurso del programa infantil PJ MASKS: Héroes en pijamas durante el periodo enero 2016 – junio 2018.

b. PROBLEMÁTICA

La televisión, al ser un medio de comunicación audiovisual, genera información más fácil de captar por la audiencia a diferencia de otros medios tradicionales, ya que, de acuerdo a lo que menciona “la pirámide del aprendizaje” de Cody Blair, como podemos observar en la Figura 1, las personas absorben el aprendizaje mediante sus sentidos y la interacción con los demás. Por lo tanto, la televisión propicia un 20% de retención de contenidos posterior a las 24 horas de su difusión.

Figura 1:

Pirámide del aprendizaje

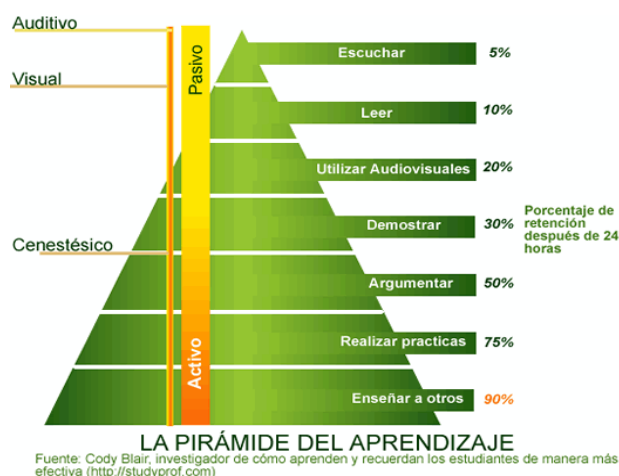


Figura 1. El gráfico representa los porcentajes de retención posterior a las 24 horas de consumir información a través de nuestros sentidos. Tomado de *La pirámide del aprendizaje*, por Cody Blair, (s.f), <https://url2.cl/BUfTh>

La televisión se ha convertido en compañía para las personas, muchas veces se enciende únicamente para escucharla mientras se realizan los quehaceres domésticos, a la hora de comer o para de dormir. Pero, para autores como Quijada, ha pasado de ser una compañía a ser un “sistema de educación y también de propaganda Política” (1986, p.5). Si esto sucede en los adultos ¿cómo lo perciben los niños? Ellos acuden a la TV para distraerse y, aunque no lo sepan, informarse. Los contenidos para niños exponen una serie de características que apelan a su consciente e inconsciente para formar su personalidad.

Los programas infantiles tienen un discurso repetitivo, con base el proceso cognitivo natural de los seres humanos que implica “repetir” para adquirir habilidades y conocimientos. Esta es la razón por la que los niños son atraídos por programas con lenguaje sencillo y reiterado que, además, generan satisfacción al demostrarle al niño que este puede aprender de forma rápida. Un ejemplo de esto, son los niños que cuando conocen el diálogo de una película se emocionan al pronunciarlo al mismo tiempo que los personajes, esto reafirma su capacidad de aprendizaje, tal como lo menciona Sánchez en uno de sus artículos en la Revista GQ, en donde cita a Wenter, doctora en psicología del desarrollo: “Una vez que un niño ha dominado el diálogo de una película o la letra y baile de una canción, quiere celebrar su éxito participando de lo que ha visto, así que quiere continuar viéndola” (2016, párrafo. 4).

En Ecuador, los niños se ven expuestos a distintos contenidos, tanto de adultos como infantiles. Algunos programas para niños que se transmiten actualmente en canales nacionales, son: Jimmy Neutrón, Bob Esponja, Las Tortugas Ninja, Doraemon, Futurama y Educa, este último contiene dibujos animados y otras producciones de niños para niños. A estos se debe agregar las películas infantiles que se transmiten los fines de semana y feriados. Por otro lado, en la televisión pagada existe infinidad de series infantiles emitidas por los conocidos canales internacionales como: Disney Junior, Disney Channel, Discovery Kids y Nickelodeon,

Todos estos programas, películas y series infantiles, juegan un papel importante, pues, los padres de familia necesitan este tipo de contenidos para que sus hijos se entretengan mientras ellos pueden trabajar, realizar los quehaceres domésticos o descansar luego de una extenuante jornada. Los colores, las formas, los sonidos, los personajes y sus funciones tienen mensajes visuales, que cada vez son más implícitos y, por supuesto, se van innovando para su público objetivo. Es así que vemos animales con colores imposibles de existir en su especie, o tenemos personajes superpoderosos.

PJ MASKS: Héroe en Pijamas, es una serie estrenada en Disney Junior en Estados Unidos, basada en el libro *Les Pyjamasques* de Romuald Racioppo. En este programa se cuentan las aventuras de tres niños: Greg, Connor y Amaya, que durante la noche se convierten en Gekko, Catboy y

Ululette para salvar el día. A pesar de ser solo niños, se encargan de arreglar los problemas que producen los villanos que también son tres: Romeo, Luna Girl y Ninja Nocturno. En este programa, prima el uso de colores oscuros, puesto que las aventuras suceden durante la noche, sin embargo, los colores brillantes, los efectos y los movimientos de cámara que utilizan los protagonistas hacen que el público no pierda el interés. El lenguaje que utilizan los niños es fluido, los personajes con superpoderes representan a las habilidades de un animal por cada niño, al salvar a la ciudad cometen errores que saben corregir entre ellos y se enfrentan a miedos que deben superar, además, un punto importante son los villanos, que, a pesar de vencerlos todo el tiempo, también los salvan de los miedos que impulsan su mal comportamiento. Estas acciones repetitivas, de salvar y aprender a superarse, sumado al discurso que dan, representan un mensaje implícito que se puede reflejar en el comportamiento de los niños.

En Loja, los canales locales: Plus TV, UV Televisión y Canal Sur, no muestran interés por este importante público. Estos canales emiten informativos y espacios musicales y, para los niños, reproducen dibujos animados como: La Pantera Rosa, Scooby Doo, Los Picapiedras y Looney Tunes, además de películas durante los fines de semana y feriados.

La premisa anterior tiene su fundamento en las consideraciones que expone el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), acerca de los niños de 0 a 3 años, aseverando que “en los primeros momentos, meses y años de vida, cada contacto, cada movimiento y cada emoción en la vida del niño pequeño redonda en una explosiva actividad eléctrica y química en el cerebro, pues miles de millones de células se están organizando en redes que establecen entre ellas billones de sinapsis” (2001, p. 11).

El análisis de la problemática expuesta nos lleva a plantear nuestras interrogantes de investigación en los términos siguientes:

- ¿Cuáles son los recursos de imagen que utiliza el programa infantil *PJ MASKS: Héroe en Pijamas*?
- ¿Qué funciones cumple cada recurso semiótico expuesto?

- ¿Cuáles son los íconos culturales más importantes al momento de comunicar?
- ¿Cuál es el mensaje dado a través de cada personaje?
- ¿Cuáles son las características de su lenguaje?
- ¿Es posible que este programa tenga objetivos educativos?
- ¿Se puede establecer parámetros de producción audiovisual según el análisis de este programa?

c. JUSTIFICACIÓN

Actualmente, no existen investigaciones acerca de los contenidos expuestos en la programación infantil. Por lo tanto, tampoco se tiene pautas adecuadas para la producción audiovisual de este tipo. Esto ayudaría a generar contenido educativo, formativo y cultural, desde temprana edad, que es donde el cerebro absorbe más y lo vuelve permanente.

Los programas infantiles influyen en la formación de la identidad de los niños y generan patrones de conducta, por lo tanto, es importante analizar cómo el programa *PJ MASKS: Héroe en Pijamas* utiliza los recursos semióticos y discursivos. Esto ayudaría a crear una ficha que sirva como orientador al momento de generar producción audiovisual infantil dentro de la localidad. Y esa importancia, Serra, la plasma como un modo de aprendizaje del mundo del cine o audiovisual para la enseñanza a su audiencia.

Es necesaria una educación cinematográfica. Saber leer y escribir en imágenes no es cosa que se nos da espontáneamente como tampoco ocurre en la interpretación de las letras o de cualquier arte. Igual que al estudiar gramática, solfeo o perspectiva, es natural que el cine comporte también unas formas previas de enseñanza. (1970, p.13)

El presente tema de investigación aportará en lo social, al darle herramientas a los padres de familia. Quienes podrán reconocer elementos visuales y sus mensajes implícitos dentro de los programas infantiles con similares características al programa objeto de estudio, de esta manera supervisarán los programas infantiles útiles para el desarrollo de sus hijos. Como lo menciona Babin: "lo audiovisual no es una fuerza complementaria, esclava de la palabra oral o escrita. Es una palabra, una palabra que hay que saber entender, que hay que saber hablar" (1972, p. 18).

Investigar el análisis semiótico y discursivo del programa *PJ MASKS: Héroe en Pijamas*, permitirá demostrar los conocimientos adquiridos durante estos años de estudio, cumpliendo, de este modo, como uno de los requisitos para la obtención del título de licenciada en Comunicación Social.

Este proyecto servirá como fuente de consulta para los estudiantes de los diferentes niveles de escolaridad, respecto a los resultados que se obtengan y en función al desarrollo de teorías o investigaciones relacionadas a este tema.

d. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un análisis semiótico y discursivo de la serie infantil *Pj Masks: Héroes en Pijamas*, para determinar qué recursos visuales utilizan en la construcción de la imagen de la serie y cómo a través del discurso llegan al público infantil con mensajes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la serie de animación infantil *Pj Masks: Héroes en Pijamas* y determinar los recursos visuales y cómo los utilizan en la construcción de la imagen.
- Determinar a través del análisis discursivo el mensaje de la serie infantil *Pj Masks: Héroes en Pijamas* y cuáles son los elementos lingüísticos que se utilizan, en la construcción del mensaje.
- Con base en los resultados de la investigación crear una propuesta alternativa.

HIPÓTESIS

El programa infantil *Pj Masks: Héroes en pijamas*, pese a su colorimetría fría, ha tenido aceptación en los niños porque contiene recursos visuales atractivos, como los superhéroes y los efectos especiales.

e. MARCO TEÓRICO

Capítulo I

1. La Animación
 - 1.1. Historia
 - 1.2. La animación
 - 1.3. Esquemas gráficos

Capítulo II

2. Semiótica
 - 2.1. Códigos semióticos
 - 2.1.1. Estéticos
 - 2.1.2. Lógicos
 - 2.1.3. Sociales
 - 2.2. Códigos visuales
 - 2.2.1. Códigos perceptivos
 - 2.2.2. Códigos de reconocimiento
 - 2.2.3. Códigos de transmisión
 - 2.2.4. Códigos tonales
 - 2.2.5. Códigos icónicos
 - 2.2.6. Códigos iconográficos
 - 2.2.7. Códigos del gusto y la sensibilidad
 - 2.2.8. Códigos retóricos
 - 2.2.9. Códigos estilísticos
 - 2.2.10. Códigos del inconsciente

3. Discurso
 - 3.1. Estrategias discursivas
 - 3.2. Rasgos de las estrategias discursivas
 - 3.3. Campos de estudio y sus estrategias discursivas
 - 3.3.1. Análisis del discurso
 - 3.3.2. Lingüística textual
 - 3.3.3. Teoría argumentativa
 - 3.3.4. Análisis crítico del discurso
 - 3.3.5. Lingüística cognitiva
 - 3.3.6. Semiótica discursiva

Capítulo III

4. Pj Masks: Héroe en Pijamas
 - 4.1. Concepto
 - 4.2. Historia
 - 4.3. Audiencia
 - 4.4. Temporada de estudio

CAPÍTULO I

1. La Animación

1.1 Historia

La animación apareció mediante caricaturas filmadas que, al verlas actualmente, darían la impresión de tener un público infantil.

La primera obra se tituló *Humorous phases of funny faces*, nació de manos de James Stuart Blackton en 1906, no tenía un argumento establecido y duraba tres minutos, en ella se mostraban dibujos que cambiaban de expresión, plasmados en una pizarra. En 1913, John R. Bray y Raoul Barré desarrollaron la técnica de dibujos animados sobre acetatos, de esta forma se evitaba la tarea de dibujar todo el fotograma, se podía separar el fondo de los personajes e incluía el uso de color de forma manual.

En referencia al fotograma, Valdivieso (2014) destaca el trabajo de “Goul y Harrison creadores de Krazy Kat, Walter Lanz creador de Bugs Bunny, Otto Messmer y Pat Sullivan creadores de El Gato Felix o Max Fleischer que dio vida a la famosa Betty Boop”, así mismo, menciona la entereza de Walt Disney por crear “su propia productora de animación y fragmentando el trabajo en diferentes fases de las que se encargaban distintos grupos de trabajo” (p.93). De este modo, Disney no solo convirtió la animación en una cadena de producción, también, inventó la máquina de toma de planos múltiples o cámara multiplano, con lo que generó la ilusión de profundidad.

En Análisis de los dibujos animados emitidos en televisión: personajes, estilos y mensajes, se mencionan los avances de la animación o dibujos animados, los cuales enlisto a continuación:

Walter Ruttmann, 1921 *Lichtspiel, Opus Nr. 1*. Sería la primera de una serie de tres películas tituladas Absolute films.

Oskar Fischinger, en su trabajo *Wax experiments* de 1921-23, desarrolló nuevas técnicas de animación con lo que completó su primera película en color *Kreise/Circles* en 1933, empleando el proceso Gaspar Color.

Con la llegada de nuevas tecnologías, John Whitney creó Motion Graphics Inc. en 1960 produciendo efectos de luz generados por ordenador. Posterior a ello, en 1982, apareció la primera película con animación digital de carácter comercial, su nombre fue *Tron*. Fue producida por Disney y dirigida por Steven Lisberger. En 1993 se logró apreciar una serie de televisión creada con ordenador. *Reboot* fue producida en Canadá por la compañía Mainframe Entertainment y creada por Ian Pearson, Gavin Blair, Phil Mitchell y Jhon Grace. La investigación en técnicas de la animación que simulen la realidad, llegó con Pixar y la película *Toy Story* en 1995, revolucionando la animación 3D. (Valdivieso, 2014, pp.95-98)

Los inicios de los dibujos animados en Ecuador, se dieron en 1967 cuando el caricaturista, Gonzalo Orquera, realizó el primer corto publicitario de dibujos animados bajo el sonido del técnico de consola Rodrigo Cevallos y junto al camarógrafo Carlos Semblante, dentro de Canal 4 “La Ventana de los Andes”. En lo posterior, Orquera realizó varios cortos publicitarios en cine 16mm, a decir de Castro y Sánchez (1999):

El denominador común de estas propuestas estuvo determinado por simples trazos en línea negra sobre fondo blanco, aunque en algunos de ellos esta característica se invirtió: trazos blancos sobre un fondo negro. En cuanto a los personajes, éstos no pasan de dos y aparecen en una escenografía poco complicada. (p.18-19)

Castro y Sánchez (1999) describe varios acontecimientos en la animación ecuatoriana, los mismos que se citan a continuación:

- Miguel Rivadeneira: en 1980 realizó comerciales; en 1983, creó su primer corto “El papel”, luego de ello a “El licenciado” y “El macaco”; y en 1984, “El Corño”.
- Cinearte, con su director Edgar Cevallos: en 1989 da vida a “Evaristo”; en 1997 aparece “Julio Jaramillo” junto a “Evaristo” en un promocional gubernamental; en 1992 presenta a “Máximo” auspiciado por UNICEF; y, en 1996 se inicia el proyecto de la serie “Albert”.
- Alvaro Villagómez: en 1990 realizó el primer spot de dibujos animados con gráficos bidimensionales computarizados.

- Xavier Bonilla: en 1991 realizó 12 cortos de dibujos animados computarizados.
- Taller Internacional de Animación, auspiciado por el IPAL y Cedep: 15 personas produjeron 5 cortos y varias pruebas hechas con muñecos y con programas computarizados.
- Luis Peñaherrera: en 1992 creó a “Juan Pueblo” para spot publicitario del Municipio de Guayaquil.
- CIESPAL, UNICEF, Instituto Cubano de Radio y Televisión: en 1994 promovieron un taller sobre técnicas de creación de dibujos animados, los participantes produjeron “Cambiemos el color del cielo” trabajo de 6 semanas y creación de 52 segundos.
- Eduardo Villacís: en 1995 obtuvo el cuarto lugar en un concurso de storyboard para animación computarizada en Mtv.
- Juan Ruiz y sus alumnos de CIESPAL: en 1995 realizaron un spot ambiental de un minuto con quince segundos, en los que participa un Nando, un marinero, y sus amigos, varios animales marinos, en 1996 produjeron “La Pacha Mama”, “Control de quemas”, “Bosque andino nativo” y “El páramo”, estos eran una combinación de dibujos animados y acción real, trabajado durante cinco meses.
- Xavier Bonil: en 1996 creó una muestra de dibujos computarizados experimentales en tres dimensiones, la cual era una sátira contra la exministra de Educación, Sandra Correa.
- Productora Carrasco: en 1997 produjeron 30 spots publicitarios en una combinación de dibujos animados, animación computarizada en tercera dimensión y acción real.
- Verdeimagen: en 1997 esta empresa de publicidad creaba dibujos animados bidimensionales y tridimensionales.
- Equis Producciones: en 1997 realizaron la primera de cinco etapa de “Los Llanganatis” el primer juego de video.

1.2 La animación

Animación se refiere al “término por el que comúnmente se entiende «el procedimiento de diseñar los movimientos de los personajes o de los objetos y elementos en las películas de dibujos animados», pero que hoy, gracias a los procesos digitales, encierra una mayor complejidad” (Real Academia Española, 2020, definición 5).

Gámez (2006, como se citó en Martín, 2005) expone su acepción para comprender lo que es la animación:

El cine de animación se caracteriza fundamentalmente por la ausencia de un referente real que imprima una huella, como en el caso del cine convencional o la fotografía. Esto lleva a los creadores a nutrirse de formas representacionales establecidas y reproducir así patrones de decodificación de la realidad con una larga tradición, lo que nos incita como mínimo a cuestionar los deseos de imitación de la realidad que lo digital conlleva. (...) Sin embargo, tras la aparente imitación de la realidad que los animadores digitales proclaman, se esconde una reproducción de formas de ver tremendamente convencionalizadas a lo largo de la historia visual de Occidente. Por lo tanto, es posible que la imagen no remita a algo real sino a otras imágenes de esa realidad, por lo que la verosimilitud se construye en el diálogo con otros textos visuales anteriores. La verosimilitud, por tanto, no sólo es virtual sino relativa. (p.2)

Respecto a los avances tecnológicos que hacen cada vez más complejos, pero reales, a los dibujos animados, responden a que:

“la pura excitación y la estimulación visual que producen este tipo de atracciones soslayan casi por completo los procesos de significación y las motivaciones cinemáticas clásicas, conservando solo las más elementales (y necesarias). Se trata de una experiencia que gira, quizás en torno a la visión aun cuando se dirige al resto de sentidos; una experiencia en la que el significado, entendido a la manera clásica (cinemática), queda sobrepasado o detenido por sensaciones de puro goce, de emoción visceral y casi de vértigo”. (Darley, 2002, p.95)

Lo que Darley indica es que, tanto los efectos como el diseño de los movimientos, entre otros elementos que buscan dar mayor sentido de realidad a los dibujos animados, en verdad causan una experiencia en todos los sentidos, haciendo que el espectador ignore ciertas significaciones y motivaciones del contenido cinematográfico que observa. Sin embargo, un concepto bastante completo, es el de Pereira (2005, como se citó en Porto 2014):

El llamado cine de animación surge cuando, en vez de fotogramas, comenzaron a proyectarse dibujos a gran velocidad capaces de generar en el espectador la sensación de movimiento. “Animación” proviene del término griego *anemos* (viento o aliento) pero también del latino *animus* (lo que da ánimo, vida). Cuando utilizamos la palabra “animación” nos estamos refiriendo a imágenes en movimiento a las que infundamos vida. Las técnicas de animación se basan en la filmación paso a paso, moviendo el objeto o realizando infinidad de pequeños cambios que consiguen que el resultado final sea un todo continuado. (p.42).

Se puede entender a la animación como un proceso de diseño de los movimientos de personajes y objetos de un filme de dibujos animados. El cine de animación nace del deseo de imitar la realidad mediante representaciones, que también responden a perspectivas o subjetividades, es decir, la creación de una imagen puede estar vinculada a otras imágenes de una misma realidad. Es el caso de la pobreza, no solo se ve contenido de gente que no tiene alimento, sino que se suele imitar a fotografías de realidades de los africanos. Actualmente, estos procesos son complejos debido a la digitalización, lo que crea sobreexcitación en el espectador, quien podría enfocarse fácilmente en la experiencia visual y olvidar las significaciones propuestas en el filme.

1.3 Esquemas gráficos

El diseño esquemático pretende demostrar aquello que no podemos ver a simple vista, aquello que se esconde en las figuras y formas del entorno y que se relaciona a nuestro pensamiento, por ello, Costa (2017) refiere:

Los esquemas son los precursores de la infografía abstracta con la que visualizamos la información. El lenguaje de los esquemas son los grafos, signos gráficos de la geometría elemental. Con ellos construimos cotidianamente los esquemas, diagramas, tablas, gráficos, algoritmos y modelos. Si el Escrito relata y la Imagen muestra, el Esquema, además, demuestra. Esta es la característica más singular de su especificidad como lenguaje, y de su fuerza de convicción. (p.39)

Así mismo, el grafismo informático o infografía con su aporte a la esquemática:

Ha superado la bidimensionalidad estática originaria de los esquemas de antes y después de Lull e incluso después de Gutenberg. Ahora, los esquemas informatizados poseen las nuevas dimensiones del Tiempo (el movimiento y el sonido) y de la Comunicación (la interactividad). (Costa, 2005, p.81)

En el libro *Esquematismo, El universo de la visualización y la Teoría Informacional del Esquema*, Costa (2016) indica el proceso sistema de lenguaje, construcción del esquema y percepción del mensaje, no sin antes recordar que “no hay visualización gráfica sin el concurso interactivo de: a) un soporte físico; b) un objeto o un elemento trazador; c) un repertorio de elementos gráficos combinables” (p.168). Por lo que nos presenta el siguiente tríptico de la propuesta teórica informacional:

Figura 2:

Propuesta teórica informacional de Joan Costa.

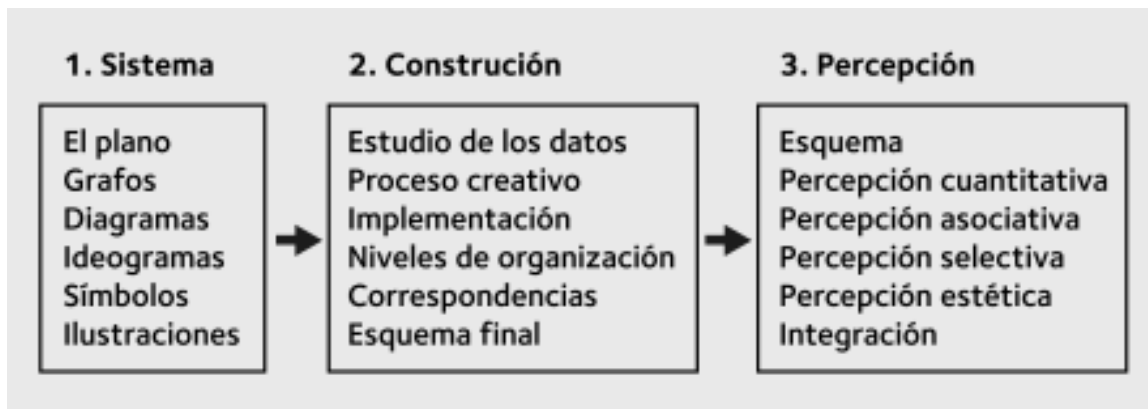


Figura 2. El tríptico señala el proceso: sistema de lenguaje, construcción del esquema y percepción del mensaje según Joan Costa. Tomado de *Sobre esquemática, pensamiento visual e infografía* (p.168), por Costa J. (2016). <https://url2.cl/SINZY>

Núñez (como se afirma en Sánchez 2015) indica:

Lo que prima en el mundo audiovisual son las imágenes, pero estas son polisémicas siendo imposible asignarles un significado único puesto que variará según el contexto cultural de quien las admira. Por ello, es necesario saber que hay que manejar una serie de herramientas y criterios para ver televisión. Un esquema básico lleva a establecer, al menos, tres grados de lectura:

- Lectura de los elementos informativos: qué.
- Lectura de los elementos semiológicos: cómo.
- Lectura de la idea central: por qué. (p.80)

CAPÍTULO II

Semiótica y Discurso

2. Semiótica

La semiótica es la parte de la semiología que se basa en signos, que son los pueden ser interpretados de una manera matemática y que está presente en toda nuestra vida ya que todo conlleva reglas. (Español EAD, 2015). Para, Martínez (2017) se puede entender a la semiótica como el estudio de los signos dentro de sistemas de todo orden. Está relacionada con la lingüística. Se la puede considerar una ciencia, una disciplina y un campo de estudio. Zecchetto (2002), señala que:

La semiótica está relacionada con el problema del conocimiento, y con el modo mediante el cual podemos llegar a él a través del vehículo ineludible de los signos. La semiótica se presenta, entonces, como un punto de vista sobre la realidad, una mirada acerca del modo en que las cosas se convierten en signos y son portadoras de significado. (p.7)

Con base en lo expresado, la combinación de signos es el primer paso para crear un mensaje, es decir: “La codificación es la responsable de realizar la semiosis, es decir de relacionar un concepto con un significado a través de signos que sean entendidos plenamente por el receptor”. (Correa, 2012, p.40). Así mismo, la observación realizada por Montecé (2020) reafirma cómo los conocimientos y contextualizaciones son parte de la decodificación de mensajes:

El individuo Mediante la visualización de un objeto, realiza la decodificación del mensaje y acorde a sus conocimientos y suposiciones desde su punto de vista realiza una estructura (imagen, signo) la cual traduce para así comprender la forma gráfica la cual está estructurada por iconos y representaciones codificadas. (p.13)

A esto, es imprescindible sumarle la psicología del color, ya que, como mencionan (Valdez et al. (2012): “El color genera una personalidad específica no solo confiriendo un significado a las cosas, a las organizaciones y a las personas, sino también dotándolas de una personalidad e identidad específicas.” (p.36).

2.1 Códigos semióticos

Los códigos semióticos se utilizan para codificar significados en diversos contextos. Podemos reconocer estos significados mediante la entonación, gestualidad, señales, arte, literatura, epistemología, incluso, combinando los diversos subtipos de códigos semióticos. Así mismo, estos códigos identifican a los individuos y los grupos a los que pertenecen.

Rodríguez recoge las divisiones y subdivisiones de los códigos estéticos, lógicos y sociales, los mismos que se señalan y explican a continuación:

- Estéticos

Figura 3:

Códigos estéticos según Pierre Guiraud

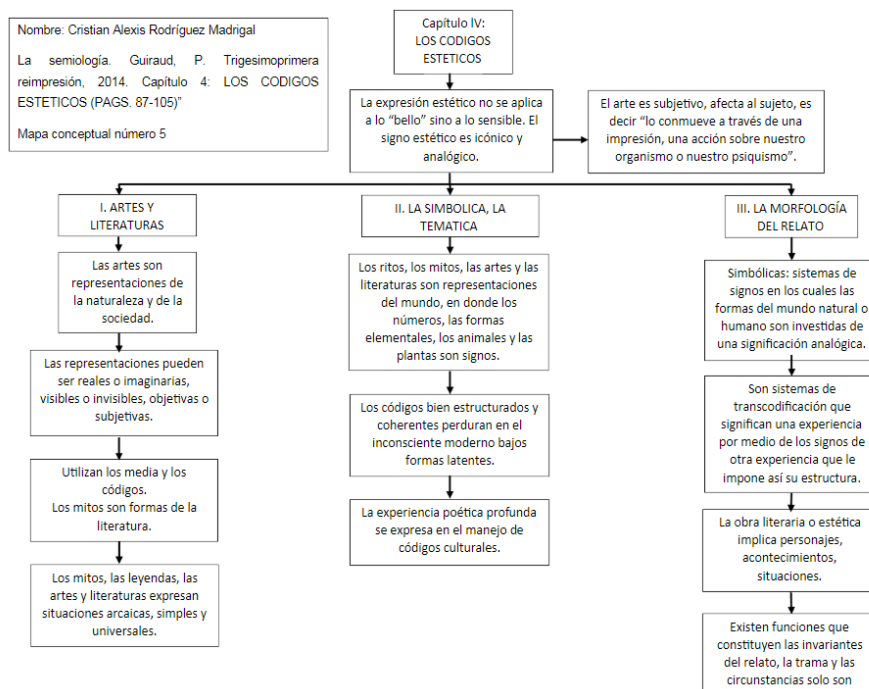


Figura 3. El mapa conceptual describe los códigos estéticos y sus subdivisiones según Pierre. Tomado de *StuDocu, asignatura de Semiología de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (cap.4)*, por Rodríguez C. (2018). <https://url2.cl/uhk57>

De acuerdo a lo expuesto en el cuadro anterior, los códigos estéticos no se refieren a la belleza sino a la sensibilidad, a la intervención de nuestra psiquis para darle valor al arte.

Estos códigos se dividen en: artes y literatura, la simbólica y la temática, y la morfología del relato. La primera división señala que, para el arte, los códigos son representaciones de la naturaleza y la sociedad, las mismas que pueden ser reales, visibles y objetivas, o, todo lo contrario, lo que se relaciona con la literatura por la cantidad de expresiones artísticas que contienen dichos códigos. La segunda se relaciona a lo cultural y poético, que se base en mitos y ritos, donde existen elementos de la realidad que se convierten en signos. Y lo tercero ubica la analogía del mundo humano con respecto a elementos simbólicos, como parte de un relato o trama.

- **Lógicos**

Figura 4:

Códigos lógicos según Pierre Guiraud

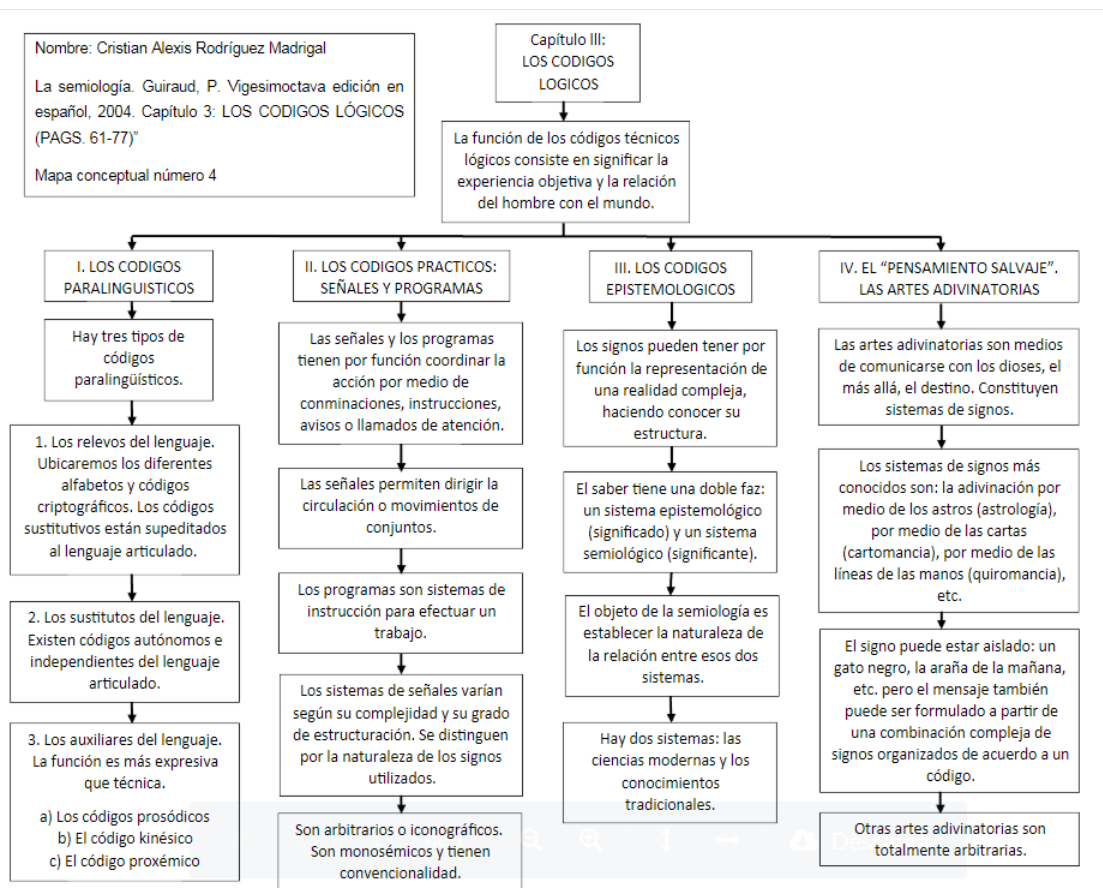


Figura 4. El mapa conceptual describe los códigos lógicos y sus subdivisiones según Pierre. Tomado de *StuDocu, asignatura de Semiología de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (cap.3)*, por Rodríguez C. (2018). <https://url2.cl/iSXXS>

Continuando con Los códigos lógicos mencionados en el cuadro anterior. Estos le dan significado objetivo a todo lo que se relaciona con el hombre, sin importar si es una ciencia o pseudociencia. Se dividen en cuatro partes: paralingüísticos, de señales y programas, epistemológicos, y las artes adivinatorias.

Los primeros se subdividen en: relevos, sustitutos y auxiliares del lenguaje, los cuales se refieren a los alfabetos, códigos independientes y funciones expresivas, respectivamente. Los segundos son aquellos que dirigen o dan instrucciones para coordinar acciones. Los terceros representan la estructura de realidades complejas, en la que su sistema epistemológico (significado) se relaciona con el sistema semiológico (significante). Por último, las artes adivinatorias son definidas como medios para comunicarse con otros entes y cuyos códigos están establecidos, pero su lectura depende de una combinación de signos.

- Sociales

Figura 5:

Códigos sociales según Pierre Guiraud

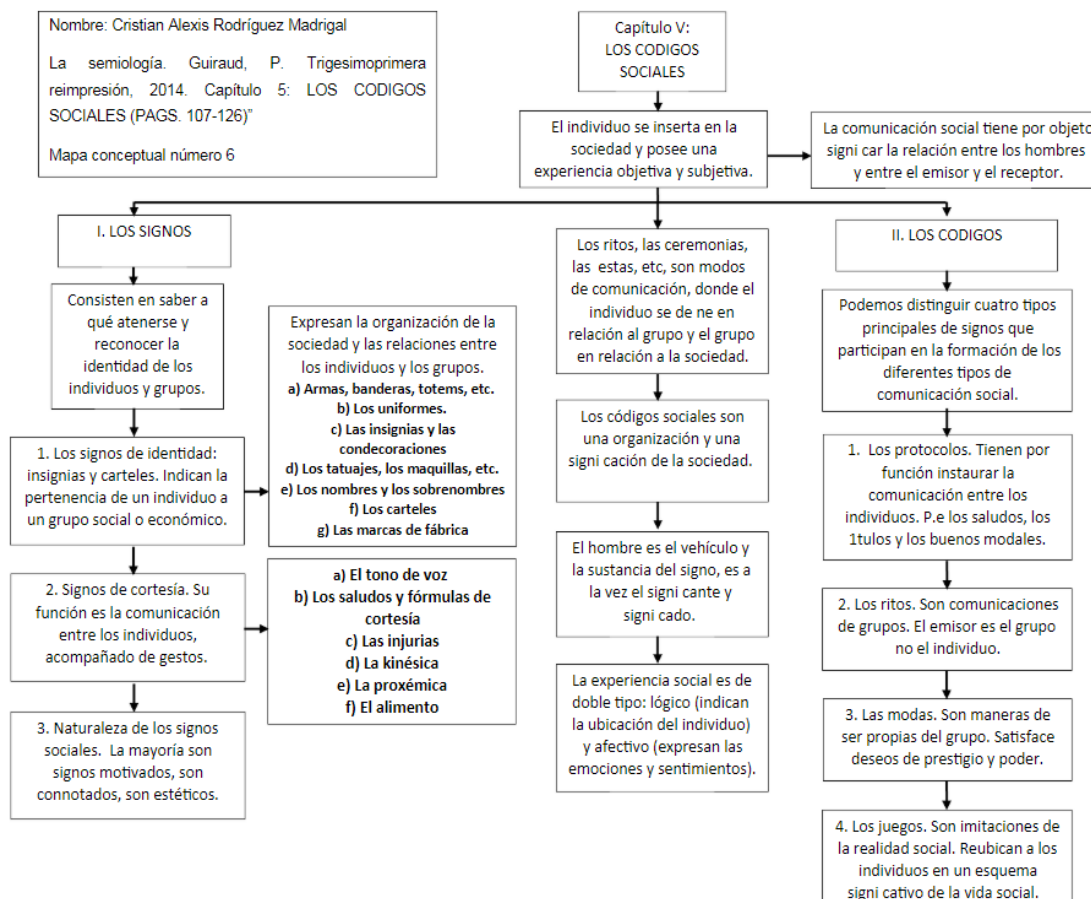


Figura 5. El mapa conceptual describe los códigos sociales y sus subdivisiones según Pierre. Tomado de *StuDocu*, asignatura de *Semiología de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (cap.5)*, por Rodríguez C. (2018). <https://url2.cl/CYigS>

Finalmente, los códigos sociales indican los signos que permiten una experiencia objetiva y subjetiva dentro de la relación emisor receptor. Estos códigos se dividen en: los signos y los códigos. Los signos determinan a los individuos y grupos: identidad, cortesía y naturaleza. Los códigos conforman la tipología de la comunicación social: los protocolos, los ritos, las modas y los juegos, puesto que todo comunica y cada subdivisión implica un sistema comunicacional distinto.

2.2 Códigos visuales

A modo de guía, Eco (1986) sintetiza los códigos que permiten un análisis visual completo, él muestra esta serie de códigos dentro de su obra *La Estructura Ausente*, los mismos que detallamos a continuación:

- a) **Códigos perceptivos:** Códigos perceptivos: son estímulos visuales de color, forma, volumen y proporción, que generan una estructura perceptiva, es decir, al coordinar todos estos estímulos visuales: observar el icono y reconocer sus propiedades, se genera la percepción del objeto representado, a modo de analogía.
- b) **Códigos de reconocimiento:** Se resaltan las propiedades o características que más identifican al objeto representado, además, “se pueden recordar, a partir de indicios mínimos, unidades de significado más amplio” (Karam, 2006, p. 15).
- c) **Códigos de transmisión:** Son aquellos que estructuran o dan forma a las condiciones necesarias del canal por el cual se perciben los elementos visuales. Por ejemplo, el sistema radioelectrónico de telecomunicaciones utilizado por la televisión.
- d) **Códigos tonales:** Conocidos como rasgos suprasedgmentales, estos códigos hacen alusión a emociones como enojo, asombro y otros, para ello se emplea la entonación propia de cada emoción o acción.
- e) **Códigos icónicos:** Karam define a estos códigos como “un conjunto de reglas o convenciones que establecen la equivalencia entre un signo gráfico determinado y una unidad pertinente del código de reconocimiento” (2006, p. 15). Además, asegura que “el signo icónico puede poseer las propiedades ópticas del objeto (visibles), las ontológicas (presumibles) o las convencionalizadas”. Eco señala tres aspectos importantes de los códigos icónicos:
 - Las figuras pueden ser también condiciones de percepción, o unidades mínimas tales como luz, forma, contorno, geometría.
 - Los signos denotan artificios gráficos, como unidades de reconocimiento, tales como "nariz", "ojo", "cielo" o "nube"; o bien en modelos abstractos: símbolos, diagramas conceptuales.
 - Enunciados icónicos: Es lo que llamamos propiamente imagen: "hombre, caballo"; y constituyen un "enunciado icónico complejo: "aquí hay un hombre de pie"; "esto es un caballo en perfil y de pie" (1986, p.209).
- f) **Códigos iconográficos:** Son íconos culturalizados, en los que se identifican los códigos, aunque no los elementos de articulación con el significante, es decir, que las unidades de reconocimiento están relacionadas con la cultura de ciertos sectores. Por ejemplo, podemos darle significado a un icono que represente a un personaje o acontecimiento importante dentro de nuestra localidad.
- g) **Códigos del gusto y la sensibilidad:** Apelan a las emociones o sensaciones que provocan los signos icónicos. Por ejemplo, momentos de gloria al observar la Plaza de la Independencia.
- h) **Códigos retóricos:** Soluciones icónicas originales que se convierten en modelos o normas para generar efectividad al transmitir un mensaje y producir el efecto deseado dentro del contexto de emisión. Un ejemplo de ello es el uso de la paloma blanca, cuyo significante es “la paz”, cuando se realizan protestas exigiendo el respeto a los derechos.
- i) **Códigos estilísticos:** Codifican las soluciones originales de los códigos retóricos. Son un listado de signos cuya articulación sigue leyes de otros códigos. Por ejemplo, se marca un estilo con el que pintar, dibujar o representar a una paloma blanca que, según los códigos retóricos significa paz, además, esta paloma tiene como un código estilístico el color blanco, de lo contrario no podría generar lo que se pretende en el código retórico.
- j) **Códigos del inconsciente:** Se utilizan a modo de persuasión empleando las configuraciones de los códigos anteriores. Lo que estos buscan es generar reacciones o expresar situaciones psicológicas. (p.209)

3 Discurso

Referirse al discurso no es recoger lo expuesto en un diálogo. El discurso esconde significaciones que dependen del contexto, de la cultura, del individuo y otros aspectos. Por ello, este capítulo es fundamental para aprender a descifrar y reconocer los efectos de todo lo que abarca el discurso.

Existe un acercamiento a lo que puede ser una definición de discurso, puesto que hay una discusión bastante fuerte entre varios autores (Dijk 2000, Saussure 1991, Benveniste 1971) sobre lo que es el discurso, sus elementos y dimensiones.

Los significados y sentidos del discurso se traslapan y amalgaman, tienen capas superpuestas que portan significaciones que no siempre son evidentes y el significado convencional en la lengua asume presuposiciones que emergen con las diferentes lecturas e interpretaciones. De manera que lo no dicho, lo que no aparece en el discurso, genera tanto significado como lo que está dicho y está presente en la superficie discursiva. (Pardo, 2013, p. 32)

Así mismo, el autor agrega que el discurso tiene cuatro magnitudes: forma, sentido, interacción y cognición, pero que dependen del contexto para otorgar y determinar sus significaciones. Por lo que muestra un esquema acerca de cómo se ha abordado el discurso y sus implicaciones conceptuales.

Figura 6:

Objeto, niveles, problemas y líneas del análisis del discurso.

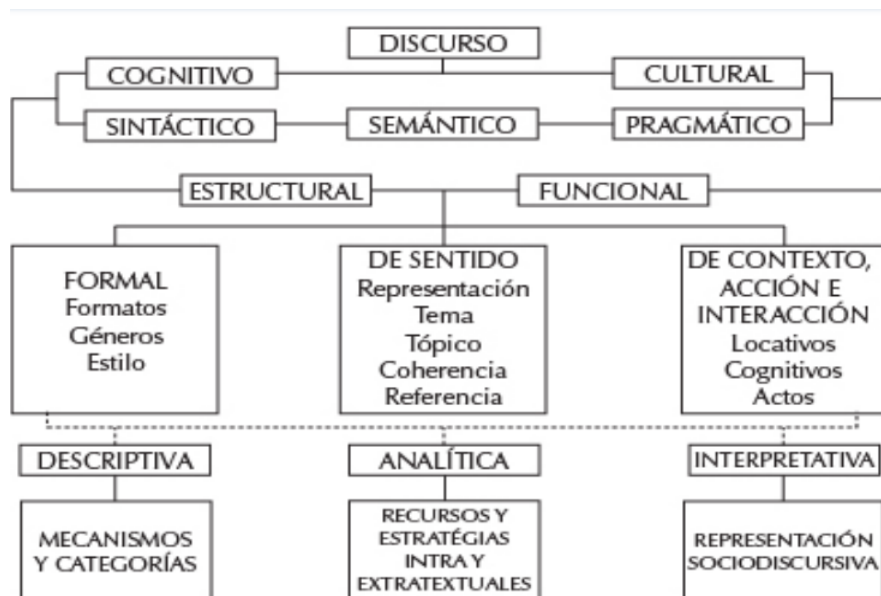


Figura 6. El cuadro señala los objeto, niveles, problemas y líneas del análisis del discurso. Tomado de *Cómo hacer análisis crítico del discurso: una perspectiva latinoamericana*. (p.45), por Pardo N. (2013). <https://url2.cl/fZi4z>

Una observación y sugerencia, al mismo tiempo, es la que nos hace López (2018):

El análisis de los argumentos verbales incluye varias instancias: identificar si se trata o no de un texto argumentativo, distinguir sus componentes, interpretarlo, reconstruirlo, clasificarlo y evaluarlo. Y si bien para el caso de los argumentos visuales podríamos seguir una secuencia similar, las instancias de interpretación y reconstrucción suponen la traducción al lenguaje verbal. (p.5)

Para el análisis del discurso es importante reflexionar sobre dos aristas del lenguaje:

Iconicidad y arbitrariedad, en tanto propiedades generales del lenguaje, desempeñan distintas funciones, y en tal sentido podrían ser adaptaciones específicas a distintos constreñimientos del lenguaje: mientras la iconicidad procura “vincular la forma lingüística con la experiencia humana”, la arbitrariedad procura satisfacer “la necesidad que la señal lingüística sea eficiente y discriminable”. (Scotto, 2019, p.31)

Mantener nuestra mirada en descifrar lo icónico y lo arbitrario dentro del discurso del objeto de estudio, esa es la primera consigna para su posterior análisis. Es decir, están muy ligadas y son imprescindibles.

En el análisis del lenguaje infantil las alusiones a la iconicidad suelen destacar la gran presencia de onomatopeyas, pero estas están más cerca del iconismo secundario que del primario. El papel de este iconismo primario en el desarrollo semiótico del niño debería buscarse en las posibles muestras de rasgos de sus producciones fónicas peculiares que parezcan obedecer a que aún no están comprometidos con la reproducción de los símbolos del lenguaje adulto sino con la invención de su propio sistema de representación, apoyado inicialmente en el reconocimiento de las cualidades acústicas percibidas, y en su repetición. (González, 2020, p.195-196).

Sin embargo, no todo es decodificar, también se trata de absorber. Claro es que nos vemos influenciados a diario por distintas maneras, una de ellos los medios masivos de comunicación, es así que Santiesteban (2011) indica los efectos del mensaje:

a) Efecto utilitario

Es el que se produce cuando el sujeto encuentra en la información que se le proporciona, los elementos necesarios para resolver necesidades y problemas cotidianos.

b) Efecto de prestigio

Surge como consecuencia de la percepción de la información que reafirma los objetivos y valores del grupo social al que pertenece realmente o se incorpora subjetivamente el receptor.

c) Efecto de consolidación

Se produce en el Perceptor y se apoya en posiciones que para él, resultan totalmente indiscutibles.

De esta forma los sujetos sienten apoyo en cualquier información que se sustente en verdades que para él tienen valor indiscutible o que le resulten posiciones morales aceptadas como incuestionablemente válidas.

d) Efecto emocional

El efecto emocional se produce en los sujetos cuando la información recibida le produce una alta carga emotiva, lo que a su vez, influye en la forma de ver el mundo circundante, de juzgar los acontecimientos, en su entorno y en su propia vida.

e) Efecto cognoscitivo

El sujeto siente la necesidad de conocer el mundo que lo rodea y estar informado en torno a los acontecimientos que lo circundan. Los medios pueden transmitir informaciones que proporcionen la satisfacción de saber, siempre que los contenidos del mensaje sean significativos y desconocidos por el sujeto.

f) Efecto estético

Se produce en la medida que el mensaje que se propone a través de los medios de difusión masiva puede proporcionar el goce estético en el individuo, bien sea por el propio contenido del mensaje como por la apariencia externa.

g) Efecto de placer

Conocido también como efecto de confort, es la satisfacción que se produce por el buen humor, por la descarga emocional. (p.51)

3.1 Estrategias discursivas

Este término lo podemos encontrar en todos los ámbitos, desde los militares hasta los religiosos. Contreras (2013) indica que “muchas veces se utiliza la palabra estrategia para hacer referencia a aquellas actitudes o acciones que están dirigidas a establecer una forma de pensar o de hacer las cosas” (p.158). En el desarrollo de las actividades diarias, la aplicación de estrategias demuestra la capacidad de las personas para cumplir sus objetivos y tomar iniciativas de acuerdo a estos. En la animación o producción audiovisual se refiere a la utilización de códigos visuales, sonoros y lingüísticos que buscan cumplir los objetivos comunicativos que se propone el enunciador con respecto al espectador.

Esto nos permitirá claramente ubicar el alcance del concepto de estrategia en relación con el de registro y el de género. En el caso del primero la estrategia aparece como una realización concreta de las opciones léxico-gramaticales y pragmático-discursivas. En el caso del segundo, la estrategia aparecerá como una recurrencia que permite precisar su caracterización como convención de uso que orienta la interpretación discursiva. (Menéndez, 2009, p. 1)

Dentro de la animación, las estrategias que se emplean son códigos visuales, sonoros y lingüísticos, con el objetivo de comunicar lo que el enunciador desea generar en el espectador. El concepto de estrategia abarca el análisis de un discurso desde su vocabulario y la clase léxica que representan, como de sus ideas o argumentos desarrollados e interpretados según un contexto, perspectiva o cultura del individuo.

3.2 Rasgos de las estrategias discursivas

Si las estrategias responden a diversos estímulos a través de los sentidos, entonces se debe comprender cuáles son los rasgos de estas estrategias, de modo que permitan reconocer cuánto se manipulan nuestros sentidos para cambiar las ideologías, comportamientos y otros aspectos humanos.

Sal y Maldonado (2014) representan a las estrategias de discurso como: “la materialización de la persuasión, ya que transmiten el sentido simulando partir de creencias compartidas, de nociones expuestas presuntamente como de orden natural y de premisas que concentran el sentir general de una comunidad” (p.87). Por lo tanto, indican los rasgos característicos de las estrategias discursivas, mismas que han recopilado de distintos autores:

- a) **Conciencia:** Son opciones elegidas por los enunciadores de manera reflexiva, aunque en algunas situaciones suelen convertirse en rutinas o esquemas de acción sistemáticos con escaso grado de planificación.
- b) **Intencionalidad:** Los enunciadores tienen control sobre el repertorio de recursos que poseen, de modo que seleccionan unos u otros voluntariamente para conseguir el efecto deseado, o recurren a determinados dispositivos lingüísticos de manera espontánea, guiados por las competencias genéricas adquiridas en el seno de una comunidad de referencia.
- c) **Eficacia:** Su utilización y discriminación están destinadas a asegurar y a incrementar la fuerza persuasiva del discurso.
- d) **Contexto:** Su efectividad está condicionada por las prácticas sociales y discursivas en las que se manifiestan. Es decir, dependen del entorno y pueden aprenderse y desarrollarse (competencia estratégica). (Sal y Maldonado, 2014, pp.87-88)

3.3 Campos de estudio y sus estrategias discursivas

3.3.1 Análisis del discurso

Estrategias discursivas

Prieto (1999) en su obra *El juego del discurso, Manual de análisis de estrategias discursivas*, indica los dos tipos de divisiones para las estrategias discursivas: según el ordenamiento de las partes del discurso y según la organización del enunciado, las mismas que se exponen en los siguientes apartados.

1. Según el ordenamiento de las partes del discurso

a. Estrategias de inicio:

- **La puesta en escena:** se hace una introducción para presentar a los personajes y el ambiente en el que se van a desenvolver, dándose una idea de cómo son, pero sin saber lo que va a suceder con ellos.
- **Corazón del asunto:** desde el inicio conocemos a los personajes y lo que va a suceder con ellos.

- **Personalización y despersonalización:** se muestra a uno o más personajes y podemos ver lo que sucede a través de ellos, o también se expresan ideas del discurso, pero no de los personajes.
- **Incógnita:** podemos ver personajes, detalles y algunos datos que no comprendemos, pero que nos exigen concentrarnos en el discurso para lograr su comprensión.

b. Estrategias de cierre:

- **Previsibles:** esta estrategia hace que el espectador adivine cuál será el final y, sin embargo, lo espere.
- **Imprevisibles:** esta genera expectativa, ya que no se sabe cómo va a finalizar el discurso, pero mantiene la atención. (pp.41-51)

2. Según la organización de los enunciados

- Universalización:** se emite un juicio que generaliza a todos los miembros de una comunidad, de acuerdo a sus características de sexo, etnia, nacionalidad u otros. Por ejemplo, “el hombre” o “todos”.
- Generalización:** de un determinado caso, se generan conclusiones aplicadas a casos similares. Por ejemplo, de una experiencia negativa con una esposa se puede concluir en que el matrimonio no es bueno.
- Tópicos:** existen lugares sociales que se identifican con temas como: el trabajo, la amistad, el amor, la belleza, entre otros, y son expresados mediante enunciados o frases conocidas. Por ejemplo, El parque de la juventud, debido a que los jóvenes suelen reunirse ahí.
- Personalización:** el discurso va dirigido hacia una persona y se emiten en segunda persona o refiriéndose a su nombre. Existe también la personalización por inclusión, en la cual el emisor tiene relación con el destinatario.
- Despersonalización:** se emite un juicio, a modo de ley universal, de forma impersonal y con el verbo “haber”. Por ejemplo, hay quienes ganan tanto dinero, pero no saben pagar sus deudas.
- Redundancia:** se emiten distintos temas, con diferentes enunciados, sin embargo, se pretende insistir en un mismo mensaje.
- Comparación:** se utiliza la palabra “como” para relacionar elementos de modo que señale las características de uno en el otro.
- Metáfora:** es una forma de comparar, pero aquí se indica al concepto original expresándose con otro concepto diferente.
- Sinécdoque:** se aluden a un detalle característico de algo o alguien. Por ejemplo, le faltaban manos para hacer los quehaceres.
- Hipérbole:** es una exageración verbal, en este caso visual; en la que se exagera al acumular adjetivos, al usar aumentativos o simplemente por agrandar un suceso.
- Sentido de oportunidad:** se utilizan palabras o frases que le cambian el sentido al discurso. Por ejemplo, usar un dicho popular o un sobrenombre para referirse a algo o alguien.
- Inferencia inmediata:** es una forma de generalizar, mediante pocos detalles o indicios, de modo que genera conclusiones mal infundadas. (pp.103-105)

3.3.2 Lingüística textual

Esta teoría se fundamenta en el estudio del lenguaje desde cómo se produce hasta cómo se descifra. La importancia de esta teoría radica en su relación entre lo cognoscitivo del lector o espectador y de la intención y difusión del emisor.

La Teoría o la Lingüística del Texto, tiene relación con distintas Ciencias Humanas como la Filosofía del Lenguaje, la Sociología Interpretativa, entre otras, por lo que asegura que está convirtiéndose en:

Un dominio multi e interdisciplinario, en el que se busca explicar cómo se produce la interacción social a través de este objeto multifacético que es el texto, fruto de un proceso extremadamente complejo de producción de lenguaje, que lleva en su cuerpo las marcas de este proceso y, por tanto, las pistas o claves para su desciframiento, en el juego de la producción de sentido. (Villaça, 1997, p.75)

Estrategia de construcción textual

Lerner (1984, como se citó en Frías 2002) ha demostrado cómo la forma de comprender un texto está determinada por la estructura cognoscitiva del lector y su conocimiento del mundo en general; y, respecto a la escritura, menciona factores importantes como: condiciones de producción, intención del productor, proceso de producción, producto interpretación que de éste hace quien ha escrito el texto. Así también lo indica Valero (2016):

En la escritura del diálogo cinematográfico, el guionista sabe muy bien que los diálogos se representan, no se leen y que su función, como se ha explicado, es complementaria, es decir, sirven para completar la información icónica. En definitiva, el código verbal puede resultar fundamental en la caracterización del personaje, es decir, en el grado de credibilidad que muestra al espectador. Veamos el análisis de las muestras atendiendo a los siguientes niveles: fonético-fonológico, léxico-se-mántico y morfosintáctico. (p.269)

En la comunicación humana, el lenguaje juega un papel importante: intercambiar significados, por ende, es necesario la construcción textual para expresar las ideas (Parra, 2004).

A decir de Baeza et al. (2019) la construcción discursiva multimodal crítica tiene tres componentes importantísimos para la observación y absorción del contenido audiovisual en los niños:

En primer lugar, la metafunción representacional permite la representación de participantes, eventos y circunstancias en el caso de imágenes narrativas; estas se diferencian de las imágenes conceptuales, las que pueden ser clasificatorias, analíticas o simbólicas. En segundo lugar, la metafunción interactiva muestra la relación entre imagen y observador, así como en la expresión de perspectivas ideológicas diversas. Finalmente, la metafunción composicional está vinculada con la disposición y el diseño visual. (p.34)

3.3.3 Teoría argumentativa

Los argumentos están ligados a un orden lógico, a los estamentos sociales y a la intención comunicativa. Esta teoría se menciona como:

Un campo de estudios inter y trans-disciplinario sobre la argumentación, más específicamente estudia e investiga los conceptos, modelos y criterios relacionados con la identificación, la construcción, el análisis y la evaluación de argumentos, asumiendo que un argumento es una unidad discursiva básica que puede encontrarse tanto en la actividad del argumentar. (Wenger, 2015, pp.210-211)

Del mismo modo, Wenger expone las perspectivas o estrategias empleadas en esta teoría, como se evidencia en la siguiente tabla.

Figura 7:

Resumen de las principales características de las tres perspectivas tradicionales que abordan el estudio de la argumentación.

PERSPECTIVA	FOCO CENTRAL	PARADIGMA	OBJETIVO	METÁFORAS RELATIVAS A LA ARGUMENTACIÓN
LÓGICA	[Productos= argumentos textuales]	Prueba racional o demostración	Determinación de validez o solidez según criterios lógicos o metodológicos.	Una construcción o edificio.
DIALÉCTICA	(Forma básica = premisas -nexo ilativo - conclusión)	Debate razonable	Actuaciones correctas/incorrectas de interacción y de confrontación entre roles argumentativos, mediante análisis pragmáticos y contextuales del proceder según reglas.	Combate normalizado por ciertas reglas.
RETÓRICA	Procesos de comunicación e influjo interpersonal	Discurso persuasivo	Recursos y estrategias eficaces para inducir creencias, disposiciones o acciones.	Representación de un caso en un escenario y ante un auditorio que hay que persuadir.

Figura 7. La tabla expone las características de las tres perspectivas tradicionales que encontramos en la Teoría Argumentativa. Tomado de *Teoría de la argumentación, retórica y hermenéutica: un "álbum familiar" a revisar* (p.212), por Wenger R. (2015). <https://url2.cl/KAI1d>

- **Estrategia lógica**

De acuerdo a lo enmarcado en la tabla, las estrategias lógicas apelan a la racionalidad y la demostración para producir un argumento válido que sea comprendido por la audiencia de acuerdo al propósito o finalidad del enunciante.

- **Estrategia dialéctica**

Respecto a lo expuesto en la figura 2, se puede señalar a la estrategia dialéctica como un procedimiento de interacción discursiva, y que tiene su validez en normas o reglas que pueden ser argumentadas y contra argumentadas.

- **Estrategia retórica**

Nuevamente, refiriéndonos a la tabla propuesta por Wenger, podemos indicar que la estrategia retórica emplea recursos disuasivos que buscan que la audiencia adopte ideologías o creencias emitidas por el enunciante.

3.3.4 Análisis crítico del discurso

Estrategias de persuasión y manipulación

Para estrategias de persuasión, se pueden considerar legítimas, es decir, que pueden ser utilizarlas de una forma sutil para conseguir sus objetivos, pero requieren recursos y mayor tiempo para obtener resultados, para van Dijk (2006), los grupos dominantes proveen información, educación, instrucción para influir en el conocimiento de los receptores y sus creencias, de modo que se cambia el comportamiento. “La manipulación no solo involucra poder, sino específicamente abuso del poder, es decir, dominación” lo que significa que “los manipuladores hacen que los otros creen y hagan cosas que son favorables para el manipulador y perjudiciales para el manipulado” (van Dijk (2006, p.50). Además, asegura que, dentro de la semiótica, la manipulación puede ser aplicada mediante la pintura, la fotografía, la animación, el cine y otros.

Con base en ello, van Dijk (2006) divide esta estrategia según el procesamiento del discurso:

MCP (Memoria de corto plazo): Utilizan operaciones fonéticas, fonológicas, morfológicas, sintácticas y léxicas, todas dirigidas hacia una comprensión eficiente.

MLP (Memoria de largo plazo): Apelan al conocimiento, las actitudes y las ideologías, pero también, a los recuerdos personales que definen la historia y las experiencias de nuestra vida. (párrs.26-28)

3.3.5 Lingüística cognitiva

Macroestrategias semánticas

A decir de Parodi (2011), comprender un texto requiere “procesar información” literal y relacional pero también implica la aplicación de macroestrategias, es decir, “que no tan solo le ayuden al lector a realizar procesos de lectura a nivel de palabras y oraciones, sino que

también lo conduzcan a elaborar las ideas principales y a conectarlas coherentemente”
(pp.157-158).

Por su lado, Croft y Cruse (2008) señalan, como parte de la Lingüística Cognitiva, a la estrategia de análisis de las relaciones de sentido en términos de conceptualización dinámica I: hiponimia y meronimia; y a estrategia de análisis de las relaciones de sentido en términos de conceptualización dinámica II: antonimia y complementariedad.

De acuerdo a los estudios recogidos por Campoy (2010), las mismas que concuerdan con las estrategias señaladas por Croft y Cruse, se indica las relaciones semánticas entre las palabras:

Hiponimia

(...) Las palabras que comparten un mismo hiperónimo se llaman hipónimos y son entre sí cohipónimos: así, coche, moto, bicicleta, camión, son cohipónimos entre sí e hipónimos respecto a vehículo que funciona como su hiperónimo. (...) La hiponimia es una implicación unilateral: un hipónimo supone su hiperónimo, pero no viceversa y los cohipónimos no se suponen entre sí y no son sinónimos los unos de los otros.

Sinonimia

La sinonimia se define como la relación existente entre dos o más unidades léxicas con distinto significante e igual significado. (...)

a) SINONIMIA CONCEPTUAL: Coinciden los semas denotativos, es la más habitual: morir, fallecer, fenecer...

b) SINONIMIA REFERENCIAL: Los términos remiten al mismo referente pero no “significan” lo mismo: estrella de la mañana, lucero de la mañana, lucero del alba.

c) SINONIMIA CONTEXTUAL: Conmutabilidad de dos términos en un contexto sin alterar el significado de la secuencia: Los garbanzos son pesados / indigestos.

d) SINONIMIA DE CONNOTACIÓN: Cuando dominan las connotaciones afectivas puede borrarse totalmente el contenido conceptual y ciertos términos son equivalentes: ¡Eres un bestia / salvaje / monstruo!

Polisemia

La polisemia consiste en la existencia de varios significados para un mismo significante, estos dependen del contexto en que se use. La mayoría de las unidades léxicas son polisémicas. Un ejemplo es el significante banco, que tiene distintos significados: “asiento para varias personas”, “conjunto de peces”, “conjunto de datos”, “institución financiera”.

Homonimia

La homonimia consiste en una coincidencia entre significantes puramente casual, por razones históricas (etimológicamente proceden de términos distintos). (...)

a) HOMÓGRAFOS: Se pronuncian y se escriben igual:

haya (árbol) / haya (subjuntivo de haber); haz (conjunto) / haz (imperativo de hacer).

b) HOMÓFONOS: Se pronuncian igual, pero se escriben diferentes:

haya / aya (niñera); vaya (subjuntivo de ir) / valla (cercado)

Antonimia

La antonimia se produce entre dos palabras de significados opuestos. (...)

Desde el punto de vista semántico, existen distintas clases de antonimia:

a) ANTONIMIA EN SENTIDO ESTRICTO: Oposición de significados que admiten gradación: alto / bajo, grande / pequeño. Existen términos intermedios: mediano...

b) COMPLEMENTARIEDAD: Opuestos donde no es posible la gradación ni los términos medios: presente / ausente, tónico / átono, vivo / muerto.

c) RECIPROCIDAD: Términos que se implican mutuamente: comprar / vender, padre / hijo, dar / recibir. (pp.2-4)

3.3.6 Semiótica discursiva

Relaciona los mensajes y discursos como partes significantes, con niveles que van desde lo explícito hasta lo implícito. Aquí podemos decir que esta relación depende de los diversos sistemas de cada campo de estudio como: el arte, el derecho, el deporte, el cine y otros.

Estrategias enunciativas

Figura 8:

Red discursiva

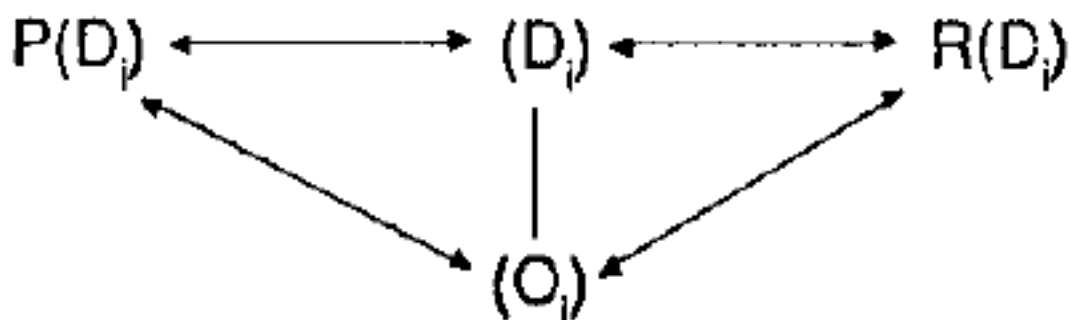


Figura 8. El esquema, a modo de red triádica, expone los elementos que se relacionan en el discurso. Tomado de *La Semiosis Social, fragmentos de una teoría de discursividad* (p.132), por E. Verón. (1993). <https://bit.ly/38FoUPz>

Verón (1993) señala la relación entre las variables:

$P(D_i)$ designa las condiciones discursivas de producción de (D_i) ; $R(D_i)$ las condiciones discursivas de reconocimiento de (D_i) ; (O_i) el objeto del discurso (D_i) . Como puede verse se trata de dos relaciones triádicas con dos puntos comunes, (D_i) y (O_i) . Para definir el conocimiento, un epistemólogo “binario” sólo retendrá la única relación de (D_i) con su objeto. (p.132)

Los objetos son sistemas de relaciones entre el producto significativo, en su causa y efecto. La relación entre discurso y objeto responde al efecto ideológico. Lo que la semiótica discursiva indica es la diversidad de tipos de análisis de discurso, desarrollando sus capas y analizando, incluso, aquello que parece claro u obvio.

CAPÍTULO III

4 Pj Masks: Héroe en Pijamas

4.1 Concepto

Esta serie infantil de televisión cuenta las aventuras de tres niños: Greg, Connor y Amaia, que durante la noche se convierten en Gecko, Catboy y Ululette para salvar el día.

Ellos se enfrentan a tres villanos: Romeo, Luna y Ninja Nocturno. Cada noche luchan contra un villano distinto y contra los miedos propios de la edad, por ejemplo, en uno de los capítulos podemos ver cómo Catboy debe superar su miedo al agua para lograr defenderse de Luna y luego evitar que siga desperdiciando el agua del estadio de la escuela. Cada capítulo que se encuentra en Netflix tiene una duración de 23 minutos y ahí se exploran dos episodios. Y cada temporada cuenta con 26 capítulos.

4.2 Historia

Basada en los libros ‘Les Pyjamasques’ del autor francés Romuald Racioppo. Producida por Frog Box, France Télévisions, Walt Disney Television y Entertainment One, bajo la dirección de Christian De Vita, Merle Ann Ridley, Wilson Dos Santos. En 2018 fue nominada en los Premios Annie a Mejor producción animada preescolar para TV.

Las voces de los héroes las realizan: Addison Holley (Amaya), Kyle Harrison Breitkopf (Greg), Jacob Ewaniuk (Connor). Las voces de los villanos son: Alex Thorne (Romeo), Brianna Daguanno (Luna) y Devan Cohen (Ninja Nocturno).

PJ MASKS: Héroes en Pijamas, es una serie estrenada en Disney Junior en Estados Unidos. Aquí prima el uso de colores oscuros, puesto que las aventuras suceden durante la noche, sin embargo, los colores brillantes, los efectos y los movimientos de cámara que utilizan los protagonistas hacen que el público no pierda el interés. El lenguaje que utilizan los niños es fluido, los personajes con superpoderes representan a las habilidades de un animal por cada niño, al salvar a la ciudad cometen errores que saben corregir entre ellos y se enfrentan a miedos que deben superar, además, un punto importante son los villanos, que, a pesar de vencerlos todo el tiempo, también los salvan de los miedos que impulsan su mal comportamiento. Estas acciones repetitivas, de salvar y aprender a superarse, sumado al

discurso que dan, representan un mensaje implícito que se puede reflejar en el comportamiento de los niños.

4.3 Audiencia

Su público son los niños en edad preescolar. De acuerdo a la Academia Americana de pediatría, los niños en edad preescolar de 3 a 5 años de edad, presentan ciertas características, las mismas que se detallan a continuación:

- Les encanta preguntar y prestar mucha atención a las respuestas cortas y directas.
- No pueden ver las situaciones desde dos perspectivas ni resolver problemas que requieran verse desde varios puntos de vista a la vez.
- Tienen una rutina diaria propia y buscan comprender la rutina de los demás.
- Asumen identidades diferentes y asignan cualidades y emociones de vida a los objetos inanimados.
- Tienen amigos imaginarios, sean estos niños o animales.
- Dependen menos de sus padres, una señal de que su sentido de identidad es más fuerte y más seguro.
- Comienzan a explorar muchos conceptos básicos aprendidos en su escuela.
- Descubren la alegría de adquirir conocimientos.
- Aprenden a distinguir entre la realidad y la fantasía, y podrán pasar de la realidad a la fantasía una y otra vez sin sentirse confundidos.
- Utilizan las armas de juguete de manera inocente y entretenida, es un acto de ser competitivos y aumentar su autoestima.

- Son sensibles a los sentimientos de otras personas, adultos y niños por igual, y disfrutan al hacer felices a las personas.
- Es posible que quieran saber de qué manera los cuerpos de los niños y las niñas son diferentes.
- La mayoría de las características relacionadas con el sexo en esta edad es más probable que se determinen por influencias culturales y familiares.
- Los niños perciben la aprobación y desaprobación según etiquetas sociales respecto a su sexo, por lo tanto, pueden ajustar su conducta a las mismas.
- Sus amigos no son únicamente compañeros de juego, también influyen de manera activa su pensamiento y conducta. (2015)

Con base en estas características, podemos señalar los estímulos de creatividad, conocimiento, personalidad, sociabilidad, adaptación y otros, a los cuales están expuestos los niños de edad preescolar, audiencia de varios programas o series infantiles, sobre todo, la que es objeto de estudio, Pj Masks: Héroe en Pijamas.

Relacionado a esta etapa, se comparte la visión de Ortega et al. (2018):

El usuario joven se convierte en un espectador-consumidor intensivo de medios, a los cuales utiliza de forma significativa en la construcción de su capital cultural y de su identidad. De esta manera, en el área de programación de la televisión infantil, se ha podido establecer cómo las actitudes, valores y comportamientos de los niños pueden ser influidos por la programación que ven, ya presente violencia o, por ejemplo, representaciones inadecuadas de diversos grupos. (p.76)

Por ello, una sugerencia adecuada al comportamiento y aprendizaje infantil que debemos seguir:

Es importante que nuestro público infantil encuentre dibujos más atrevidos en cuanto a técnica, con más énfasis en su forma de producción. Así educaremos su gusto estético y los convertiremos en mejores espectadores adultos. Series que no estén basadas en un personaje que sigue una continuidad lógica y lineal en la narración sino en distintas continuidades, lo ilógico e irracional, formas experimentales de colores, texturas que sugieran sentimientos e ideas, que fomente la musicalidad frente al diálogo. (Hidalgo y Pertíñez, 2005, p.8).

Esta serie se transmite por televisión por suscripción, mediante canales infantiles como Disney Junior, Disney Junior Channel. Y a través de Streaming, en Netflix y Disney Plus. En Latinoamérica, Pj Masks: Héroe en Pijamas arribó a través de Disney Junior el 26 de septiembre de 2016. Sin embargo, en España y Estados Unidos llegó antes. España pudo ver la serie desde el 11 de enero de 2016 y Estados Unidos, el 18 de septiembre de 2015.

4.4 Temporada de estudio

Para el presente proyecto de investigación, se analizarán las temporadas 1 y 2, tomando una muestra equilibrada de cada temporada. La primera temporada fue lanzada en septiembre de 2016 en Latinoamérica y finalizó el 14 de abril de 2017. Para analizar esta temporada se escogió tres episodios desde inicio, tres de la mitad y tres del final. Estos son los siguientes:

1. Culpa el tren Ululette / La crisis nebulosa de Catboy
2. Ululette y el Salto de Flash / Catboy y el Salto excavador.
3. Gecko y los Súper Ninjalinos / El problema de Ululette con el pterodáctilo.
4. El fiasco volador de Catboy / Los estornudos de Gecko.
5. Gecko y el problema lunar / La torpeza de Catboy.
6. El alborotado robot de Catboy y Gecko / La amiga emplumada de Ululette.
7. Catboy y el Domo lunar / Gecko y la roca del gran poder.
8. Gecko, el gigante / Vamos a volar Ululette.
9. ¡Espacio Catboy! / La Roca especial de Gecko.

La segunda temporada apareció en mayo de 2018 y finalizó en junio de 2019. Los episodios para analizar se los escogió desde inicio, mitad y final, tres de cada parte. Estos son los siguientes:

1. Esferas hipnóticas / Soccer ninjalino.
2. Lionel-saurio / El peluche de Catboy.
3. Los terribles dos / El problema lunar de Ululette.
4. La carrera por la montaña misteriosa / El prisionero de la montaña.
5. Los lobeznos / Lobosaurio.
6. Lobeznos de Pascua / Luna y los lobeznos.
7. El vuelo del ninja / La Romemontaña rusa.
8. Gecko y el rayo opuesto / Los héroes en pijamas vs. Los malos unidos.
9. Los villanos de Halloween (parte 1) Los villanos de Halloween (parte 2).

Los programas infantiles o series de tv para niños, suelen caracterizarse por la presencia de escenarios coloridos y gran iluminación, en su mayoría carecen de escenas que cuentan sucesos nocturnos. Por ejemplo, La princesita Sofía presenta historias en el día, incluye colorido y utilizando magia, lo que implica efectos visuales novedosos; Mickey Mouse, tiene colores llamativos como rojo, amarillo, azul, rosado y amarillo, lo que resalta durante el día; Bingo y Rolly utiliza tonos cálidos y recursos coloridos dentro de su casa, la iluminación es alta dentro de sus escenarios; y, Dora la exploradora, muestra colores fuertes, dando un estilo realista a sus escenarios, además, emplea colores brillantes o flechas que lleven la atención de los niños hacia las opciones a elegir.

Sin embargo, Pj Masks: Héroes en Pijamas cuenta historias que suceden en la noche, si bien, en la mañana, los niños encuentran el problema, es en la noche donde se desenvuelve todo: la planificación para salvar el día, las acciones de lucha contra los antagonistas y, finalmente, los objetivos cumplidos.

Sus escenarios son las calles y los parques, los cuales cuentan con pocas luminarias. Al ser un escenario nocturno, las personas no aparecen, ni cuando la lucha implica

estruendos, en algunas ocasiones se ve a otros niños de la escuela debido a que son raptados o utilizados por los villanos, sin embargo, las personas adultas aparecen en el corto tiempo del escenario diurno. A pesar de la oscuridad de la noche, esto resulta atractivo debido a los efectos de color que generan los automóviles y el uso de los superpoderes de los héroes y los villanos.

Existen características importantes de estos personajes. Gecko es el nombre de superhéroe de Greg, pero también es un lagarto, por lo tanto, Gecko utiliza un “super agarre” que le permite trepar. Connor se transforma en un gato, lo que le da agilidad, a la que él denomina “super velocidad” y estas características animales que adquiere explican el hecho de que Connor le tema al agua. Ululette es la única niña entre los héroes, ella utiliza lentes, quizá esto es lo que la convierte en un búho cada noche, debido a esto, ella cuenta con “visión nocturna” lo que le permite ver en sitios poco iluminados y a larga distancia.

En lo que respecta a los villanos, al ser niños, ellos representan los comportamientos negativos desencadenados por sus temores. Esto no hace de menos la inteligencia y habilidades que poseen. Por ejemplo, Romeo es similar a Jimmy Neutrón, construye robots, propone tecnología nueva y su vestimenta es la de un científico, siempre con bata y visores; Luna utiliza la luz que refleja la luna para crear sus poderes, su cabello es blanco como este satélite; y, Ninja nocturno, tiene un traje acorde a su nombre, sus colores son oscuros, entre morado y negro, pero tiene rayas fosforescentes que dan contorno a su cuerpo.

f. METODOLOGÍA

Esta investigación es de enfoque cualitativo con alcance explicativo, lo que permitirá el nacimiento de categorías de análisis que posibiliten el trabajo interpretativo. Este alcance consiste en observar, recabar y analizar la información, para explicar cómo se comporta este fenómeno, bajo qué parámetros trabaja y cuáles son sus objetivos con respecto al público al que está dirigido.

Con base en los apartados expuestos hasta ahora, se considera necesario abordar una metodología cuyas características aporten al análisis de los recursos semióticos como de discurso y nos ofrezcan resultados fehacientes respecto a los objetivos trazados.

Rodríguez et al. (2013, como se citó en Gértrudix, Rajas y Álvarez, 2017) indica que “el diseño metodológico se fundamenta en una aplicación adaptada de los procesos de investigación-acción” (p.185). Por lo tanto, el método a utilizar será la ficha de observación, mediante la cual se analizarán varios programas de las temporadas 1 y 2, respecto a su discurso lingüístico y audiovisual. Así mismo se aplicará: las estrategias discursivas del Análisis de Discurso, propuestas por Prieto; las estrategias de persuasión y de manipulación de la teoría del Análisis crítico del discurso propuestas de van Dijk; y, las Macroestrategias Semánticas de la teoría Lingüística Cognitiva propuestas por Campoy.

Las fases investigativas serán tres: exploratoria-descriptiva, analítica y sintética. La primera fase de la investigación será la exploratoria-descriptiva, que corresponde a la observación de elementos visuales y de texto. Se recogerán datos como: movimientos de cámara, escenografía, vestuario, íconos, símbolos y colores de las escenas más representativas de la serie, en sus dos temporadas. Así mismo se expondrá las características de los protagonistas, con su respectivo álter ego. Lo propio respecto al discurso, tomando

datos como: frases repetitivas, palabras propias de los personajes principales, léxico, y las temáticas y mensaje de los capítulos.

La segunda fase de la investigación será la analítica, en la que se desarrollarán los recursos propios de la metodología cualitativa, es decir, los datos recogidos serán analizados en función de los códigos semióticos, los códigos visuales y las estrategias discursivas.

La tercera fase de la investigación será la sintética, en la cual se relacionarán todos los factores -derivados del análisis semiótico y de discurso, integrándose. De modo que responda a los objetivos planteados en la investigación, respecto a los propósitos del estudio semiótico y el análisis discursivo.

Técnicas de investigación

Observación: Esta técnica deberá ser explotada al máximo, de ella depende que el análisis ofrezca resultados con credibilidad. Se tomará en cuenta a los personajes, su escenografía, movimientos de cámara, planos, colorimetría, íconos y símbolos, entre otros aspectos. Esta técnica se utilizará durante el estudio del fenómeno para recabar la información que será analizada posteriormente.

Ficha de observación: Se tabularán dos aspectos: el semiótico, donde se ubicará, de acuerdo a cada episodio, la escenografía, personajes, vestuario, atrezzo, colores, símbolos, íconos, planos y movimientos de cámara. Los mismos que se detallan según cuatro escenas: inicio, morfofisis, combate y solución; y, el aspecto discursivo, registrando de cada episodio: una síntesis, mensaje, frases frecuentes, léxico y frases de superpoderes. Con estos resultados se contabilizarán los datos en tres fases: sobre las palabras repetitivas, sobre la relación entre mensaje del episodio y sus palabras o frases repetitivas; y, sobre las frases de identificación de los personajes.

g. CRONOGRAMA

Tabla 1:

Cronograma de investigación

N.	DESCRIPCIÓN	TIEMPO PREVISTO	FECHA
01.	Presentación y aprobación del proyecto	1 semana	Octubre del 12 al 18
02.	Pedir pertinencia	8 días laborables	Octubre del 19 al 28
03.	Desarrollo de trabajo de campo y recolección de datos	4 semanas	Octubre del 29 al 31 Noviembre del 01 al 26
04.	Tabulación de datos dentro de las fichas de observación	1 semana	Noviembre del 26 al 30 Diciembre del 01 al 05
05.	Análisis de elementos de las fichas de observación	3 semanas	Diciembre del 04 al 25
06.	Conclusiones y recomendaciones	1 semana	Diciembre del 26 al 31
07.	Entrega y aprobación de la propuesta de análisis	1 semana	Enero del 01 al 08
08.	Observaciones y correcciones	1 semana	Enero del 09 al 16
09.	Presentación y aprobación de tesis	1 semana	Enero del 17 al 24
10.	Trámites de disertación y disertación privada	1 semana	Marzo del 15 al 22
11.	Trámites de disertación y disertación pública	1 semana	Marzo del 23 al 30

Tabla 1. La tabla muestra el cronograma programado para cumplir los objetivos de la investigación. Fuente: Autor.

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RECURSOS MATERIALES

- Internet
- Impresora
- Cuenta de Netflix o Disney
- Computadora
- Hojas A4

Tabla 2:

Recursos materiales de la investigación

RECURSOS MATERIALES					
Detalle	Cantidad	Tiempo	Valor unitario USD	Valor Total USD	Fuente de financiamiento
Internet	1 plan	6 meses	22.00	132.00	AUTOR
Impresora	1 unidad	6 meses	250	250.00	
Cuenta de Netflix o Disney	1 plan	3 meses	10.00	30.00	
Computadora	1 unidad	6 meses	750.00	750.00	
Hojas A4	2 resmas		4.50	9.00	
TOTAL				1171.00	

Tabla 2. La tabla muestra los recursos materiales que se emplearán para la realización de la investigación. Fuente: Autor.

RECURSOS HUMANOS

Investigador: Autor

FINANCIAMIENTO

Los gastos que se generen durante el trabajo de tesis serán cubiertos por su autor.

i. BIBLIOGRAFÍA

Actualidad [página de La Razón]. (18 de marzo de 2017). La Razón. España. Consultado el 03 de julio de 2020. <https://url2.cl/UT3qy>

Academia Americana de Pediatría. (2015). *Crecimiento y desarrollo en la edad preescolar*. Healthycildren.org. <https://url2.cl/t9UKB>

Babin, P. (1972). *Lo audiovisual y la fe*. Madrid. Marova.

Baeza, D. P. y Aranda G. I. (2019). Construcción discursiva multimodal crítica de la noción de educación inclusiva en un documento de política pública del Ministerio de Educación de Chile. (2019). *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, Vol 19(2), 27-49. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7300293>

Castro, K. y Sánchez, J. (1999). *Dibujos animados y animación: Historia y compilación de técnicas de producción*. Quito. CIESPAL.

Contreras, R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planificación estratégica. Barranquilla. *Revista Pensamiento y Gestión*. Vol 35.

Correa, J. (2012). *Semiótica*. Lima. Red Tercer Milenio.

Costa, J. (2017). Sobre esquemática, pensamiento visual e infografía. *Revista Aportes de la Comunicación y la Cultura* N.22. Barcelona.

Croft, W. y Cruse, A. (2008). *Cognitive Linguistics*. (A. Benítez. trad.). Madrid. AKAL. (Original publicado en 2004).

Curso de lingüística general. (1994). Buenos Aires. Planeta; Paidós.

Darley, A. (2002). *Cultura visual digital: espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós Ibérica.

Dirección General de Universidades de la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía. (2015). *II Encuentro mil formas de hacer y pensar: Artes y Educación*. (Proyecto Atalaya). Oficina de la Universidad Pablo de Olavide.
<http://hdl.handle.net/10433/5160>

Diccionario de Términos Claves de ELE (2008). En *Centro Virtual Cervantes*. Consultado el 18 de julio de 2020. <https://url2.cl/z9I4g>

Eco, U. (1968). *La struttura assente*. (F. Serra. trad.). Barranquilla. Lumen.

Espanhol EAD. (2015, 14 de septiembre). *Semiótica para principiantes* [video].
<https://url2.cl/GfduD>

Fielbaum, A y González, C. (2009). Para un análisis crítico del discurso de los dibujos animados. Propuestas metodológicas. *Instituto de Sociología de la Pontificia Universidad Católica*.

Frías, M. (2002). *Procesos creativos para la construcción de textos: Interpretación y composición*. Colombia. Magisterio.

Gálvez, E. (2014). Cinco cosas que aprendí sin querer: testimonio de un productor de audiovisuales. *Guatemala. Revista Cultura de Guatemala*.

García Pérez, J. (2019). Reseña de Reyes, Graciela (2018): *Palabras en contexto. Pragmática y otras teorías del significado*. *Pragmalingüística*, (27), 414-419. Recuperado a partir de <https://revistas.uca.es/index.php/pragma/article/view/4985>

- Gértrudix, M., Rajas M. y Álvarez S. (2017). Metodología de producción para el desarrollo de contenidos audiovisuales y multimedia para MOOC. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, Vol. 20. Guatemala.
- Gómez J. (1996). Psicología, cine y educación. *Revista Comunicar Vol. 7*. Huelva.
- González Pereira, M. (2020). Semiosis icónica en el desarrollo del lenguaje infantil. *Pragmalingüística*, (2), 179-198.
<https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2020.iextra2.11>
- Hidalgo, M. y Pertíñez, J. (2005). La calidad en los dibujos animados en televisión. *Revista Comunicar*. (25). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=158/15825124>
- Karam, T. (2006). Introducción a la semiótica de la imagen.
PORTALCOMUNICACIÓN.COM. <https://n9.cl/l3o4b>
- Klimovsky, P. (2012). La producción audiovisual: entre el “arte y la industria”. ¿Qué podemos enseñar cuando enseñamos a realizar? *TOMA UNO*, (1), 223–230.
Recuperado a partir de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/toma1/article/view/8582>
- López, A., y Arca, C. (2018). La reconstrucción al lenguaje verbal de las metáforas visuales y otras imágenes argumentativas. *Plurentes. Artes y Letras*, (8). Recuperado a partir de <https://revistas.unlp.edu.ar/PLR/article/view/3892>
- MAD. (17 de marzo de 2018). *Home* [página de Filmaffinity Ecuador]. Filmaffinity Ecuador.
Consultado el 03 de julio de 2020. <https://url2.cl/bkPmw>
- Mar Pons. (s.f). *Home* [página de Contraste, la guía del espectador crítico]. Contraste.
Consultado el 03 de julio de 2020. <https://url2.cl/1hREI>

- Marín, J. (2007). Cine de Dibujos Animados, (Las Reglas del Género). *Comunidad Virtual Ilustrados*. <https://url2.cl/HehHq>
- Martín, M. (2005). *Representación en el cine de animación: reflexiones en torno al concepto de mimesis*. Castellón de la Plana. Universitat Jaume I.
- Martínez, E. y Peralta, I. (1996). La educación para el consumo crítico de la televisión en la familia. *Revista Comunicar Vol. 7*. Huelva.
- Martínez, J. (2017, 08 de junio). Semiótica para principiantes [video]. <https://url2.cl/MVhUe>
- Menéndez, S. (2009). Estrategias, registros y géneros discursivos: de la realización a la recurrencia. *Actas del IV Coloquio de investigadores en estudios del discurso*. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.
- Montecé, B. N. (2020). *Análisis semiótico visual de la película "Avengers: End Game" y su influencia en la construcción de personalidad en los estudiantes de 20 a 24 años de la Universidad de Guayaquil (tesis de pregrado)*. Universidad de Guayaquil, Guayas, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49429>
- Nota.* Adaptado de *Capítulo 3. Los códigos lógicos. Pierre Guiraud* [Mapa conceptual], por Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2018, StuDocu (<https://url2.cl/iSXSX>).
- Nota.* Adaptado de *Capítulo 4. Los códigos estéticos. Pierre Guiraud* [Mapa conceptual], por Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2018, StuDocu (<https://url2.cl/uhk57>).
- Nota.* Adaptado de *Capítulo 5. Los códigos sociales. Pierre Guiraud* [Mapa conceptual], por Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2018, StuDocu (<https://url2.cl/CYigS>).
- Nota.* Adaptado de *La pirámide del aprendizaje* [Imagen], Cody Blair, (s.f), Pinterest (<https://url2.cl/BUfTh>).

- Nota. Adaptado de Objeto, niveles, problemas y líneas del análisis del discurso [Mapa conceptual], por N Pardo, 2013, (<https://url2.cl/fZi4z>).
- Nota. Adaptado de *Propuesta teórica informacional de Joan Costa*. Joan Costa [Esquema], 2016, (<https://url2.cl/SINZY>).
- Nota. Adaptado de *Red Triádica*. Eliseo Verán [Esquema], 1993, (<https://url2.cl/IZnst>).
- Nota. Adaptado de *Resumen de las principales características de las tres perspectivas tradicionales que abordan el estudio de la argumentación* [Tabla], de R. Wenger, (<https://url2.cl/KAI1d>).
- Ortega, F., Jiménez, A., y Lavín, J. (2018): “Industrias culturales y composición de los personajes en las series de animación infantil emitidas en España”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 74 a 88. Doi: 10.4185/RLCS-2018-1246
- Ortiz, M. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. RUA, Universidad de Alicante. Recuperado de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/73827>
- Pardo N. (2013). *Cómo hacer análisis crítico del discurso: una perspectiva latinoamericana*. OPR-Digital. Bogotá. Universidad Nacional de Colombia.
- Parra, M. (2004). *Cómo se produce el texto escrito. Teoría y práctica*. Bogotá. Delfín. (
- Porto L. (2014). *Proceso de socialización y cine de animación de Disney y Pixar: estudio del tratamiento y la recepción de los conflictos emocionales en la audiencia de 5 a 11 años*. [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid].
<https://url2.cl/r5aZV>
- Prieto D. (1999). *El juego del discurso, Manual de análisis de estrategias discursivas*. Lumen Humanitas. Recuperado de

http://www.catedranaranja.com.ar/taller5/notas_T5/prieto_castillo_El%20juego_del_discurso.pdf

Proust, V. (2018). Ironía y descortesía en los debates radiales en Chile: estrategias discursivas para ganar prestigio. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 18(2), 93-109. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6747448>

Quijada, M. A. (1986). *La Televisión: análisis y práctica de la producción de programas*. México. Trillas.

Rajadell, N., Pujol, M. y Violant, V. (2005). Los dibujos animados como recurso de transmisión de los valores educativos y culturales. *Revista Comunicar*, Vol. 25. Barcelona.

Real Academia Española. (2020). En *Diccionario de la real academia de la lengua española*. Consultado el 17 de julio de 2020. <https://url2.cl/X84Tg>

Sal, J. y Maldonado, S. (2009). *Estrategias discursivas: un abordaje terminológico*. Repositorio Institucional CONICET Digital. <https://url2.cl/nrZn4>

Sal, J. y Maldonado, S. (2014). Comunidad, género, competencia y estrategia: Ejes de una didáctica del análisis del discurso. *Revista Lenguas Modernas*. Núm 43.

Santiesteban, M. (2011). *El código de lo permitido en los soportes audiovisuales tradicionales y las nuevas tecnologías digitales de la comunicación*. Recuperado de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011d/1022/index.htm>

Sánchez J. (2016, 28 de abril). Por qué los niños ven la misma película una y otra vez. *Revista GC*. <https://bit.ly/3fObx0H>

- Sánchez, L. I. (2015). *Veó Veó ¿qué ven? Uso y abuso de los dibujos animados*. Madrid, España: Fundación Inquietarte.
- Scotto, C. (2019). *El lenguaje verbal también es icónico: correspondencias transmodales y simbolismo sonoro*. UAI Editorial. Editorial Teseo. Recuperado a partir de https://www.researchgate.net/publication/333114246_El_lenguaje_verbal_tambien_es_ico_nico_correspondencias_transmodales_y_simbolismo_sonoro
- Serra, J. (1970) *Cine formativo*. Barcelona. Nova Terra.
- Valdez, A., Huerta, D. A., y Díaz, S. (2012). *El color como parte de la estrategia de persuasión política: El caso de los XVI Juegos Panamericanos, Guadalajara 2011*. *Contratexto*, (020), 29-51. <https://doi.org/10.26439/contratexto2012.n020.171>
- Valdivieso, C. (2014). *Análisis de los dibujos animados emitidos en televisión: personajes, estilos y mensajes*. [tesis de doctorado, Universidad de Granada]. Repositorio Institucional Digibug. <http://hdl.handle.net/10481/34001>
- Van Dijk, T. (2006). *Discurso y manipulación: Discusión teórica y algunas aplicaciones*. (M. Peronard. trad.). Barcelona. Revista Signos.
- Verón, E. (1993). *La Semiosis Social, fragmentos de una teoría de discursividad*. Barcelona. Gedisa.
- Villaça I. (1997). Lingüística textual: retrospecto e perspectivas. *Revista de Lingüística Alfa*. Sao Paulo.
- Wenger, R. (2015). Teoría de la argumentación, retórica y hermenéutica: un “álbum familiar” a revisar. *Revista Advocatus*. Barranquilla.
- Zecchetto V. (2002). *La danza de los signos*. Quito. Ediciones Abya-Yala.

OTROS ANEXOS

FICHA DE OBSERVACIÓN SEMIÓTICA

FICHA N.1

TEMPORADA 1- EPISODIO 1

Primera Parte: Nombre

Duración:

	ESCENA 1	ESCENA 2	ESCENA 3	ESCENA 4
--	-------------	-------------	-------------	-------------

Escenografía

Personaje

Vestuario

Atrezo Catboy: utiliza
 Gekko
 Ululette:

Colores Escenario:
 Personajes:

Símbolos

Íconos

Planos

Movimientos
de cámara

FICHA N.2

TEMPORADA 1- EPISODIO 1

Segunda Parte: Nombre

Duración:

	ESCENA 1	ESCENA 2	ESCENA 3	ESCENA 4
--	-------------	-------------	-------------	-------------

Escenografía

Personaje

Vestuario

Atrezo Catboy: utiliza
 Gekko
 Ululette:

Colores Escenario:
 Personajes:

Símbolos

Íconos

Planos

Movimientos
de cámara

FICHA DE OBSERVACIÓN DISCURSIVA

FICHA N.1

TEMPORADA 1- EPISODIO 1

Primera Parte: Nombre

Duración:

SÍNTESIS	MENSAJE DEL EPISODIO	FRASES FRECUENTES	LÉXICO	FRASES DE SUPERPODER
-----------------	-----------------------------	--------------------------	---------------	-----------------------------

FICHA N.2

TEMPORADA 1- EPISODIO 1

Segunda Parte: Nombre

Duración:

SÍNTESIS	MENSAJE DEL EPISODIO	FRASES FRECUENTES	LÉXICO	FRASES DE SUPERPODER
-----------------	-----------------------------	--------------------------	---------------	-----------------------------

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO	vii
MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS	viii
ESQUEMA DE TESIS	ix
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
ABSTRACT	3
c. INTRODUCCIÓN	4
d. REVISIÓN DE LA LITERATURA	7
e. MATERIALES Y MÉTODOS	37
f. RESULTADOS	40
g. DISCUSIÓN	125
h. CONCLUSIONES	132
i. RECOMENDACIONES	134
PROPUESTA ALTERNATIVA	135
j. BIBLIOGRAFÍA	164

k. ANEXOS.....	165
PROYECTO DE TESIS	165
PORTADA.....	165
a. TEMA.....	166
b. PROBLEMÁTICA	167
c. JUSTIFICACIÓN.....	171
d. OBJETIVOS	172
e. MARCO TEÓRICO	173
f. METODOLOGÍA.....	206
g. CRONOGRAMA.....	208
h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO	209
i. BIBLIOGRAFÍA	210
OTROS ANEXOS	217
ÍNDICE.....	219