

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS



TRABAJO DE FIN DE GRADO

El rol de las series de ficción en la posible normalización de hábitos nocivos (casos *Shameless*, *Skins* y *Kingdom*)

Realizado por:
Julián Garrido Enríquez

Tutora:
María del Mar Rubio Hernández

Este trabajo está dedicado a todas aquellas personas que me han ayudado a ordenar mis ideas, consiguiendo así que tantas horas viendo series en un sofá sirvieran para algo más que pasar el rato.

A Marisa y a mi padre, por ayudarme a salvar el culo en el último minuto.

RESUMEN

En el panorama actual audiovisual, donde el cine se ha visto desplazado por el progresivo auge de las series de ficción que han alcanzado un boom mediático gracias a los productos desarrollados por productoras como la *HBO* o *Showtime*, es interesante estudiar el rol que adoptan estas series en la vida de los espectadores.

Este rol resulta importante debido al papel como agente socializador secundario que adopta para las generaciones más jóvenes y actuales. Especialmente, el contenido de estas series de ficción cada vez más innovador, arriesgado y sin censura que representa ciertas conductas, hábitos y comportamientos que pueden considerarse nocivos o insalubres —como pueden ser el consumo de tabaco, alcohol y otras drogas. La posible normalización de estos hábitos nocivos y su relación con el papel que las series de ficción tienen en este proceso es el principal interés a lo largo de este Trabajo de Fin de Grado.

Esta investigación pretende llegar a conocer los valores que han sido tradicionalmente atribuidos a estos hábitos de consumo dentro de la narrativa audiovisual, y las resemantizaciones producidas en las actuales series de ficción, dentro de la nueva era dorada de las series, centrando la atención en los casos concretos de *Shameless (US)*, *Kingdom* y *Skins (UK)*. Es por esto que conocer la percepción que tiene el público objetivo de estas series y su opinión general sobre la representación de estos comportamientos es un paso necesario que podría dar fruto a futuras investigaciones relacionadas con el tema.

Para ello, se usará una metodología esencialmente cualitativa que creará un binomio de revisión bibliográfica, para recopilar información y estudios previos relacionados que nos permitirán crear un marco teórico sobre el que trabajar, y *focus group*, centrado en aproximarse a las opiniones, percepciones y actitudes por parte de los espectadores. Se crea así una investigación alejada de los resultados causa-efecto y más centrada en las implicaciones intangibles de los resultados obtenidos.

En definitiva, las conclusiones de este Trabajo de Fin de Grado indican que las series de ficción producidas actualmente se perciben con alto contenido de comportamientos nocivos como son el consumo de tabaco, alcohol y otras drogas. Además, el rol de las series de ficción en la normalización de estos hábitos de consumo está estrechamente relacionada con la función prescriptora de los personajes de ficción y con el poder de seducción general de los contenidos desarrollados. El éxito de estas producciones y su continua demanda convierte este modelo en la nueva tendencia predominante frente a la cuál son los espectadores los encargados de diferenciar entre lo ficticio y lo real del contenido narrativo y tienen la responsabilidad de cómo deciden usar los conocimientos y valores extraídos de estas series de ficción.

Palabras clave: series de ficción, series americanas, hábitos nocivos, valores culturales, tabaco, alcohol, drogas, *Shameless (US)*, *Kingdom*, *Skins (UK)*, *focus group*.

ABSTRACT

In the current audiovisual scene, where cinema has been displaced by the progressive rise of fiction series that has reached a media boom thanks to products developed by producers such as *HBO* or *Showtime*, is interesting to study the role that these series endorse in the life of the spectators.

This role is important because of the performance as a secondary socializing agent that it adopts for younger and current generations. Especially, the content of these fictional series increasingly innovative, risky and uncensored that represents certain behaviors, habits and behaviors that can be considered harmful or unhealthy —as can be the use of tobacco, alcohol and other drugs. The possible normalization of these harmful habits and their relationship with the role that fiction series have in this process is the main interest throughout this Final Degree Project.

This research aims to get to know the values that have traditionally been attributed to these consumption habits within the audiovisual narrative, and the resemantizations produced in the current fictions series, within the new golden age of the series, focusing the attention on the cases of *Shameless (US)*, *Kingdom*, and *Skins (UK)*. This is why knowing the perception that the target audience has of these series and their general opinion on the representation of these behaviors is a necessary step that could bear fruit to future research related to the topic.

For this, an essentially qualitative methodology will be used to create a binomial of bibliographic revision, to gather information and previous related studies that will allow us to create a theoretical framework to work with, and focus group, set on approaching the opinions, perceptions and attitudes of the spectator. This creates an investigation that moves away from the cause-effect results and it is more focus on the intangible implications of the results obtained.

In short, the conclusions of this Final Degree Project indicate that fictions series produced nowadays have a higher perceived content of harmful behaviors such as the consumption of tobacco, alcohol and other drugs. In addition, the role of fiction series in the normalization of these consumption habits is closely related to the prescriptive function of the fictional characters and to the power of seduction of the developed narratives. The success of these productions and their continuous demand makes this model the new predominant tendency, in which the spectators are responsible of differentiating between the fictional and the real narrative content and have the responsibility of how they decide to use the knowledge and values extracted from these fiction series.

Key-words: fiction series, American series, harmful habits, cultural values, tobacco, alcohol, drugs, *Shameless (US)*, *Kingdom*, *Skins (UK)*, focus group.

ÍNDICE

1. Introducción	6
1.1. Objetivos.....	6
1.2. Hipótesis	6
1.3. Metodología.....	7
2. Marco teórico.....	10
2.1. Panorama actual de las series de ficción.....	10
2.2. El papel de las series de ficción como creadoras de significados culturales... 13	
2.2.1. La importancia del contenido a la hora de crear significados.....	16
2.2.2. Tipología básica del espectador audiovisual	17
2.2.3. El <i>target</i> como elemento clave en el proceso de significación cultural de las series	18
2.3. Valores atribuidos a hábitos nocivos por la narrativa audiovisual de ficción.... 19	
2.3.1. El tabaco	20
2.3.2. El alcohol	21
2.3.3. Otras drogas	23
2.4. ¿Entretener o educar? Implicaciones éticas y educativas del contenido en las series de ficción	24
2.5. Valores asociados a los hábitos nocivos y su reflejo en la publicidad actual	28
2.6. Restricciones legales en la publicidad de hábitos nocivos (tabaco, alcohol y otras drogas)	31
3. Análisis práctico.	35
3.1. Secuencia de los temas	38
3.2. Análisis de los datos obtenidos según lo recogido en el marco teórico	46
4. Conclusiones finales	49
Referencias.....	52
Anexos.....	55
Anexo 1	55
Anexo 2.....	57
Anexo 3.....	77

1. Introducción.

El tema principal de este TFG surge a partir del auge de las nuevas series de ficción tanto en plataformas televisivas como en nuevas plataformas digitales (*Netflix, HBO, etc*), y el creciente número de jóvenes con hábitos poco saludables como son el consumo de alcohol, tabaco y drogas.

El estudio de estas series y de los distintos hábitos insalubres no buscan establecer una correlación directa, ya que no se cuenta con suficientes recursos económicos y académicos para abarcarlos de forma correcta, sino un primer acercamiento académico al ámbito de las series de ficción como nueva forma de exponer ciertos temas o hábitos bajo un paraguas menos regulado legalmente que en los formatos publicitarios convencionales. De la misma manera, comprender las razones en el proceso de creación del contenido narrativo audiovisual y ver las implicaciones que tienen en el espectador, considerado como público objetivo de las series de ficción.

La temática de este Trabajo de Fin de Grado y la relación con la carrera de Publicidad y Relaciones Públicas viene justificada por una motivación personal y educativa por complementar e investigar ciertos elementos de la creación de contenido, la adecuación a un público objetivo, las implicaciones del discurso en el espectador, etcétera. Asignaturas como “Análisis del Discurso Publicitario”, “Publicidad, Cultura y Generación de Contenidos”, “Sociología y Estructura Social”, o “Redacción Publicitaria” suponen una primera base teórica para la revisión y el acercamiento a una bibliografía más compleja y profunda en temas de narrativa audiovisual, estudios de percepción en el espectador, y las diferentes implicaciones del contenido narrativo con otros aspectos de carácter más psicológico.

Una de las ideas es observar cómo el contenido y la relevancia de los hechos narrativos en las series de ficción, especialmente conectados con hábitos nocivos, se perciben por parte del receptor. Además, la tendencia dominante parecer ser la existencia de un alto contenido de comportamientos nocivos dentro de las series de ficción actuales, por lo que se podrán exponer casos concretos que desarrollen las ideas teóricas.

1.1. Objetivos.

Desde una visión más abstracta, el objetivo se basa en demostrar o refutar la validez de la hipótesis principal, a la par que arrojar luz sobre las hipótesis secundarias y poder llegar a estudiar su validez. De forma más concreta, este objetivo principal se traslada a la descripción del tratamiento que se le da a los hábitos nocivos según cómo son representados en las series de ficción seleccionadas.

Por otro lado, investigar sobre el punto de vista del receptor en cuanto al tema principal de este trabajo y que estas investigaciones nos lleven a conclusiones útiles que aporten nuevas ideas y futuras líneas de investigación. Es decir, determinar en un primer acercamiento si existe la percepción, por parte del receptor, de que estas series tienen alguna implicación a la hora de iniciar o llevar a cabo ciertos hábitos nocivos.

1.2. Hipótesis.

La hipótesis principal de este trabajo es la existencia de un alto contenido de comportamientos o hábitos nocivos en las series actuales de ficción, tomando como referencia y ejemplos prácticos las primeras temporadas de las series *Shameless (US)*, *Kingdom* y *Skins (UK)*.

A partir de esta hipótesis, surgen otras ideas secundarias que pueden tener gran valor para futuras investigaciones:

- Si la hipótesis queda validada, ¿a qué puede deberse la reiteración de contenidos que incluyen el consumo de sustancias y/o comportamientos nocivos?
- ¿Son los comportamientos nocivos usados como iniciadores o respuestas ante sucesos traumáticos en la narrativa de ficción?
- ¿Son necesarios los hábitos nocivos mostrados en la construcción del personaje y/o la narrativa?

1.3. Metodología.

La metodología empleada en este Trabajo de Fin de Grado se divide en dos partes: primero, una revisión bibliográfica que se concentrará en la recopilación y el análisis de toda la información posible sobre el objeto de estudio — principalmente sustentada por artículos académicos, estudios y otros Trabajos de Fin de Grado de distintos campos que resultan especialmente útiles debido a la hibridación de temas alrededor de la hipótesis y preguntas de investigación seleccionadas—; y segundo, la realización de un *focus group* que complemente la revisión bibliográfica para acercarnos de una manera cualitativa a unos resultados y conclusiones aproximadas a las opiniones, percepciones y actitudes por parte del público objetivo.

Por lo tanto, en el presente trabajo, la metodología es esencialmente de carácter cualitativo. Esto contrasta con la mayoría de investigaciones de temas similares se centran en estudios cuantitativos que resultan en conclusiones de causa-efecto y no se centran en estudiar las posibles implicaciones de los resultados. Por esto, la complementariedad entre revisión bibliográfica y *focus group* resulta acertada.

Las tres series seleccionadas para su estudio y referencia tanto dentro de la revisión bibliográfica como en el caso del análisis práctico son *Shameless (US)*, *Kingdom* y *Skins (UK)*, todas pertenecientes a la nueva corriente de ficción americana (producidas por algunos de los nuevos gigantes audiovisuales como *Showtime*). Estos ejemplos tienen a priori una relación con el consumo de tabaco, alcohol y otros tipos de drogas en el desarrollo de su trama, ya que la aparición de estos comportamientos se percibe reiterativamente como ya ocurre en una gran mayoría de las series de ficción, sobre todo aquellas con una temática algo dramática.

A continuación, se expondrá de forma aclaratoria una sinopsis de los productos de ficción seleccionados en caso de que el lector no conozca de forma previa las series bajo estudio:

- *Shameless (US)*¹: Una familia con un padre alcohólico sufre a diario para llegar a fin de mes y lidiar con su problemática rutina. Fiona, la hija mayor, hace el papel de madre coraje a la vez que combate con su desastrosa vida amorosa. El resto de los hermanos tratan de crecer y buscar su camino en los suburbios de Chicago, metiéndose de lleno en situaciones surrealistas que afrontan con humor y de forma desvergonzada.
- *Kingdom*²: Un famoso ex-luchador de MMA trata de sacar su gimnasio de la quiebra a la vez que retoma lazos con sus dos hijos, Nate y Jay. Nate sufre por complacer a su padre, y padece porque guarda un gran secreto. Por otro lado, Jay lucha con sus propios demonios sin dejar de pensar en su madre y su fallida carrera como luchador. Las dinámicas que se generan alrededor de los personajes resultan en relaciones viscerales y complicadas.

¹ https://www.imdb.com/title/tt1586680/plotsummary?ref_=tt_stry_pl

² https://www.imdb.com/title/tt3673794/plotsummary?ref_=tt_stry_pl

- *Skins (UK)*³: Un grupo de adolescentes británicos buscan la manera de encontrarse a sí mismos mediante sus relaciones, sus tanteos con las fiestas y las drogas, y su educación. Se desarrolla en la historia un continuo proceso de caos, auto-descubrimiento y dudas.

Principalmente, se pretende enlazar cada serie a un comportamiento concreto debido a su alto contenido de este mismo. Por ejemplo, los binomios más probables serán *Shameless*-Tabaco, *Kingdom*-Alcohol, y *Skins*-Drogas. Ahora, desde un punto de vista más amplio, se estudiará y ampliará información a cómo en la narrativa de series de ficción se dotan de ciertos valores a otros comportamientos como un discurso ya generalizado.

En recapitulación, para la construcción del corpus, se tendrán en cuenta las series de ficción *Shameless (US)*, *Kingdom* y *Skins (UK)*, que se relacionan directamente con ciertos hábitos nocivos como son el consumo de tabaco, alcohol y drogas. El motivo de selección de estos títulos vienen dado por su éxito y repercusión tanto con la crítica como con el público, y por su potencialidad de influencia dentro de un target adecuado para el análisis práctico de este proyecto.

El uso de *focus groups* o grupos de discusión es a veces criticado o puesto en duda debido a ser intrínsecamente cualitativo y, por lo tanto, peligra de resultar sesgado o subjetivo. Pero este tipo de herramienta es la que mejor ilustra lo que es la metodología cualitativa, “porque orienta su búsqueda de información al conocimiento de las estructuras de percepción, no a la suma de opiniones individuales. Y porque es una técnica empírica e intensiva.” (Báez y Pérez de Tudela, 2007: 129). El enfoque tratado en esta investigación es el de encontrar algunas conclusiones con respecto a la percepción de los espectadores sobre los hábitos nocivos dentro de la narrativa de ficción. Además, conseguir asentar estas primeras percepciones puede abrir paso a nuevas líneas de investigación sobre actitudes y efectos en el consumidor/espectador. Por último, con el desarrollo del *focus group*, “el diagnóstico busca aprehender los comportamientos, las vivencias y las elaboraciones colectivas que configuran la imagen de la realidad de la investigación.” (Báez y Pérez de Tudela, 2007: 130).

“Focus groups are a form of group interview that capitalizes on communication between research participants in order to generate data. Although group interviews are often used simply as a quick and convenient way to collect data from several people simultaneously, focus groups explicitly use group interaction as part of the method. This means that instead of the researcher asking each person to respond to a question in turn, people are encouraged to talk to one another: asking questions, exchanging anecdotes and commenting on each others’ experiences and points of view.” (Kitzinger, 1995: 299).

En resumen, lo necesario es que el grupo esté abierto a un intercambio de opiniones libres, sin ser censurados, y que se vaya generando contenido de forma natural.

En este trabajo concreto, se ha utilizado la palabra *focus group* o grupo natural de forma indistinta, lo importante no es la palabra sino que intentar que los vínculos entre los participantes seleccionados no sean muy fuertes, pero es una mezcla ya que se utilizan los contactos personales y el boca a boca. “En la selección de participantes, además de seguir ciertas consideraciones, se puede utilizar las propias redes personales, y seleccionar por el boca a boca, vía amigos de amigos” (Amo, Barbour, y Morata, 2013: 83).

Se ha seleccionado un muestro determinístico, es decir no probabilístico y aleatorio, donde la elección de los participantes de esta muestra se basa en la responsabilidad y los criterios de los creadores de la investigación (López, Sáenz et al., 2012: 143). Concretamente, se ha realizado un muestreo por juicio. Las ventajas de este marco muestral se basan en la sencillez y los bajos costes para la investigación, pero por otro lado su objetividad y validez estadísticas son una

³https://www.imdb.com/title/tt0840196/plotsummary?ref_=tt_stry_pl

desventaja. Los criterios de selección han sido establecidos según límites psicográficos (estilo de vida), límites psicológicos (seguidores o no de series), límites demográficos (edad, sexo). Esto se traduce a: 20 a 50 años (la edad es un factor poco determinante), mujeres y hombres, estudiantes o trabajadores, y seguidores de series. En caso de que alguno participantes consuma alcohol, tabaco u otras drogas no es criterio de selección, aunque beneficiaría la diversidad de opiniones y de perfiles (se busca un enfoque heterogéneo).

Este tipo de muestreo es válido para la investigación llevado a cabo debido a que el principal objetivo es el de “a pesar de su dificultad, conocer el comportamientos, actitudes, habilidades y perspectivas” (López, Sáenz et al., 2012: 137) de un grupo de la población. Además, su carácter exploratorio es apropiado debido a que la temática de este Trabajo de Fin de Grado no ha sido muy estudiada, y con esto se pretende posibilitar la creación de nuevas líneas de investigación bajo las conclusiones y los datos obtenidos. Los participantes del grupo de discusión han visionado previamente las tres series seleccionadas en el corpus de análisis o se les ha facilitado el material para que las visionen previamente al *focus group*. La intención es crear debate y obtener conclusiones cualitativas del espectador frente a los hábitos insalubres. Los individuos están, en principio, motivados a su participación en el grupo de discusión por la curiosidad o la gratificación psicológica (“narcisista”), ya que son voluntarios sin ningún intercambio material para ellos.

El tamaño de la muestra fue determinado según las características generales de los *focus groups* —se ha realizado un único *focus group* debido a las exigencias de tiempo y las limitaciones económicas.

2. Marco teórico.

2.1. Panorama actual de las series de ficción.

Desde la invención del cine — en 1895 por los hermanos Lumière— hasta el día de hoy, el lenguaje audiovisual ha supuesto un vehículo magnífico para contar historias y hacerlas llegar al público de una manera emocional, realista y casi sin barreras. “El cine es un <<auténtico imperio de los sentidos>>, donde se ve y se oye y su capacidad de rememoración hace además que se huelga, se deguste, se palpe y, en definitiva se sienta” (Fresnadillo, 2005: 58).

“El poder reproductivo y productivo de la imagen en movimiento marca el carácter emergente del cine, y lo distintivo del mismo, algo sólo posible gracias a la fotografía en movimiento” (Cabrera, 1999: 25). Es decir, el aporte del cine, y por ende de las series de ficción, ha pasado de ser algo anecdótico y fugaz a tener un carácter mucho más duradero y profundo gracias a sus características técnicas y expresivas.

A pesar de la importancia del cine, las series de ficción parecen estar viviendo una nueva etapa gracias a productos audiovisuales que atraen la atención de los fans y de los medios.

“Desde hace algún tiempo, y curiosamente coincidiendo con el centenario de su nacimiento, muchas voces vienen anunciando la inevitable muerte del cine. Las cifras del torrencial vaciado de las salas son irrefutables, y múltiples las posibles razones que se congregan para dar con su explicación. El precio de las entradas, la comodidad del consumo doméstico, la piratería, e incluso la baja calidad de los productos que se estrenan en las salas comerciales, son motivos comúnmente defendidos. Sin embargo, todos aquellos que con premura ansiaban encontrar su cadáver no logran encontrarlo, y es que puede que el cine no haya muerto, sino que haya cambiado de aspecto. [...] Lo cierto es que la vida actual exige entretenimientos cortos, a mano, y apuestas de calidad, por lo que la industria norteamericana ha encontrado en el sofá de la sala de estar de los hogares, en formatos fragmentados de cuarenta minutos, y en la televisión como ventana de distribución, la forma perfecta de la evolución de la ficción narrativa contemporánea: las series de televisión.” (Bort, 2008: 2).

Estas nuevas series de ficción son producidas tanto para su visionado en *streaming* como en horarios y espacios televisivos específicos establecidos. Aunque esta ambivalencia funcional se ha ido gestando en un secuencial proceso que ha visto la luz en estos últimos años, su eclosión tiene respuesta en algunos aspectos socio-económicos como una crisis económica mundial, una mayor apatía política por parte de los ciudadanos, el deseo de rellenar el “tiempo libre” de forma personalizada...

“Se pasó de la televisión de masas orientada a un público homogéneo (*broadcasting*), a una televisión segmentada y de pago (*narrowcasting*), que se dirigía a los públicos minoritarios. En la actualidad, asistimos a un modelo más directo: *webcasting*, que supone la individualización del consumo, ya que el espectador elige lo que quiere ver, cuando quiere y a través del dispositivo que él elige.” (Bellón Sánchez de la Blanca, 2012: 31).

Las series de ficción se han ido transformando y adaptando a diferentes tiempos y complejidades históricas, tratando siempre de ser rentables económicamente e impactantes socialmente. Esto ha provocado ciertos cambios dentro del medio de comunicación masiva más extendido y utilizado: la televisión.

En este punto, cabe destacar cuáles son los cambios fundamentales que se han producido en el contexto de la televisión (Bellón Sánchez de la Blanca, 2012):

- a) Más medios, mayor oferta de contenido.
- b) Contenido disponible 24/11 con independencia de su emisión o medio.
- c) Cambio en el contenido por una sociedad más individualizada que busca estímulos más fuertes.

Algunos de estos cambios han sido posibles gracias a la aparición y difusión de Internet. “La aparición de Internet y la revolución digital han supuesto un revulsivo tanto en las formas de ver, como en las de contar la ficción audiovisual” (Bellón Sánchez de la Blanca, 2012: 31).

Esta revolución seriéfila puede estudiarse también según el modelo de comunicación utilizado por las cadenas productoras de series de ficción y programas televisivos. Estas alteraciones han ido parejas con el resto de medios de comunicación y el contenido que estos han reflejado.

El modelo *one way communication* se refiere a una comunicación unilateral en la que el emisor no tiene en cuenta la reacción del receptor en cuanto al mensaje⁴. Por otro lado, un modelo *two way communication* implica que el mensaje compartido entre emisor y receptor tiene como resultado un posible cambio de contenido basado en la respuesta previa del receptor⁵. Estos modelos de comunicación no cuentan con autores concretos que reclamen la autoría de estas ideas, ya que son considerados más como un conocimiento general que puede aplicarse tanto a los discursos de masas, a la jerga dentro del mundo empresarial, etc.

En un principio, el modelo de comunicación adoptado era del tipo *one-way communication*, es decir la cadena creaba y producía contenido de forma lineal según su idea sobre los gustos de los espectadores, sus propios intereses, etc. El contenido lanzado al espectador no recibía ningún tipo de *feedback* que afectara en futuros episodios de la serie de ficción. A la hora de introducir contenido publicitario o ciertos contenidos sobre comportamientos nocivos, los elementos insalubres promocionados, como una marca de alcohol o tabaco, no encontraban grandes barreras legales debido a la falta de regulación al respecto y al interés mutuo de anunciantes y productores audiovisuales en mostrarlos —remuneración económica a cambio de estas apariciones.

Esta comunicación linear no fue muy duradera, ya que son los espectadores los que aseguran el éxito y la continuidad de los productos de ficción. La *two-way communication* o comunicación circular incluía el *feedback*, en un primer momento de forma anecdótica o a través de post-tests que se realizaban a los espectadores y en sus última etapas, se desarrollaba mediante la creación de contenido *transmedia*, posicionando al espectador casi como a un personaje más de la serie. “Las series de ficción ya no se conciben como relatos independientes sino que desde su creación se conciben como productos *transmedia*, en cuanto a su contenido y a su promoción —que como hemos comprobado, son conceptos con límites dinámicos” (Bellón Sánchez de la Blanca, 2012: 42).

Los modelos de comunicación que incluyen al espectador como un elemento más dentro de su esquema consiguen crear productos más complejos y avanzados. Las productoras, volviendo al caso del nuevo boom de la series, buscan crear una experiencia social con sus series de ficción. Es en este caso, a la hora de analizar los contenidos ofrecidos, cuando puede surgir la siguiente pregunta: ¿a qué puede deberse la reiteración de contenidos que incluyen el consumo de sustancias y/o comportamientos nocivos?

Internet, como plataforma de visionado que afecta a las nuevas formas de consumo, supone al contenido de ficción narrativa lo que el cine al trabajador de clase media en 1930, una ventana de nuevas realidades, antes inexistentes, y que ahora están disponibles para todo el mundo. Una democratización de los conocimientos que augura una tendencia a nuevas líneas narrativas y la eliminación de tabúes para ser novedosos, creativos y provocar una llamada de atención en el público.

“Nunca había habido series tan originales y tan audaces como las actuales. Los cines se vacían y millones de espectadores se arrellanan en el sillón de casa esperando el próximo capítulo. Según el

⁴<https://bizfluent.com/info-8307652-disadvantages-oneway-communication.html>

⁵<http://bizcommunicationcoach.com/what-is-two-way-communication-in-business/>

Observatorio Europeo del Audiovisual, España perdió 9,5 millones de espectadores en el 2007. La vida actual exige entretenimientos cortos (40 minutos a lo sumo) y a mano (en la sala de estar). Y buenos, sobre todo buenos. Nunca hasta hoy se habían realizado tantas series, con un nivel tan alto de excelencia y tan audaz. ¿Por qué? Es posible que las tecnologías hayan actuado de motor para su sofisticación.” (López-Ligero, 2008: 22-25).⁶

Esta nueva era dorada de las series de ficción viene, como ha ocurrido con otros tantos sucesos, directamente influida por la forma de hacer americana en cuanto a sus diversas productoras y los contenidos de ficción que ofrecen. Podría decirse que “estamos viviendo lo que probablemente sean los mejores años de las series de televisión. El panorama televisivo estadounidense está muy fragmentado y es muy competitivo lo que favorece la aparición de continuas y nuevas ideas.” (Negreira, 2014: 5).

Este apogeo seriéfilo puede relacionarse directamente con los producciones originales de los canales de pago preferidos por los americanos, donde “lo que más destacan son la categoría *Premium (Premium Cable)*, con canales cuyos máximos representantes son *HBO* y *Showtime*. Son canales de pago sin publicidad y sin censura, que ofertan películas y series de vanguardia.” (Negreira, 2014: 6).

Dentro de estas series y películas de vanguardia, la hipersexualización y la violencia parecen ser elementos recurrentes en muchas de las temáticas tratadas en estas creaciones audiovisuales. La demanda de estas series de ficción exitosas sea quizás la razón por la que se incluyen, ya sea dentro de la trama o en relación a los estilos de vida de los personajes, comportamientos o hábitos nocivos o peligrosos de forma más explícita. “Un canal como la *HBO* tiene 30 millones de abonados y no dependen de los índices de audiencia ni de los patrocinadores comerciales, lo que les ha permitido ser más permisivos en cuanto a la temática de las series y la construcción de los personajes, y mucho más arriesgados desde el punto de vista forma.” (Negreira, 2014: 6).

Esta polarización de los contenido también ha provocado cambios graduales en la duración de los productos de ficción. La tendencia al alza ha sido la transición de la duración de capítulos de 20 minutos a capítulos de 1 hora, y en el caso de las películas se han pasado de 90 minutos a 120 minutos.

Además, el consumo en *streaming* o fuera de horarios establecidos está dominando las nuevas formas de consumo, “sólo la actualidad más inmediata, la conexión en directo con el lugar de una tragedia, el partido de fútbol del domingo o el resultado electoral, obligan al espectador a estar sujeto en un momento determinado a lo que ofrece la pantalla” (Urretavizcaya, 2008: 214).⁷

“Sospecho que la competencia de las adictivas series de televisión de la última década ha llevado a pensar que la solución es hacer las películas más largas. ¿Alguien se ajusta todavía a la métrica canónica de los 90 minutos? Adiós a los 14 versos del soneto cinematográfico. Nada baja de las dos horas. En las cadenas generalistas, con sus ristas de anuncios, es casi imposible acabar una película si estás en activo.” (Cuervo, 2008: 105).⁸

Las series de ficción se asimilan cada vez más al cine. Esto puede explicarse por el aumento en los precios de las entradas, la falta de innovaciones técnicas, el 3D no ha llegado a tener un éxito

⁶ Esta cita se encuentra dentro de Bort, I. (2008). *De los 24 fotogramas por segundo a los 24 episodios por temporada*. (Tesis doctoral). Universitat Jaume I.

⁷ Esta cita se encuentra dentro de Bellón Sánchez de la Blanca, T. (2012). *Nuevos modelos narrativos. Ficción televisiva y transmediación*.

⁸ Esta cita se encuentra dentro de Bort, I. (2008). *De los 24 fotogramas por segundo a los 24 episodios por temporada*. (Tesis doctoral). Universitat Jaume I.

mas que anecdótico, un consumo más individualizado y centrado en el hogar propio, etc...). Esto se refiere a que “los nuevos medios no han sustituido a los anteriores, sino que han aportado nuevas formas de complementariedad” (Galán y Herrero, 2011: 163).⁹

2.2. El papel de las series de ficción como creadoras de significados culturales.

“Una serie de ficción es una obra audiovisual cuya trama se desarrolla a lo largo de episodios o capítulos que comparten y dan continuidad a un mismo argumento o temática. En la actualidad, este tipo de series suponen uno de los máximos entretenimientos que tenemos a la hora de desconectar de la rutina” (De La Mota, 2016: 20) . Sin embargo, debemos tener en cuenta el perfil pedagógico y social de estas, a la hora de formar nuestras opiniones y experiencias con respecto a ciertas acciones o comportamientos.

La presencia de diferentes modelos de comunicación y la extensión de uso de uno u otro ha amplificado e intrincado el papel de las series de ficción a la hora de crear nuevos significados culturales, o incluso de re-definir los existentes. “Los jóvenes suelen atribuir a, y encontrar en, los productos de ficción seriada algunas funciones fundamentales (von Feilitzen, 2004: 41): en primer lugar este «target» otorga a la ficción la función de entretenimiento, pero también le atribuye la función informativa y diversas funciones sociales.” (Fedele y García-Muñoz, 2010: 10-11).

Es por esto que el único modelo de comunicación interesante a la hora de estudiar en profundidad el alcance que pueden llegar a tener estas narrativas de ficción es la teoría de los dos pasos, o *two-step flow of communication model*, de Lazarsfeld y Katz. Un primer acercamiento a la temática del trabajo establece, casi de forma base, la interactividad o el *feedback* como elemento clave, por lo que la teoría de la aguja hipodérmica propuesta por Lasswell, que no tiene en cuenta la reacción del receptor, no es una línea de trabajo tan interesante o prolífica.

Como se mencionaba con anterioridad, ¿a qué puede deberse la reiteración de contenidos que incluyen el consumo de sustancias y/o comportamientos nocivos?, ¿podrían estar incluyéndose estos contenidos debido a las exigencias estilísticas de los espectadores que consumen este tipo de series?

“Desde sus inicios, la televisión ha mantenido un doble rol o relación de feedback con la sociedad: por un lado, actuando como simples intermediarias, sometiendo los programas y contenidos de ficción emitidos en las cadenas al contexto social y político del momento; y por otro, contribuyendo a alterar o influenciar a la sociedad a través de dichos contenidos. Se crea una especie de círculo en el que, dicho coloquialmente, “la televisión bebe de la sociedad y, al mismo tiempo, la sociedad bebe de la televisión.” (De La Mota, 2016: 12-13).

Las series de ficción tienen un papel importante en la sociedad actual, estas ocupan un gran espacio en la vida de las personas (“los españoles dedican tres horas y 48 minutos al día a ver la televisión, un tiempo que, en 2016, se reduce por cuarto año consecutivo, especialmente entre los menores de 45 años”¹⁰) y desarrollan ciertas funciones socio-culturales.

“Las narraciones ficcionales presentan el atractivo de otros mundos, horizontes y problemas. Los personajes provocan identificación, reconocimiento, exploración de otras situaciones y otras

⁹ Esta cita se encuentra dentro de *Bellón Sánchez de la Blanca, T. (2012). Nuevos modelos narrativos. Ficción televisiva y transmediación.*

¹⁰ <https://www.lavozdegalicia.es/noticia/television/2016/11/22/espanoles-pasan-cuatro-horas-dia-delante-television/00031479816493565413239.htm>

soluciones a problemas compartidos. Pero también emoción de la aventura, del suspenso, odio y amor. La redundancia de las series hace racionalmente inexplicable su atractivo; pero su interés es justamente emocional: la novedad de la trama, las habilidades en pugna, las astucias en competencia, la maldad o crueldad que provoca rechazo, el desenlace pleno de ansiedad y distensión.” (Fuenzalida, 1987: 5).

¿Por qué puede decirse que las series crean significados? El contenido de estas series de ficción, a pesar de no tratarse de una narración de hechos reales, cuenta con la legitimación y atención del público espectador. Es por esto que es necesario adoptar una postura de estudio y reconocimiento de las diversas narrativas como herramienta para comprender en qué grado inciden culturalmente estos productos de ficción. Es decir, plantear qué posible papel juegan las series dentro de la creación de significados. Por un lado, como elemento cada vez más nuclear dentro de las etapas de socialización del individuo, y por otro como recurso y/o herramienta a la hora de tomar decisiones y justificar comportamientos.

Las series de ficción, ya sea por su contenido o por su pertenencia a los medios de comunicación de masas, toman parte dentro de las etapas de socialización como un elementos y/o agente socializador más. En su nueva etapa, la productoras estrella aprovechan su tirón para avanzar un paso más y convertirse en elementos de “alta cultura”.

“Lo mejor de lo audiovisual se pasa por el cable y su «avant garde» es *HBO*, no es televisión no es cine, son series de culto, que crean audiencias globalizadas y requieren otro tipo de televidencia: ver concentrado, se va a cada serie como fanático, se asume inteligencia audiovisual, se paga por la exploración moral (todos los temas), estética (cada serie una obra única) y narrativa (complejidad y relatos corales). También, se abre la ventana de los telefilmes que retoman los saberes del cine pero con menos pretensión pero sí con más contundencia narrativa.” (Rincón, 2011: 45).

La socialización no es más que un proceso general mediante el cual aprehendemos valores socioculturales y los integramos dentro de nuestra personalidad como individuos. Este proceso integra dos etapas diferenciadas, junto con la colaboración de los llamados agentes sociales. “Es importante señalar que el proceso de socialización transcurre durante toda la vida del individuo. No obstante, se mantiene una distinción conceptual de dos etapas de socialización: una etapa primaria y una secundaria.” (Simkin & Becerra, 2013: 124).

La socialización primaria es considerada la más importante para el individuo, ya que es la etapa introductoria en la sociedad y se internalizan los primeros constructos sociales. Esta etapa está directamente y, casi exclusivamente, asociada con la familia, por lo que no interesa desde el punto de vista de las funciones o el papel de las series de ficción.

La socialización secundaria “se constituye en los procesos que introducen al individuo en nuevos roles y contextos de su sociedad, incluyendo particularmente a los <submundos institucionales> dependientes de la estructura social y la división del trabajo” (Simkin & Becerra, 2013: 125). Según algunos autores, la socialización primaria cuenta con una carga más emotiva/afectiva que la secundaria, pero es importante destacar que “se advierte a primera vista que la socialización primaria suele ser la más importante para el individuo, y que la estructura básica de toda socialización secundaria debe semejarse a la de la primaria”. (Berger y Luckmann, 1968:168). Es por esto que la carga seductiva y afectiva en el contenido de las series de ficción y, en la forma en la que nos la presentan los medios de comunicación, adoptan un alto nivel de relevancia.

“Por ejemplo, Lahire (2007) afirma que, en la sociedad moderna, se viven tiempos de socializaciones múltiples y complejas, en las cuales se suelen sentir las influencias conjuntas de diversos agentes. Tal escenario obliga a repensar a los niños y adolescentes en múltiples contextos interdependientes en los que se configuran y constituyen sus disposiciones mentales y comportamentales. Sin embargo, conviene resaltar que no se trata de un rechazo del concepto de

socialización, sino de una adecuación a una nueva imagen menos estanca de la sociedad.” (Simkin & Becerra, 2013: 126).

Como breve repaso, los principales agentes de socialización son la familia, los grupos de pares, la escuela, y los medios de comunicación. Frente a las crecientes cuotas de consumo de televisión y otras tecnologías, nos interesan los medios de comunicación especialmente. Y dentro de las series de ficción, aquellos contenidos donde los individuos puedan verse reflejados e incluso encontrar grupos de pares afines.

“El entretenimiento está relacionado con el placer o la excitación provocados por una serie específica o por un tipo específico de series (por ejemplo, las «soap operas»). Además se puede vincular a la relación de identificación entre el público joven y los personajes de las series. La función informativa se refiere a todo tipo de exploración de la realidad, conocimiento y aprendizaje sobre ella, sobretodo en áreas en las que los jóvenes son más inexpertos y requieren información: roles sociales, relaciones interpersonales y otros temas de índole amoroso y sexual. Otro fenómeno destacado en los estudios es la influencia de la representación de los contenidos de las series, principalmente por lo que se refiere a personajes, temáticas, estereotipos y valores, en los procesos de construcción de las identidades, tanto individuales como colectivas. Las series y seriales dirigidos a una audiencia juvenil utilizan personajes de ese mismo «target», precisamente por la satisfacción de ver en la pantalla personas de edades similares a las de su público (Harwood, 1997).” (Fedele y García-Muñoz, 2010: 10-11).

Cuando se habla de grupo de pares, nos referimos a individuos que compartan “categorías sociales comunes” (Wolf, 2008) y que exista interacción entre ellos. Lo interesante dentro de estos grupos de pares, como postula Tan et al. (1997), es que ciertos valores tienen mayor probabilidad de ser aceptados cuando son más reconocidos en televisión por parte de los adolescentes televidentes. “En la actualidad, en la mayoría de las sociedades occidentales existe una amplia variedad de medios que tienen incidencia en el proceso de socialización. Si bien en algunos países existen restricciones legales en relación a qué tipos de contenidos se ofrecen a los niños a través de los medios, se tiende a considerar que tanto niños, como adolescentes y adultos, se encuentran actualmente expuestos a una oferta mediática enorme.” (Simkin & Becerra, 2013: 133-134).

En el ámbito mercadotécnico tenemos lo que se conoce como heurística, que básicamente se refiere a los atajos mentales que tomamos para simplificar y justificar nuestras elecciones y acciones (“heuristics are “rules of thumb” for problem solving learnt by experiment or trial and error”¹¹). Es decir, la heurística es interesante porque aquello que normalizamos e interiorizamos se llega a convertir en un atajo mental que usamos para entender y justificar lo que hacemos. Al tomar decisiones y transformar nuestro pensamientos en decisiones, solemos ser racionales, aunque totalmente emocionales, por lo que acabamos eligiendo de la manera más sencilla y más positiva posible.

Ante el constante visionado de series de ficción y otros programas de televisión, el cerebro se deja llevar por atajos mentales inducidos de alguna manera por la narrativa que consumen. Desde la publicidad, pueden simplificar la decisión de comprar cierta pasta dentífrica basándose en la calidad de la marca o el precio (uno bajo se infiere como de peor calidad, y uno más alto de calidad *premium*). Desde la narrativa de ficción, se pueden adoptar ciertas percepciones y actitudes por el mero hecho de imitar el comportamiento y las elecciones que el espectador se acostumbra a ver.

¹¹Merriam-Webster Dictionary <http://www.merriam-webster.com/dictionary/heuristic>)

2.2.1. La importancia del contenido a la hora de crear significados.

En este Trabajo de Fin de Grado, la focalización se centra en el consumo de tabaco, alcohol y otras drogas. Las series de ficción nos enseñan cómo se comportan otros, cómo se relacionan, qué consumen, qué tipo de vida llevan... Estos contenidos pueden funcionar como estereotipos, pero a veces la expresión de los rasgos de personalidad y el consumo de estas sustancias no guardan estrecha relación. Como más adelante veremos, estos elementos nocivos pueden llegar a tener un papel minoritario en la construcción de los personajes (por lo que su uso como justificación de los personajes de ficción cada vez es menos usual).

La narrativa, en general, y la narrativa de ficción, concretamente por el trabajo que se ocupa, cuenta con una gran carga persuasiva. Como comprobó el autor Henri Laborit, existe una conexión directa entre aprendizaje y emociones¹², consiguiendo que este binomio cree experiencias profundas en el cerebro. Es por esto que la emoción y la seducción de la narrativa es clave en las series de ficción a la hora de presentarse como creadora legítima de significados culturales.

“Si, desde el ámbito del conocimiento psicológico, la narrativa se entiende como una modalidad de pensamiento a partir de la cual se accede al conocimiento de la realidad y representarse el significado de nuestra experiencia a otros o como un sistema cultural, desde el ámbito de la sociolingüística es uno de los principales recursos lingüísticos que los miembros de un grupo social utilizan para construir su mundo y organizar su experiencia, conocimiento y transacciones dentro del mundo social.” (Mateos & Nuñez, 2011: 116).

El contenido de estas narrativas en las series de ficción puede afectar de forma directa o indirecta, pretendida o casual, al público que las experimenta. “Social narratives in books and movies have profoundly affected people of the plight of children working in dangerous factories” (Perloff, 2016: 341).

Las series de ficción cuentan con un papel importante a la hora de generar significados culturales, ya que representan de forma simbólica una realidad. Es decir, a pesar de su carácter ficcional, lo que aparece en pantalla no es más que una serie de eventos que pretenden asemejarse lo máximo posible a una realidad. Esta realidad se dota de credibilidad a partir de ciertos elementos poéticos y narrativos como pueden ser los personajes, las tramas argumentales, la caracterización... Todo lo que aparece en pantalla debe, y suele, tener una intención de contar algo, pero cuando parece que se trata de algo casual o no intencionado, ¿qué puede llegar a significar, o qué significado puede percibir el espectador?

La falta de claridad a la hora de discernir entre realidad y ficción dentro de los contenidos va más allá de lo que pueda resultar obvio y de lo que no. Por ejemplo, un espectador medio observa cómo un dinosaurio prehistórico destroza un rascacielos y puede concluir que este hecho es ficticio. Pero, ¿qué ocurre si en esa misma ficción uno de los personajes bebe un vaso de *whiskey* mientras se extrae una bala? ¿Puede el espectador discernir si estos eventos son reales, ficticios, o una amalgama de ambos?

“Si bien una de las grandes incertidumbres que nos encontramos cuando leemos un relato es determinar si aquello que se cuenta es real o imaginario, cuando se utiliza como material a analizar, la narrativa no puede valorarse en términos de verdadera o falsa, de real o de imaginaria, sino sólo de verosimilitud. En este sentido, lo que da sentido y referencia a un relato será la configuración global o trama que expone (la organización mental mediante la cual es captado el acontecimiento). Como señala Humberto Eco (1996) es el pacto implícito que el narrador realiza con el lector, en tanto que este último acepte el mundo imaginario creado por el narrador como real y considere las cosas que cuenta del mismo como ciertas.” (Mateos & Nuñez, 2011: 117).

¹² http://www.ricardosalinas.com/blog/es/agosto0609_codigo.html

Aquí entra en juego la Teoría de la Transportación articulada por Melanie C. Green y Timothy C. Brock (2000, 2002). “Transportation captures the experience a lot of us have when we become immersed on a story” (Perloff, 2016: 344). Esta teoría explica el impacto narrativo de los productos narrativos, ficcionales o no, que consiguen llevar a los receptores (en este caso, espectadores) a un estado mental en el que la posibilidad de discernir entre algo ficticio o real puede llegar a ser más complicado.

“While transfixed by the artist’s creation of an imaginary world, individuals may be more open to questioning their ideas than when they are focusing on an ordinary persuasive message. The narrative may inhibit the normal process of counterarguing with a persuasive message, in part because it can be psychologically difficult to offer logical arguments to a panorama of mental images that a story stimulates (Bilandzic & Busselle, 2013)” (Perloff, 2016: 343).

Tras esta revisión teórica de las diferentes mecanismos que ayudan al espectador a introducirse dentro de las narrativas, a veces hasta un punto de disociación con la realidad o de simpatía extrema con la ficción, es posible afirmar que el tipo de contenido que muestren estas series es un elemento a tener en cuenta debido a la credibilidad y al realismo que adoptan.

2.2.2. Tipología básica del espectador audiovisual.

Como ha dejado entrever el material revisado y estudiado hasta ahora, el espectador forma parte del eje principal a la hora de la creación, distribución y propio éxito del contenido de ficción. Según Antonio Arenas Maestre (1995), debido a la trascendencia del medio televisivo en la sociedad actual, y su correspondiente contenido, se requiere la formación de lectores críticos y el fomento de espectadores activos que sean capaces de decodificar y analizar los mensajes producidos en el medio audiovisual.

No todos los espectadores reaccionan y consumen de la misma manera. Por lo que la capacidad general de los espectadores para comprender y retener la información audiovisual será cambiante de unos a otros, y siempre limitada¹³—más aún cuando se cae en el visionado de grandes bloques de capítulos y se produce una saturación informativa de contenido ficcional. Es por esto que podríamos dividir a los espectadores, siguiendo el esquema de los medios de comunicación, entre activos y pasivos.

Los espectadores pasivos son aquellos que reciben la información o el contenido sin ningún tipo de filtro individual, sin llegar a participar en el proceso de articulación y producción de significados que se da en el discurso narrativo de una serie de ficción. Es decir, reciben la información sin realizar ningún tipo de ejercicio crítico o de cuestionamiento. Los primeros espectadores televisivos fueron pasivos, aunque de forma irónica, ya que la televisión es un medio supuestamente activo¹⁴.

Los espectadores activos son aquellos receptores que se suponen críticos a la hora de recibir un contenido o información, estos se implican de forma bidireccional en el medio comunicativo y son conscientes y participativos en cuanto a los procesos de articulación, producción, y resemantización de significados culturales propios del contenido de las series de ficción.

¹³ <http://noticiasdelaciencia.com/not/1183/los-filtros-de-neuronas-que-permiten-al-cerebro-concentrarse-solo-en-la-informacion-importante/>

¹⁴ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-8525>

Dentro de estos espectadores activos, merece la pena destacar dos tendencias o nuevos tipos de espectadores que pueden marcar una diferencia en cuanto a sus percepciones sobre los contenidos desarrollados dentro de las series de ficción.

En primer lugar, el prosumidor, o *prosumer* según el término acuñado por Alvin Toffler en 1980 en su libro *La tercera ola*. Este término supone la unión entre productor y consumidor, y se refiere, en nuestro caso, al espectador que además de consumir una serie de ficción, produce contenido sobre la misma. Esta tipología resulta muy interesante ya que como *prosumers*, se puede incentivar la creación de contenidos de este tipo que incluyan estos hábitos nocivos o exigir un cambio al respecto.

“Lo anterior implica que el espectador ya no lo es de la televisión, sino de determinados contenidos, que fluyen a través de diferentes soportes. Esto es lo que Menor Sendra denomina “cross-tv” (Álvarez Monzoncillo, 2011: 55). Por lo tanto, el nuevo consumidor audiovisual ya no está sujeto a los horarios de programación marcados desde las cadenas, sino que ahora es capaz de crearse su propia parrilla en función de sus gustos y horarios, ahora es él el que elige y decide. Hasta el punto de que ha sido denominado por algunos autores, es el caso de Lozano y Ramos, como *prosumer* (Pérez-Gómez, 2011: 422), porque contribuye con sus propios valores y propuestas y comparte con otros sus experiencias de marca. Ante este panorama, van a surgir narraciones que responden mejor a los objetivos y aspiraciones de este nuevo tipo de consumidor o *prosumer*.” (Bellón Sánchez de la Blanca, 2012: 32).

En segundo lugar, el fenómeno *fandom*, o los *fansumers*. Con respecto a esta tendencia, se puede comprobar su existencia desde la aparición de los Beatles y otros grupos musicales cuyos seguidores se volvían fans incondicionales de su carrera musical y de su vida personal, llegando a enamorarse y obsesionarse con el artista. En definitivas cuentas, un *fansumer* es el fan convencido de una marca/artista/película/serie con la que ha desarrollado tal empatía que llega al punto de no ser objetivo en sus opiniones.

“El concepto de fan tenía al principio un tinte negativo. Y aunque Jenkins (2009: 51) defiende que sigue existiendo una cierta visión de los fans como personas con sobrepeso, aisladas y obsesionadas con trivialidades, la realidad es que actualmente no poseen esas connotaciones, sino que incluso se han convertido en grupos especialmente importantes para los departamentos de marketing de las cadenas de televisión, y se han erigido en líderes de opinión para muchos usuarios de Internet que acuden a ellos para saber qué productos de ficción han de consumir y cuáles no. En este sentido, es importante diferenciar entre el espectador de una serie y el fan, que Ross (2008:252) centra en el compromiso emocional, junto a cierto grado de participación (que hace que tengan un sentido de la posesión con respecto al show); y por supuesto, su pertenencia a una comunidad.” (Bellón Sánchez de la Blanca, 2012: 42-43).

En conclusión, esta pequeña introducción a la tipología básica de espectadores y la mención especial a los *prosumers* y los *fansumers* sirve como argumentación sobre la importancia del espectador dentro del proceso que supone convertirse en seguidor y espectador de series de ficción. En concreto, los dos tipos de espectadores resaltados —*prosumers* y *fansumers*— tienen un gran poder a la hora de legitimar, o no, los contenidos que muestren las series de ficción que sean de su agrado.

2.2.3. El target como elemento clave en el proceso de significación cultural de las series.

El *target* de estas series —aquellas pertenecientes a la nueva etapa dorada de productoras como la HBO, y que puede ejemplificarse con el caso de *Shameless (US)*— es claramente un público joven, manipulable y en construcción de su propio discurso; ya que son estos unos de los

principales grupos de audiencia de las series que se transmiten en *streaming* o por TV. Además, como se ha teorizado con anterioridad, estos adolescentes y jóvenes adultos interpretan y adquieren ciertas visiones del mundo —tal vez de forma primeriza sobre algunos temas— y los apprehenden como propios.

“Actualmente nuestro sistema social, tanto debido a los medios de comunicación de masas, el buen nivel socioeconómico que nos permite acceder a muchos productos de consumo, los valores imperantes del hedonismo (Brown,1988), individualismo, el dinero, etc., lo que se ha llamado la sociedad del bienestar en ocasiones, favorece el consumo de las distintas drogas. Los medios de comunicación de masas, como elemento que tiene gran relevancia en el proceso de socialización, contribuye claramente a ello. Es a través de los mismos donde más se transmiten estos valores, a diferencia de la familia y la escuela que transmite otros valores más tradicionales y centrados en la persona y su educación para afrontar adecuadamente la vida.” (Becoña, 2000).

Una vez que los individuos del público objetivo van adoptando ciertos significados culturales suelen permanecer, al menos dentro de cada generación concreta. Con los cambios generacionales, pueden llegar también nuevos significados o re-interpretaciones de ciertos elementos culturales. Además, a pesar de que existan ciertas regulaciones sobre el contenido según horario y edades, cualquiera puede verse expuesto en un momento concreto a un contenido inapropiado o fuera de su alcance y comprensión.

“...el alto consumo de alcohol, que en una parte de los casos van a ser bebidas de alta graduación y en fines de semana, con el nuevo patrón de consumo que clásicamente se consideraba anglosajón (una alta ingestión de bebidas alcohólicas en un corto período de tiempo con la consecuencia en muchos casos de la borrachera) [...] Le sigue el consumo de tabaco, asociado en los adolescentes a una publicidad incisiva y orientada especialmente a ellos para así las compañías tabaqueras conseguir nuevos adictos ante las personas de mediana edad que dejan de fumar por sus problemas de salud o porque les han hecho formalmente la recomendación médica de que tienen que dejar de fumar. Y, a corta distancia del tabaco, está el consumo de cannabis, que se ha ido convirtiendo en una droga casi normalizada, por el alto nivel de consumo en jóvenes, una cultura específica que lo rodea y cierta industria que se va montando a su alrededor (revistas, productos, música, etc.).” (Becoña, 2000).

2.3. Valores atribuidos a hábitos nocivos por la narrativa audiovisual de ficción.

La influencia y el poder de la narrativa de las producciones audiovisuales de ficción tiene grandes ramificaciones, como se ha introducido con anterioridad, a la hora de participar en la etapa secundaria del proceso de socialización con lo que aporta al espectador interpretaciones y diferentes visiones del mundo, que a veces resultan difíciles de calificar como reales o ficticias, que le sirven al espectador de base para crear o redefinir ciertos significados o concepciones culturales. “Uno de los factores que provoca que las personas no sigan conductas saludables, se debe al sistema cultural, que a través de creencias con gran arraigo, consigue mantener y justificar las prácticas insalubres de forma socialmente correcta” (Becoña, 2000).

Con el fin de concentrar la actual revisión bibliográfica y la futura investigación práctica, se seleccionarán tres series que nos permitan trazar una trayectoria explicativa sobre los tres principales hábitos insalubres y cómo las series de ficción imprimen ciertos valores con su discurso. Esta idea sobre la acotación de la investigación ya se ha sido experimentada por otros autores como *De La Mota Santiago, L. (2016). El fenómeno online de las series americanas en España y su valor socializador.*

2.3.1. El tabaco.

Se podría pensar —y sería una idea interesante— que a la hora de que aparezcan personajes fumando, informaciones y escenas dónde el consumo de tabaco está implicado, o simplemente una referencia a este hábito, se produjera una relación directa con la trama o el argumento del capítulo o con el rol que desarrolla el personaje de ficción. Esto es cierto, y a la vez falso. Todo lo que aparece en pantalla tiene una intencionalidad y un significado, en el cine o la televisión nada se deja al azar, ya que puede crear confusiones o problemas de coherencia para el espectador.

Entonces, si todo tiene una relación y significado, ¿cuál puede ser esta a la hora de representar el consumo de tabaco?

“Pocos adultos empiezan hoy a fumar. Son los menores de edad, de entre 13 a 17 años los que empiezan a hacerlo, de forma irracional, y en muchas ocasiones, imitando a esos persuasores ocultos que protagonizan las obras de ficción, dado que encarnan los valores juveniles —atractivo sexual, práctica deportiva, rebeldía, éxito, o sofisticación— con los que los jóvenes se sienten de lleno identificados.” (Del Pino, López-Sánchez & García del Castillo, 2009: 217).

Existe cierta causalidad entre el rol principal de los personajes y los comportamientos nocivos que representan, y es que al fin y al cabo los personajes de ficción terminan siendo embajadores de su propio estilo de vida. Un estilo de vida que puede volverse fácilmente imitable y que cualquiera puede identificar de forma universal. El problema o mejor dicho la incógnita aparece cuando personajes que cumplen roles totalmente distintos y que representan estilos de vida contradictorios se embarcan en los mismos patrones de consumos de tabaco, alcohol o drogas... ¿Es ésta una representación más real de la sociedad o un esfuerzo para que ésta se retroalimente de este discurso?

“De la misma forma que es una realidad la presencia del tabaco en las series y el cine español, también es cada día más frecuente la presencia de actores fumando, incluso de manera compulsiva {...} Estos actores, desde su rol de protagonistas de programas de éxito, actúan como estimuladores de una conducta nociva. Incitan al consumo del único producto que, usado de acuerdo a las instrucciones del fabricante, mata a la mitad de quienes lo consumen.” (Del Pino, López-Sánchez & García del Castillo, 2009: 217).

La nueva variedad en los personajes y la identificación con elementos sumamente personalizados crea una abanico enorme de personajes ficticios con los que identificarse y, por lo tanto, mayores oportunidades de verse reflejado incluso en sus patrones de conducta y/o consumo.

“Si la creación de estereotipos es una forma de categorización que permite al ser humano distinguir, diferenciar y abstraer de la realidad los datos más importantes para poder clasificarlos en su proceso de percepción, en la ficción esa categorización se hace aún más necesaria, ya que el tiempo del que disponen los telespectadores para reconocer a los personajes y otorgarles rasgos de personalidad, no suele superar la hora y media. Un aspecto relevante teniendo en cuenta que, si ese reconocimiento no tiene un desarrollo correcto, puede ocurrir que el público no se identifique con los personajes ni con la historia que se relata.” (Galán, 2006: 63).

Los valores tradicionales atribuidos al tabaco en las series de ficción han sido aquellos propios relacionados con el poder, desde la representación más literal hasta la más abstracta. Y también, desde un punto de vista hedonista, con grandes conexiones con los valores juveniles (el éxito, el poder, la popularidad, el *sex appeal*, la rebeldía, etc).

"Similarly, the film industry has come under attack for its continued depiction of tobacco use as sexy, hip, and cool. Tobacco use continues to be a staple of character development in Hollywood as legends such as Humphrey Bogart, Lauren Bacall, and John Wayne are replaced by stars like John

Travolta, Julia Roberts, Winona Ryder, and Brad Pitt, all of whom have lit up on the big screen.” (Goldstein, Sobel & Newman, 1999: 1131).

Existe una nueva resemantización conceptual y cultural que se extrae del discurso de las nuevas series de ficción, teniendo cabida entre ellas las tres seleccionadas para este trabajo. El consumo de tabaco se realiza tanto en la soledad como actividad meditativa o de inspiración como en grupo, funcionando como nexo social (las pausas para el cigarrillo se transforma en una oportunidad de relacionarse).

Es curioso que el consumo del tabaco como producto no contiene diferentes significados según clase social —producto totalmente democrático— y sus connotaciones no cambian según el tramo horario, es decir que su consumo por la mañana al levantarnos o tras tomar el almuerzo está igualmente normalizado. Los valores negativos del producto y su consumo parecen haberse neutralizado y rebajado de una forma exponencial, llegando a rozar la inocuidad ante este hábito y su representación en la ficción. Por lo tanto, los patrones de consumo se tornan usuales tanto para los fumadores como para aquellos que no lo son, y cada vez es menos común que se hable o relacione el término adicción junto con el tabaco y sus efectos adversos en el discurso narrativo ficcional.

Lo que es cierto e innegable es que estas nuevas caracterizaciones de los personajes y su consumo general de tabaco ha tenido sus repercusiones en el espectador. Los hábitos de consumo cambian y se enfocan en los jóvenes —público principal de estos productos audiovisuales— con nuevas estrategias y relegando las capacidades persuasivas en el *storytelling* y los fenómenos *fandom*.

“La relación existente entre el consumo de tabaco en los escenarios de ficción y su consecuente influencia en grupos de población posee una base científica ampliamente demostrada. El público joven que ve películas en las que aparecen actores fumando es tres veces más proclive a iniciar este hábito, tratando así de imitar la conducta de héroes y mitos juveniles; estudio llevado a cabo por Madeline Dalton en la escuela de Medicina de Dartmouth (Estados Unidos, 2003)”. (Del Pino, López-Sánchez & García del Castillo, 2009: 216).

Esta nueva tendencia puede considerarse global, ya que aunque la mayoría de estudios se centren en el apartado norteamericano de nuevas producciones en España tenemos contados ejemplos tanto en cine como en televisión que comienza a seguir esta corriente a partir de finales de los años 80. “En la primera película española ganadora de un Oscar, *Volver a empezar* (1982), uno de los protagonistas fumaba Ducados. [...] Tal fue el caso del personaje al que dio vida la actriz Mariví Bilbao en *Aquí no hay quien viva*” (Del Pino, López-Sánchez & García del Castillo, 2009: 216-217).

2.3.2. El alcohol.

La realidad es que el consumo de alcohol es un hábito totalmente normalizado y extendido en la sociedad en general. Su presencia se da como un ritual en el que cualquier miembro que pueda considerarse adulto ha presenciado y experimentado.

Como se ha introducido de manera escueta en el apartado anterior, al presenciar un comportamiento tan extendido, la narrativa de ficción debe relegar sus esfuerzos para la identificación entre personajes y espectadores en el uso de estereotipos y categorías de personalidad.

“Desde el punto de vista social, el consumo de alcohol se percibe como uno de los mayores problemas en materia de drogas de la sociedad moderna, al igual que ocurre con el consumo del tabaco (García-Rodríguez y López, 2001). De ahí la paradoja de que, precisamente en uno de los contextos más influenciados —el audiovisual— la presencia de actores consumiendo algunos de los productos sea una realidad constante.” (Del Pino, López-Sánchez & García del Castillo, 2009: 214).

Desde un punto de vista sociológico, el consumo de alcohol y su relación con los roles de los personajes no destaca tanto como en el caso del tabaco, pero lo que sí destaca son las asociaciones y los patrones de consumo que se dan de manera extendida y generalizada. En el caso de *Kingdom*, todos los personajes están ligados al mundo de las artes marciales y el deporte de élite, y la mayoría de ellos aparecen consumiendo alcohol y/o teniendo problemas con éste en un momento u otro de la serie.

Es decir, el alcohol no se asocia, como antaño, de manera exclusiva a la rebeldía, el poder, o la fiesta sino que aparecen una gran cantidad de personajes que consumen alcohol, en mayor o menor medida, asociados al éxito deportivo y laboral, a la inteligencia (muchas veces por encima de la media), a la forma sexual y estética, a la aceptación social... “Specifically, drinkers were rated as having a higher SES, being more attractive, having more romantic and sexual involvements, and being more aggressive than nondrinkers[...] Common theme is getting intoxicated or high, although drinking also is associated with wealth and luxury, sexual activity, and crime or violence” (Grube & Waiters, 2005: 330).

Lo que sí se sigue manteniendo es el hecho de que el consumo de alcohol se dota de unos valores más positivos y *cool*. “More episodes made drinking alcohol look like a positive experience (40%) than a negative experience (10%)” (Christenson, Henriksen & Roberts, 2000: 28). Además sus valores cambian según los personajes a los que están referidos. Los personajes principales con una clase social alta, lo usan como si fuera un elemento de lujo que pueden permitirse incorporar en su rutina diaria —normalmente no llegan a mostrar signos adversos o negativos, y si los muestran es bajo un manto cómico o suavizado.

“Research suggests that drinkers tend to be regular characters, who have a high socioeconomic status (SES) and are attractive and glamorous, although youthful drinkers are depicted in a less favorable light than older drinkers. Moreover, drinking often is treated as humorous and is associated with valued outcomes, such as camaraderie.” (Grube & Waiters, 2005: 327).

En el caso de personajes menos agraciados física o económicamente, las connotaciones se tornan más negativas y pueden usarse incluso para tratar tramas de temática social delicada — para estos personajes, el exceso de bebida se considera una enfermedad y una adicción.

“Characters drank to suppress problems, conflicts or fears or used alcohol immediately before or during work. For example, a businessman drank a double brandy to drown his sorrows after noticing that an expensive painting had been stolen. When romantic relationships ended, the characters involved often grabbed the bottle to ease their pain.” (J. van Hoof et al., 2009: 423).

De los usos que se les da a los hábitos insalubres que se están analizando, es especialmente visible el carácter sanador frente a traumas del que se dota al alcohol. Además, también parece ser usado tanto como un elemento relajante como un elemento para asegurar un rendimiento óptimo.

2.3.3. Otras drogas.

La representación del consumo de drogas en la televisión y el cine siempre ha tenido gran conexión con las historias que se cuenta o los personajes que aparecen mostrando estos comportamientos insalubres. Aunque bien es cierto que puede realizarse un pequeño análisis con respecto a los roles y comportamientos expuestos a lo largo de diferentes discursos dentro de las series y películas de ficción.

“La Televisión, y por supuesto el cine, han sido siempre el gran escaparate en el que desde tiempos inmemoriales los espectadores nos hemos mirado, a modo de espejo, y hemos deseado imitar cualquier conducta, así como adquirir cualquier producto presentado en mitad de escenarios idílicos por actores populares. En este sentido, a nadie pasa desapercibido el gran poder que actores, presentadores y personajes conocidos de la pequeña y gran pantalla han tenido desde siempre para cambiar estilos de vida y de comportamiento.” (Del Pino, López-Sánchez & García del Castillo, 2009: 205).

Si hacemos una generalización de la imaginería utilizada en relación a la representación del mundo de las drogas y su consumo, se puede encauzar hacia el rol o la aparición de los personajes adictos o *yonkies* —este término se refiere especialmente a los adictos a heroína aunque puede llegar a utilizarse como jerga de otras adicciones. “Illicit drugs were infrequently mentioned and rarely shown in prime time television. In the few episodes that portrayed illicit drug use, nearly all showed negative consequences. Typically, major characters were not shown using illicit drugs or communication pro-use statements” (Christenson, Henriksen & Roberts, 2000: 3).

La figura del drogodependiente está relacionada con el carácter delictivo, de sufrimiento e incluso de autodestrucción. Se enfoca el consumo de la droga desde el punto de vista tanto personal como del círculo exterior del consumidor, y sus representaciones son mayormente negativas sin importar la relación conceptual de los patrones de consumo — el sexo y las drogas se mezclan bajo este paradigma, aunque siempre acaba encontrando un desenlace trágico como la transmisión de enfermedades sexuales o la muerte.

Esta representación juega con el miedo del espectador, que puede estigmatizar y estereotipar el consumo de drogas como una desviación social o un hábito peligroso para la salud. “[...] hacia el lado humano, hacia el drama de las personas enganchadas a la droga, el degradado ambiente en el que progresivamente van entrando y las consecuencias que su conducta tiene sobre su propio entorno -familia, amigos, trabajo, etc.” (Ortiz, 2016: 35).

Una nueva ola de series y películas de ficción comienza a retratar y exponer la presencia de otros estereotipos y personalidades, brindando la posibilidad y percepción de que cualquiera puede representar el papel de un consumidor, como ha ocurrido con el tabaco y el alcohol (aunque estos dos últimos lo hayan hecho de forma más extensa y notable).

Para ejemplificar estas nuevas semantizaciones, es interesante referirse a drogas concretas que permitan exponer la normalización de ciertos patrones de consumo explotados de forma más reciente —en contraposición a la clásica imaginería anterior.

- La cocaína: Esta droga se introduce como un elemento para aumentar el rendimiento y la atención del individuo. No se trata ya solo desde un ángulo hedonista, sino que se asocia a empleos de la noche y con altas exigencias físicas y de atención. La figura del *businessman* con largas jornadas que se dedica a las finanzas o la publicidad y que consume de forma rutinaria como si de café se tratase es una categoría de personaje fácilmente reconocible, y posiblemente percibida por el espectador como un hecho posible en su realidad cercana.
- LSD, setas, etc: Estas drogas psicoactivas y en su mayoría con afectos altamente alucinógenos se asociaron de forma primaria a la contracultura y personajes disociados del sistema

establecido. Se trata de una forma más hedonista, aunque su uso con denotaciones cómicas está en tendencia debido a que puede llegar a considerarse una experiencia de descubrimiento del alma de aquellos que las toman, y llegan a realizar un consumo de tipo ritual —esto cada vez ocurre de forma más extendida en series como *Love (Netflix)* o películas como *El Gran Lebowski (1998)*.

- La marihuana: Es la droga más representada en el discurso audiovisual y tiene una estrecha relación con la época y el ambiente *hippy*. Esta es la droga más interesante a la hora de analizar, ya que ha ido volviéndose inocua de forma gradual en las narrativas de ficción asimilándose más al tabaco que a otras drogas ilegales. Puede ser por un consumo cada vez más generalizado en la sociedad y/o por las continuas lagunas legales y nuevas proposiciones presentes. En la serie *Weeds*, se trata de forma central el tráfico de marihuana y como en una de sus temporadas finales, y tras muchos sucesos adversos directamente relacionados con su consumo o distribución, se legaliza como producto y sus contracepciones desaparecen de la preocupación general como ocurriría con el tabaco.

Bajo estas consideraciones sobre las nuevas tendencias y resemantizaciones conceptuales del consumo de drogas, las series de adolescentes y/o adultos jóvenes son las que representan un nicho a la hora de analizar los nuevos valores asociados. Por ejemplo el fenómeno *rave* y el consumo de drogas de diseño se relaciona y legitima de forma reiterada en series como *Skins (UK)*.

A la hora de consumir, estas drogas sirven como fase de experimentación para los personajes rodeándolos de una aura hedonista y de autodescubrimiento —los efectos adversos aparecen, pero la idealización y la identificación toman un tono protagonista (esto será esencial a la hora de discutir la dicotomía de estas series de ficción en su papel de entretener y/o educar al espectador).

Es decir, y para concluir, las drogas pasan gradualmente de un dispositivo narrativo principal (es decir, usadas como un elemento esencial para que la trama se desarrolle) a convertirse en un *prop* o elemento que dota al producto audiovisual de ficción de un aspecto *cool* y morboso. La droga, sobretodo las blandas o aquellas que no impliquen un maltrato al cuerpo (pinchazos, cortes, etc), se representan como una ceremonia y celebración de la vida con unos efectos claramente positivos, tanto física como mentalmente sin entrar en las implicaciones de tema económico, social o legal. “Alcohol, tobacco, and other drugs of various kinds have a long history of remedial and ceremonial functions” (Resnik et al., 1990: 55).

Esta nueva tendencia, que sigue un tono de empático y positivo, puede ser peligrosa desde el punto de vista educativo, aunque el tratamiento y la representación de las drogas en las series de ficción también se haya realizado en forma de denuncia.

2.4. ¿Entretener o educar? Implicaciones éticas y educativas del contenido en las series de ficción.

Como se concluía el capítulo anterior, los contenidos de las series se desarrollan de una manera más explícita y arriesgada buscando el tono *cool* y el morbo. Esto se puede ejemplificar con la representación que se le da a ciertos hábitos como pueden ser el consumo de tabaco, alcohol y otras drogas.

Estas representaciones, a veces desde un punto de vista excesivamente positivo o alejado de sus aspectos más nocivos, puede ser interesante en cuanto a las implicaciones éticas y educativas que parecen llegar a tener la imagen que se da sobre estos comportamientos.

Crear, transmitir y popularizar series de ficción es un proceso en el que el contenido de estas —su trama, actores protagonistas, temas tratados— adoptan una gran importancia a la hora de resultar exitosas en cuanto a su consumo por los espectadores.

Uno de los aspectos más interesantes en cuanto al estudio del contenido y su reflejo en la sociedad actual es la dicotomía funcional que adoptan los productos de ficción, y en concreto las series de ficción. “A theoretical underpinning is cultivation theory, which assumes that people use what they see on television to make inferences about everyday reality and eventually adopt certain behaviors” (J. van Hoof et al., 2009: 421).

Es decir, como plataforma de comunicación, ¿deben ser exclusivamente una opción de entretenimiento o deben tener en cuenta el público al que se dirigen, teniendo en cuenta los posibles efectos de sus contenidos, y responsabilizarse de alguna manera desde un punto de vista didáctico? “Las grandes cadenas, por otra parte, no atienden a su responsabilidad socializadora y dejan en manos de la familia el control de los horarios en los que sus hijos están ante el televisor.” (Martínez-Salanova, 2008: 112).

Las capacidades didácticas del cine, la televisión y de otros productos audiovisuales ya han sido extensamente estudiadas, pero un breve repaso servirá de argumentación sobre la magnitud que pueden llegar a tener.

“La socialización es un proceso por medio del cual el ser humano adquiere la experiencia de interrelacionarse con los demás, a partir de la consecución de aptitudes y conocimientos que le permitirán desenvolverse en la sociedad.(...) Al no poder integrarse los individuos en su totalidad de una forma espontánea, ya que los hechos sociales son exteriores a él y se dan en cada ser humano por cauces diferentes, la misma sociedad o grupo humano crea los mecanismos educativos necesarios para homogeneizar los elementos comunes de la cultura y del saber de dicho grupo y asegurarse así una socialización mínima semejante en todos sus miembros.” (Martínez-Salanova, 2008: 105).

Es decir, si se representan comportamientos que resultan nuevos para un espectador —que nunca ha presenciado o ha experimentado— pueden tener un gran peso en él. Esta representación, debido a la inexperiencia del espectador, puede ser la única referencia con la que cuente a la hora de desarrollar sus propios comportamientos y actitudes. La implicación didáctica de la serie de ficción cobra especial relevancia cuando debe suplir a los elementos comunes de la cultura necesarios para una correcta socialización que no se han dado de forma orgánica y natural en el desarrollo del individuo.

“Earlier research has shown that the media may have significant influence on the attitudes, intentions and behavior of adolescents. Television soap series, in particular, have several ingredients that may strongly affect their audience’s opinion: viewers are absorbed in the series’ reality, characters become imaginary friends who undergo many emotional experiences and viewers are expected to expose themselves to the series on a daily basis.” (J. van Hoof et al., 2009: 427).

Para que el individuo pueda verse reflejado y comprenda estos elementos comunes, el discurso narrativo se aprovecha de ciertos recursos como la utilización de categorías o estereotipos, ya mencionados con anterioridad.

“En la vida moderna, el estereotipo se transmite, reafirma y refuerza muy frecuentemente a través de los medios de comunicación masivos, cuyas imágenes se alzan como muros entre la realidad y los individuos, construyéndola socialmente. Quin y McMahon (1997) consideran que la sociedad es, indirectamente, la creadora de los estereotipos y, los medios de comunicación, sus principales difusores y generadores. Añaden algo de gran importancia e interés, y es que éstos giran en torno a

aquellos grupos que se consideran <problemáticos>, pues amenazan unos valores y un estilo de vida predominante en la sociedad.” (Galán, 2006: 63).

Los estereotipos se sirven de ciertos elementos que permitan categorizar fácilmente a los personajes según su personalidad, su papel en la trama... Uno de los recursos más utilizados son los hábitos de consumo o los productos que utilizan los protagonistas, al igual de cómo llevan su día a día o reaccionan ante ciertas situaciones. Es por esto que en un principio los comportamientos nocivos como el alcohol, el tabaco o el uso de drogas eran elementos para reforzar los estereotipos en ciertos personajes de ficción (Ej; el *cowboy* masculino y rudo fuma cigarrillos, mientras que el chico negro adolescente de barrio marginal se emborracha y se salta las clases del instituto con sus amigos). “Los medios de comunicación de masas son los grandes productores de significación y sentido en las sociedades de masas y, por tanto, los grandes mediadores en la percepción e interpretación de la realidad. Aparecen como altavoces de la realidad social y son intermediarios/mediadores en la comprensión e interpretación de la misma.” (Martínez-Salanova, 2008: 109).

La inclusión de estos hábitos de consumo y personajes menos estereotipados y más complejos podría explicarse bajo las exigencias de audiencia de las grandes cadenas como por los grandes desembolsos económicos que se realizan en estas, y por lo tanto, deben resultar rentables.

“Las empresas televisivas, sin embargo, que tanto influyen en la cultura, en los valores y en los comportamientos de los ciudadanos, que producen entretenimiento, información y cultura, buscan exclusivamente la popularidad y por ende el cuanto más se vean sus programas, mejor, olvida el servicio post venta, los posibles daños colaterales que puede producir y el producto emitido solamente es cuantificable en su valoración por los índices de audiencia, sin apenas control moral o social por parte de la administración o de los consumidores” (Martínez-Salanova, 2008: 110).

Socialmente, esto tiene un alto coste en el desarrollo personal y mental de los espectadores, siendo más significativo en aquellos que son más pasivos a la hora de comprender la información recibida. “Moreover, to change attitudes, exposure to messages is thought to ideally occur several times. This may have led researchers to assume that effects from alcohol exposure on television can only be found in the long run and cannot be uncovered in an experimental study looking at immediate effects” (Engels et al., 2009: 247).

Es en esta conclusión donde puede encontrarse el puente entre el entretenimiento y la educación a través de las series de ficción actuales. Si se puede llegar a una conclusión de por qué aparecen en tal cantidad el consumo de tabaco, alcohol y otras drogas en las series de ficción actuales, se podrá luchar por perseguir un cambio de actitud que provocaría la reducción de estos comportamientos fuera y dentro de la pantalla.

El hiperrealismo que aporta estos productos televisivo o cinematográficos puede llegar a suponer un *handicap* cuando debe diferenciarse entre realidad y ficción, mezclando discursos y comportamientos que pueden darse como verdaderos al confundirse en esta dualidad.

“La televisión socializa porque ayuda a crear costumbres, lo más profundo de los elementos culturales de una sociedad, y pone en cuestión los sistemas educativos formales e informales y perjudica notablemente las relaciones interpersonales y familiares. En el espectador de televisión, sobre todo en los más pequeños, se aprecia la dualidad que se crea entre la realidad y la ficción. Se ven seguidamente escenas reales y ficticias, sin discriminar la violencia auténtica de la falsa, la realidad de la ficción, y se representan estereotipados los roles sociales, étnicos, sexuales y profesionales.” (Martínez-Salanova, 2008: 106).

Frente a este hiperrealismo, ya hubo controversia en el Hollywood de 1920. Los imágenes mostradas no eran tan explícitas ni atrevidas, pero algunas representaciones de ciertos

comportamientos, considerados insalubres y/o inmorales, provocaron la introducción del controversial Código Hays (1927), un código de censura cinematográfica. Este caso se presenta como ejemplo de la influencia cultural de los contenidos ofrecidos en cine y televisión en EEUU.

En este caso, el uso de un contenido censurable era lo que causaba estragos tanto económicos como morales. Este contenido también se veía afectado por la alocada vida personal de los actores y actrices del mundo del espectáculo fuera de las producciones y la manera en la que el periodismo rosa los retrataba. A partir de la aplicación del código, se pretendía devolver el reconocimiento al mundo hollywoodiense y la vuelta de las grandes masas —en una mayoría republicanas y de moral tradicional— a las salas de cine. “A partir de ese momento, los contratos de las estrellas se llenaron de cláusulas morales y nació el famoso código Hays, por el cual ninguna película podía exhibir un tipo de vida moralmente reprochable.”¹⁵.

Este código fue aplicado temporalmente y se quedó obsoleto debido a su excesiva censura que no aguantó por la presión del público, que buscaba en el cine mayor realismo y nuevas narrativas. “A partir de los 50 el código empezó a quedarse anticuado, y el público empezaba a demandar películas más y más realistas (influenciado sobre todo por las nuevas corrientes del cine europeo), por lo que la aplicación de éste empezó a relajarse poco a poco y se hizo una reforma, pero en los años 60 era ya tan obsoleto e inservible que fue abolido completamente en 1966.”¹⁶.

Este es un perfecto ejemplo del tratamiento didáctico sobre el entretenimiento que supone una película de ficción. Su creación y aplicación como código estuvo fundamentalmente influenciados por preocupaciones políticas y morales conservadoras más que por los aspectos educativos y sociales del cine, pero sirvió como precedente de la problemática existente en cuanto al contenido de los productos audiovisuales de ficción. “Precisamente por estas razones, se plantea en torno al Séptimo arte una dicotomía: por un lado, es considerado como un excelente medio educativo; pero, por el otro, se le acusa de convertirse en una mala influencia a través de la imitación de conductas” (Ortiz, 2016: 6).

La imitación de conductas por parte de los espectadores es el principal argumento que debería tenerse en cuenta, según los contenidos que aparecen dentro de las series de ficción y cómo se tratan estos (cómo se cuenta y cómo se narra). El atractivo y *appeal* con el que cuenta el cine y la televisión provoca que también pueda convertirse en una herramienta para crear conductas e informar sobre ciertos hábitos de manera más efectiva y natural, en contraposición a la creación de dependencias y hábitos de consumo insalubres por imitación de lo que ocurre en pantalla.

“Besides ‘regular’ alcohol advertisements, however, adolescents may also be exposed to more implicit alcohol-related cues, in music videos, movies and television programmes like soaps. There is reason to assume that these indirect cues may have stronger effects on audience perceptions and behavior than commercial messages, whose persuasive intentions can be more easily inferred and resisted.” (J. van Hoof et al., 2009: 422).

Las drogas, y en menor medida el alcohol por su suavizados efectos adversos, parecen estar más relacionados con el desarrollo de la trama o los personajes, es decir son elementos enlazados a problemas narrativos. Sin embargo, el tabaco tiende a ser un *prop* o accesorio más del personaje que le da un estilo *cool*. “Prime time smokers are likely to be cast in lead roles which present strong and enduring characters. Social learning theory suggests that these acts may provide

¹⁵El Rincón del cine: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/417_8489.pdf

¹⁶El Rincón del cine: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/417_8489.pdf

attractive role models for youth as well as adults and serve to counter or reduce the effect of public health messages about smoking” (Cruz & Wallack, 1986: 699)¹⁷.

Es en estos casos cuando debe analizarse en profundidad qué aporta en positivo al entretenimiento y qué aporta en negativo en materia de educación social la representación de estos elementos.

“Adolescents may get the impression that alcohol consumption in the morning and early afternoon is a normal thing to do. They may also learn that drinking is a normal reaction to problems, it may help to drown or solve them, excessive alcohol use is a valid excuse for irresponsible behavior and it is possible to drink before or during working hours without malfunctioning. Not only are the main characters frequently involved in such problematic alcohol-related situations but the series also fails to portray the negative consequences of such behavior.” (J. van Hoof et al., 2009: 428).

Como la revisión bibliográfica parece demostrar estos comportamientos nocivos —alcohol, drogas, tabaco— son siempre usados como iniciadores de sucesos o como respuestas ante estos sucesos, normalmente traumáticos. En primer lugar, esto provoca una implicación emocional que seduce al espectador hacia la aceptación de la representación establecida en el contenido concreto.

“Alcohol cues in commercials and watching characters consuming alcohol on screen might lead to drinking through the mechanism of imitation. Research on imitation and substance use (Quigley and Collins, 1999) strongly support the assumption that when people are in the company of a drinker, the drinking pace of the other affects individual drinking rates. There are at least two reasons why this effect occurs: direct imitation and identification. There is a great amount of evidence from neuroscience and psychology showing that people automatically and outside awareness are ‘wired’ to take over each other’s behavior.” (Engels et al., 2009: 245).

Y en segundo lugar, legitiman formas insalubres de lidiar con problemas como la depresión, el estrés, la muerte, etc. “The social, sexual, emotional, and financial consequences of use are more commonly depicted as positive than negative, whereas the legal and physical consequences of use are generally depicted as more negative than positive” (Primack et al., 2008: 6).

Además, queda ampliamente demostrado que estos contenidos tienen un efecto directo en el consumo real de tabaco y alcohol. “For instance, viewing smoking in movies prospectively predicts a substantial proportion of adolescent smoking initiation. Alcohol use in movies and promotions is also linked to actual alcohol use” (Primack et al., 2008: 2).

2.5. Valores asociados a los hábitos nocivos y su reflejo en la publicidad actual.

La publicidad solo refleja valores que ya hayan sido aceptados y legitimados por la sociedad en general. Normalmente, estos valores se asemejan a aquellos representados en los medios de comunicación y otros agentes socializadores. Lo que bien es cierto es que la publicidad selecciona la representación más ideal desde un punto de vista comercial, para así poder convencer y seducir a los consumidores de la compra y el consumo de ciertos productos. Esto puede provocar una banalización o despreocupación por los efectos adversos que estos productos llegan a tener.

¹⁷ A pesar de que la cita es de 1986, y la tendencia en cuanto al *lead role* que puede tener el tabaco no son totalmente aplicables debido a ser una época distinta, las implicaciones y consecuencias de la *social learning theory* siguen invariables.

“Culturally supported habits of smoking, drinking, and other drug taking claim many more victims than any deficiency in medical care or delivery. Lifestyles sustained by mass media entertainment and advertising influence life expectancy much more lives than highly publicized chemical and physical risks” (Resnik, 1990: 53). Todo esto debe ser estudiado bajo un marco de regulaciones legales que será introducido en el siguiente capítulo. Aunque de primeras puede reconocerse a simple vistazo de televisión, una general falta de firmeza en la aplicación y correcta cumplimentación de estas leyes.

“En este sentido, según Del Pozo (2001), podríamos asociar la permisividad o la laxitud en la aplicación de normas legales en materias de alcohol y tabaco con uno de los factores de riesgo más estudiados en materia de prevención de consumos de estos dos productos: la sociedad muy permisiva hacia el uso del alcohol y drogas” (Del Pino, López-Sánchez, & García del Castillo, 2009: 207).

El alcohol y el tabaco han sido productos normalizados y aceptados dentro de la sociedad, que solo ha llegado a denigrar sus facetas más oscuras (por ejemplo., muertes por altas dosis de alcohol o jóvenes con cáncer de pulmón), pero no llegan a provocar un freno a la hora de desincentivar el consumo estos productos que han conseguido brillar gracias a diferentes apropiaciones culturales según la época —los valores que una parte de la sociedad les ha dado, y el resto de la sociedad ha ido retroalimentando.



La imagen de la página superior representa un anuncio de 1920 de la marca Kensitas, promocionando el uso de cigarrillos como un saciante del apetito y para evitar picar entre comidas.

A pesar de la antigüedad del anuncio, aunque esta apropiación era algo común en el momento, productos como el tabaco o el alcohol se siguen apropiando de ciertos usos relacionados con el bienestar físico y mental — se fuma para meditar, se bebe para relajarse, etc. “Tobacco, alcohol, and other addictive substances lend themselves to a variety of appeals that have, or can be made to have, powerful attractions. Advertising and promotion carry that power into vision of life far beyond the immediate reality of the substances themselves” (Resnik et al., 1990: 57).

Existe una relación de retroalimentación entre las marcas de tabaco, las agencias de publicidad, el cine, la tv, la música, los libros, los valores individuales que le da cada consumidor y el resto de la sociedad — empieza en un punto u otro, si la resemantización es suficientemente atractiva y poderosa pasará por el resto de elementos hasta que se pierda la pista del origen. “Tobacco, alcohol, and other drugs touch people’s lives in two ways. As substances they lend themselves to a broad range of uses and abuses. But as global industries they exert an even more pervasive

influence. Through ownership, investment, and other controlling interests in many of the largest consumer industries, they command wide patronage of mass media” (Resnik et al., 1990: 54).

La publicidad de alcohol y tabaco se ha basado principalmente en la exaltación de los aspectos sociales positivos de estos hábitos nocivos para la salud. En el caso del alcohol, se refieren a la inclusión dentro de un grupo, el atractivo, y la presencia o participación en eventos o acciones deseadas. “The lifestyle appeals extolling generic benefits of drinking rather than specific brand characteristics were, in order of prevalence, social camaraderie, masculinity-femininity, escape, elegance, romance, adventure, social acceptance, sexuality, social esteem, and success” (Resnik et al., 1990: 99).

Se podría llegar a decir que el consumo de una cerveza se asimila a un poción mágica que tinta cualquier situación de una forma mejorada, algo que se convierte casi en un mito. “Content analysis suggest that many alcohol advertisements link drinking with valued personal attributes (eg, sociability, elegance, physical attractiveness) and with desirable outcomes (eg, success, relaxation, romance, adventure). These portrayals are largely positive or neutral and often associating drinking with positive consequences or desirable attributes” (Grube & Waiters, 2005: 343).

Tenemos el ejemplo del anuncio de Martini “La suerte es una actitud”¹⁸, donde se comparan dos situaciones, una de ellas más optimista y favorable que se asemeja al consumidor ideal de la marca. “Participants generally concurred with the finding that alcohol commercials positively affected their attitudes towards alcohol, explaining that the alcohol commercials triggered their attention to alcohol and made drinks more appealing” (J. van Hoof, 2009: 427).

Además, el uso del alcohol también puede entenderse como una forma de explicar la narración al espectador. En publicidad, esto se hace incluso en anuncios donde no se promociona ninguna marca de alcohol, pero de manera implícita se hace uso de este recurso como una elemento para contextualizar rápidamente el anuncio. “In Western art and literature, drinking tends to be associated with relaxation, sociability, and coping with the rules and pressures of the game of life. As a stock literary and dramatic device, drinking provides pauses, bridges, and transitions. Getting drunk is supposed to help shed inhibitions and show the inner or other self, with comic or tragic effects” (Resnik et al., 1990: 98).

En el caso del tabaco, su presencia en la televisión española es inexistente y se centra en cartelería y otros esfuerzos comerciales dentro del punto de venta habilitado. Su presencia dentro de series y películas tiene más posibilidades y facilidades, aunque no se suelen realizar apariciones de marcas concretas debido a restricciones legales y así también las marcas evitan una asociación directa que pueda desembocar en alguna problemática de relaciones públicas por las quejas de espectadores o otros grupos de presión — es común crear marcas falsas o que no se distinga la marca pero si se pueda promocionar el hábito de consumo. En cualquier caso, se representa al tabaco de forma atractiva, poderosa y aventurera.

El uso del tabaco, y también el alcohol, para aportar pequeñas pistas estereotipadas y positivas para el consumidor hace que, en el caso de no estar informado o contar con una opinión poco rígida, pueda servir de motivación para comenzar estos hábitos, desinhibirse de posibles frenos sociales (temas de salud), o reforzar el consumo de estos productos. “In order to sell death successfully, Fine concluded, the advertising campaigns establish associations between smoking and the themes of scientific risk reduction (lower tar, filters, and so on), humorous relief, macho illusions, female independence and creativity, and the natural good life” (Resnik et al., 1990: 97)

El incremento de la presencia del tabaco dentro de ambientes ficcionales se entiende más allá de las regulaciones legales. Convencer de la posible desnegativización de los valores asociados al

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=Fx4K2YpvqF4>

tabaco puede conseguirse de manera más orgánica y natural si se produce dentro del contenido de una serie de ficción, que muchas veces logra confundir al espectador entre lo que es ficción y lo que es realidad.

En el caso de las drogas, su consumo se ha asociado más con la contracultura o con una forma de oponerse a las normas de una sociedad determinada. Es por esto que las drogas que se han estudiado han sido aquellas consideradas ilegales o alegales, por lo que no han sido promocionadas y anunciadas dentro de la publicidad, quedando así fuera del presente trabajo.

Una faceta que podría estudiarse y queda dentro del marco de la publicidad, son las drogas médicas permitidas. En EEUU, este supone un problema que va creciendo debido a su consumo desmedido por jóvenes y adultos, y podrías desembocar en una nueva línea de investigación, bajo el título *cómo las series de ficción representan el consumo de drogas recetadas como Ritalin, Xanax o el Valium*.

2.6. Restricciones legales en la publicidad de hábitos nocivos (tabaco, alcohol, y otras drogas).

Para introducir este apartado, es interesante refrescar la legislación española actual en cuanto a las restricciones legales que sufren productos como el tabaco y el alcohol en su promoción publicitaria —las drogas que se han analizado y estudiado se consideran ilegales, o alegales, y por lo tanto no cuentan con posibilidad ni legislación en lo referente a la publicidad.

Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad¹⁹:

Además de estas disposiciones generales, introduce una serie de restricciones específicas a la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco.

- Prohíbe la publicidad de tabacos, y de bebidas con graduación alcohólica superior a 20 grados centesimales por medio de la televisión (art. 8.5).
- Prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas y tabacos en aquellos lugares donde esté prohibida su venta o consumo (art. 8.5).
- Prohíbe en televisión cualquier forma, directa o indirecta, de publicidad de cigarrillos y demás productos del tabaco (art. 10).
- Establece que la publicidad de bebidas alcohólicas no podrá estar dirigida específicamente a personas menores de edad, ni presentar a menores consumiendo dichas bebidas. No podrá asociar el consumo de alcohol a una mejora del rendimiento físico o la conducción de vehículos, ni dar la impresión que su consumo contribuye al éxito social o sexual, ni sugerir que estas bebidas tienen efectos terapéuticos, estimulantes o sedantes o que ayudan a resolver conflictos. No deberá estimular el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas u ofrecer una imagen negativa de la sobriedad (art. 11).

Por otro lado, la Ley 25/1994, de 12 de julio, de Actividades de Radiodifusión Televisiva, complementa y refuerza las restricciones señaladas por la Ley General de Publicidad en materia de publicidad con respecto al alcohol y al tabaco.

¹⁹SaludMadrid Agencia Antidroga: <http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=filename=La+publicidad+de+bebidas+alcoholicas+y+tabaco+Vol.+1.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1220504633076>

Así de esta manera, y bajo estas limitaciones, se impone el uso de *product placement* o emplazamiento de producto cuando se desea promocionar estos productos dentro de la narrativa de ficción de una serie o película. “Esta prohibición legal es la que explica que en ficción, tanto en seres como en el cine, el alcohol y el tabaco han sido dos de los productos más emplazados en los últimos tiempos, tanto de manera explícita —*product placement*— como de forma más encubierta y estratégica, sin perder por ello un ápice de notoriedad y eficacia” (Del Pino, López-Sánchez & García del Castillo, 2009: 218).

Además, esta práctica sufre una regulación similar tanto en EEUU como en España, por lo que aporta una visión globalizada del caso en estudio. El “*product placement* o emplazamiento de producto, fórmula publicitaria que, como su nombre indica, integra el producto dentro de un escenario ficcional, algo que es cada vez más frecuente encontrar en los textos audiovisuales, así como en algunas obras literarias y gráficas, y que significa una nueva muestra de la hibridación entre publicidad y entretenimiento” (Hernández-Santaolalla, 2010: 373).

Por ejemplo, en la televisión española se puede apreciar un progresivo cambio desde los primeros casos de emplazamiento de producto que se irían repitiendo de forma metodológica, en cuanto al emplazamiento de cervezas por ejemplo, en el resto de series producidas a partir de los 90’.

“En el capítulo 106 de “Farmacia de Guardia” (emitido el 17/03/1994) los personajes acuden a un nuevo bar ubicado a las puertas de la farmacia. La cerveza Mahou está presente con una variada y extensa apariencia: en las sillas y las sombrillas, de la terraza, los servilleteros.... A partir de este momento ir a tomar una cerveza después de la jornada laboral era casi obligada en los guiones[...] Era solo el comienzo, prácticamente es la primera vez que, de manera continuada y explícita, se exhibe la presencia de alcohol impunemente en un programa de ficción con un *target* familiar, donde buena parte de la audiencia está compuesta por menores.” (Del Pino, López-Sánchez & García del Castillo, 2009: 208).

La inclusión de estos productos de una forma orgánica y natural también exime la aparición de avisos o informaciones propios de estos productos: “<<Fumar puede matar>>; <<Bebe con moderación: es tu responsabilidad>>. Son dos de las muchas frases que hoy deben estar impresas por ley en los envases —cajetillas, botellines, botellas, latas, etc— que albergan alcohol y tabaco” (Del Pino, López-Sánchez & García del Castillo, 2009: 218).

A pesar de estas estrictas leyes para promocionar estos productos, la realidad es que los anunciantes e interesados encuentran en la publicidad la herramienta necesaria para acceder a sus objetivos evitando de forma estratégica cualquier prohibición.

“Las posibilidades para publicitar productos nocivos son amplias, casi a la carta del anunciante. Como reflexiones, la publicidad actúa como un factor de influencia sobre el comportamiento, presentando modelos atractivos, con éxito social para el público objetivo y como elementos claves para la persuasión publicitaria. El gran objetivo de los anunciantes de tabaco y alcohol es conseguir que los jóvenes asocien sus productos con diversos valores considerados por ellos como positivos o importantes, y que la acción de consumo va ligado a la <<diversión y aventura>> entre otros. Así, se estimula y se aliente el deseo de consumir estas sustancias nocivas para la salud. Estas asociaciones se dan con la marca y con los productos en sí mismos.” (Del Pino, López-Sánchez & García del Castillo, 2009: 222).

Desde este punto de vista más estratégico, las marcas de tabaco y alcohol, como se ha visto en el eje de este trabajo, parecen buscar que se incentiven ciertos tipos de hábitos de consumo dentro del contenido de estas nuevas series de ficción, más aún que la promoción de marcas concretas. “Furthermore, 85% of the movies portray smoking behavior, of which only 28% refers to specific cigarette brands” (J. van Hoof, 2009: 422).

Para conseguir esto, pueden encontrarse maneras implícitas que permitan rodear las restricciones legales existentes y disponer de carta blanca a la hora de crear contenidos que contengan este tipo de hábitos nocivos. Con la desaparición de marcas concretas, y teniendo en cuenta que el contenido que se muestra es de ficción, no existe una regulación que se le dedique a estos casos.

Es en este momento donde cobra especial importancia la existencia de leyes que protejan a los espectadores, para evitar su confusión y adoptar una serie de herramientas que le sirvan de apoyo informativo —como se ha ido mencionando varias veces, lo que es real y lo que no lo es se presta a confusión dentro de las series de ficción. Esta tendencia podría suponer el uso de las series de ficción como nueva plataforma de publicidad, sin límites creativos ni jurídicos. La única regulación sobre los contenidos es la expuesta por ciertos organismos públicos y los organismos de autorregulación de los grupos privados. Realmente, esto solo condiciona de cierta manera los horarios de emisión o ciertas preocupaciones a tener en cuenta antes de emitir dicho contenido, pero no crean cambios sobre el contenido ni limitan el desarrollo de los mismos.

“Real Decreto 410/2002, que en la práctica consistió en convertir en norma legal y por tanto de obligado cumplimiento el acuerdo voluntario. El Real Decreto 410/2002 establece las siguientes categorías de programas y las señales visuales que deben mostrarse al principio de cada programa y tras cada interrupción publicitaria durante al menos 5 segundos, y acústicas durante al menos 1 segundo:

- Especialmente recomendado para la infancia (opcional): identificado con un símbolo de color verde y sin señal sonora.
- Para todos los públicos: sin ningún símbolo y sin señal sonora.
- No recomendado para menores de 7 años: con un símbolo amarillo con un 7 en su interior y sin señal sonora.
- No recomendado para menores de 13 años: con un símbolo amarillo con un 13 en su interior y sin señal sonora.
- No recomendado para menores de 18 años: con un símbolo rojo con un 18 en su interior y con una señal sonora.
- Programa X: con un símbolo rojo con una letra X en su interior y con una señal sonora.” (Tur, Lozano, & Romero, 2008: 50).

En consideración a este decreto, otros organismos delegan la responsabilidad social y legal en el mismo espectador. Estas pistas deben servir como herramienta para que el espectador regule su visionado según sus condiciones personales, o en el caso de la protección del menor — caso en el que se limita establecer franjas horarias para contenidos aptos de visionado sin la supervisión de un adulto. “El Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia. El organismo supervisor es Autocontrol. Como se deduce del acuerdo, las emisoras de televisión no se hacen responsables de la protección de los menores sino que consideran que es cuestión de padres y educadores (coregulación)” (Tur, Lozano, & Romero, 2008: 50).

Un caso interesante que rodea tanto las legislaciones de tipo explícitas, por la falta de promoción de marcas concretas, como de tipo implícitas, debido a que el contenido está dirigido directamente a los menores, es el de aquellas películas infantiles de animación donde se aprecian un consumo de tabaco y alcohol. “More than two thirds of animated children's films feature tobacco or alcohol use in story plots without clear verbal messages of any negative long-term health effects associated with use of either substance” (Goldstein, Sobel, & Newman, 1999: 1136).

Esta referencia, a pesar de tener unos resultados obtenidos en un contexto geográfico y temporal diferente al actual, muestra que las regulaciones sobre el contenido implícito están poco preparadas para servir como filtro, llegando a los casos de ver películas dirigidas al público infantil donde no se condenan hábitos insalubres de forma explícita.

Más en profundidad, se pueden esclarecer conclusiones similares a las revisadas en cuanto a los valores representados en la narrativa de ficción sobre el consumo de alcohol y de tabaco. Por un

lado, la inclusión positiva de estos comportamientos. "Because the portrayal of tobacco use in animated films is also correlated with the portrayal of alcohol use, children are clearly seeing positive images of addictive substances that their parents, teachers, and society all discourage" (Goldstein, Sobel, & Newman, 1999: 1135).

Por otro lado, el uso indiscriminado en cualquier tipo de personaje sin tener en cuenta estos comportamientos como herramientas narrativas para determinar personalidades o estereotipos. "Frequently, more than 1 character per film is using each substance and, in most cases, it is just as likely that a good character is using the substance as a bad or neutral character. The depiction of tobacco and alcohol products in animated films is not limited to a single production company and depictions are no less frequent now than in previous decades" (Goldstein, Sobel, & Newman, 1999: 1134).

Ante las evidencias anteriores, una gran mayoría de los contenidos que involucren hábitos nocivos están asociados a personajes de ficción que se identifican con los espectadores, como se comprobó en el capítulo dedicado a los valores representados dentro la narrativa de ficción.

3. Análisis práctico.

La parte práctica de este Trabajo de Fin de Grado consiste en la realización de un *focus group* y el posterior análisis del contenido obtenido durante su desarrollo. Esta dinámica de grupo responde a una metodología cualitativa que complementa la revisión bibliográfica planteada en el marco teórico. Las conclusiones pretenden exponer una serie de opiniones, percepciones y actitudes ideadas por una muestra que se asemeja en cierta medida al *target* o público objetivo de las series seleccionadas.

Como se comentó en la metodología, las tres series que forman parte del corpus de esta investigación son *Shameless (US)*, *Kingdom* y *Skins (UK)*. Los participantes del grupo de discusión fueron informados sobre las mismas y se le facilitaron los medios para visualizar la primera temporada de cada una de ellas. Bajo estas indicaciones previas, el focus group pretende crear una atmósfera donde los participantes expongan sus impresiones sobre el contenido de las mismas y se intentará dirigir la conversación hacia la relación de estas series con el consumo de tabaco, alcohol, y otras drogas.

Con esta discusión se pretende esclarecer algunos de los contenidos desarrollados en el marco teórico y conocer el punto de vista de los espectadores.

Ficha técnica:

ENTREVISTA	
Moderador: Julián Garrido	
N.dinámica: 1	Ámbito: Sevilla
Fecha: 23/05/2018	Hora: 18:00 hs.

Técnica utilizada: Dinámica de grupo (<i>focus group</i>)	
N. participantes: 6	Tiempo de duración: 1h 40 min

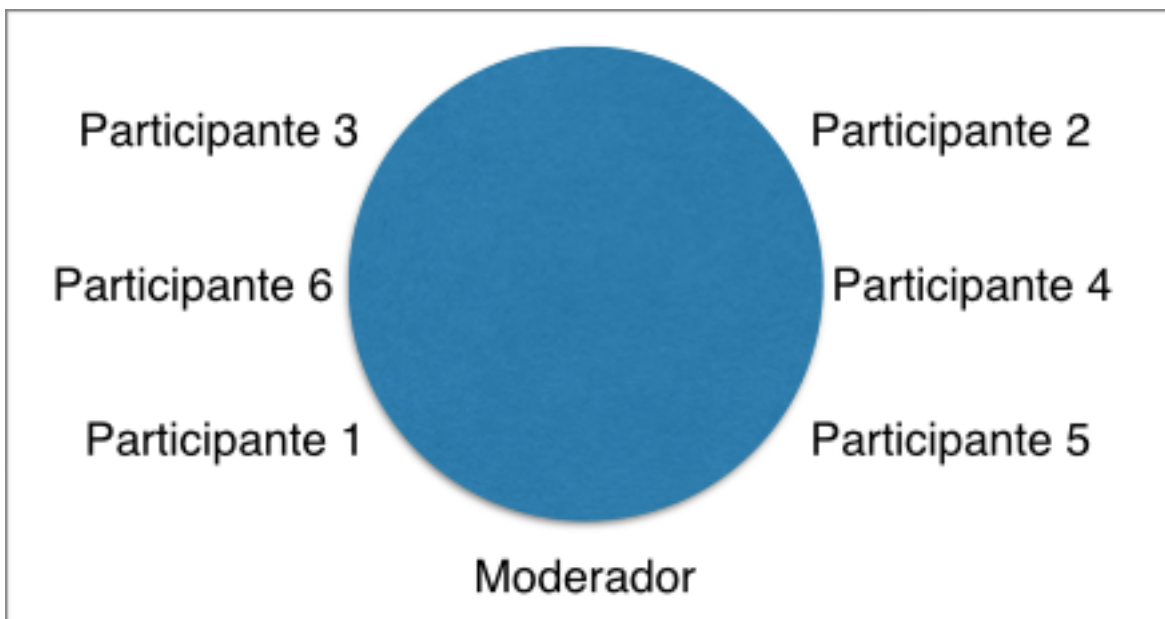
ENTREVISTADOS	
Intervalo de edad: 18-52 años	Hábitat: Sevilla
Clase social: Clase media	

Nombres	
Participante 1 (22 años)	Participante 4 (51 años)
Participante 2 (21 años)	Participante 5 (24 años)
Participante 3 (18 años)	Participante 6 (20 años)

Observaciones del moderador:

El local utilizado para la reunión ha sido un plató de grabación muy bien iluminado y espacioso, que no contaba con elementos que distrajeran a los participantes (solo había focos y las sillas colocadas en círculo junto con botellas de agua y algún aperitivo). El lugar fue escogido a propósito para crear un ambiente donde se pudieran sentir cómodos para hablar de series y películas de ficción, y fomentar así que el tema no fuera extraño como podría haberles resultado si se hubiera utilizado una sala aséptica. La edad oscilaba entre los 18 y los 52 años, aunque la preponderancia era hacia las edades más jóvenes. Todos los entrevistados eran seriéfilos que habían visionado con anterioridad las series que forman parte del corpus de análisis de este trabajo.

Diagrama de posición de los participantes:



Observaciones globales sobre el grupo de discusión:

1. El grupo se conoce entre sí en ciertos casos. Esto se debe a que han sido seleccionados por el moderador en su búsqueda de participantes voluntarios para el grupo de discusión — como ya se comentó en la metodología, se pueden utilizar las redes personales para la selección de participantes, según los autores Amo, Barbour, y Morata (2013: 83). Este factor les aporta cierta confianza para hablar sin sentirse incómodos.
2. La primera situación es de expectativa debido a que no conocen realmente de qué deben hablar. Tras una par de preguntas introductorias, la tensión se relaja y van interactuando sobre los temas que más les interesan.
3. La actitud que adoptan frente a la figura del moderador es a veces de excesiva confianza. Aunque esto disminuye cuando se les pide que pongan ejemplos y se centren en hablar de las series que han visto.
4. El objetivo común parece ser el de expresar la opinión propia, más que la de escucharse unos a otros. Se llegan a conclusiones y opiniones comunes, pero todo el mundo desea matizar su visión.
5. Hay una clara predisposición a participar en la dinámica de grupo.

6. A pesar de diferir en algunas opiniones, como norma general se alcanza el consenso al tratar los diversos los temas.
7. Dos miembros del grupo, Participante 6 y Participante 2, fueron menos activas o reprimían sus intervenciones. Esto puede deberse a que otra participante, Participante 3, que se sentaba entre ambas, adoptó un rol de protagonismo debido a sus numerosas y extensas intervenciones.
8. El grupo optaba por usar ejemplos que se referían a conocidos suyos antes de hablar de su propias vivencias. En el caso de hablar de sí mismos, se reflejaba el concepto de “invulnerabilidad percibida”, es decir, reconocían que percibían ciertos elementos aunque a ellos no les influyeran como a los demás.
9. Ante los primeros momentos de duda, se buscaba la afirmación en el moderador. Tras tratar un primer tema en profundidad, los participantes aumentaron su interacción y esperaban al asentimiento o la refutación de lo dicho por el resto de voluntarios.
10. No hubo silencios significativos. Las pausas realizadas para mostrar los tráilers y las imágenes del ejercicio de asociación sirvieron a los participantes como momento de reflexión y ordenación de las ideas. Por lo demás, la conversación fluyó de forma natural.

A destacar de este *focus group* fue la realización de un ejercicio o técnica de asociación de ideas según las imágenes de varios personajes de las series de ficción seleccionadas. Los participantes, al mostrarles las diferentes fotografías, procedieron a asociar palabras, estilos de vida o pequeñas impresiones sobre los personajes que aparecían en las mismas. Esta técnica proyectiva fue muy útil a la hora de centrar la discusión en las series del corpus de análisis y evitar hablar de otras series o divagar excesivamente en las declaraciones. El objetivo es “el de entender a los informantes, y entender los mecanismos que operan en ellos” ((Báez y Pérez de Tudela, 2007: 202).

Las dificultades y limitaciones del *focus group* que se han enfrentado han sido:

- se producen barullos entre los participantes y al final nadie comenta nada con claridad.
- los inconvenientes a la hora de cuadrar horarios para los voluntarios del *focus group* provocó que de los 12 voluntarios iniciales solo pudieran asistir 6.
- la dificultad intrínseca de esta herramienta para analizar de forma objetiva y estructurada el contenido obtenido (lo que muchas veces repercute en la crítica generalizada de falta de validez de los resultados de cualquier estudio de tipo cualitativo).
- la transcripción fue compleja debido a la ortografía y puntuación, a veces inexacta.

Lo propio del análisis cualitativo es que demanda descripción, interpretación y explicación (Báez y Pérez de Tudela, 2007: 240). Así que tras la realización del *focus group*, el análisis sugiere una aproximación al nivel consciente y preconscious de los voluntarios participantes (Báez y Pérez de Tudela, 2007: 242). Preconscious, que no inconsciente, porque una vez que los voluntarios empiezan a indagar sobre lo que han visto sacan sus propias conclusiones sobre cosas que consideraban involuntarias, pero que ahora son racionalizadas. Esta idea es muy útil para clarificar la profundidad del análisis procurado frente a los datos obtenidos y, que además, facilita el uso de este análisis para futuros investigadores que quieren retomar la investigación a niveles más motivacionales —sirviendo esta investigación como base teórico-práctica previa.

Además, esto puede justificarse debido a las tres categorías observables dentro de esta parte práctica. Los participantes comparten, en general, comportamientos y opiniones (nuevos modelos de series y diferencias España y EEUU), pero cuando profundizan más sobre algunos temas o interactúan entre ellos llegan a conclusiones comunes, indagando sobre estereotipos y percepciones (la representación mental que tienen de los comportamientos), que es la parte más

interesante de este análisis debido a que sus conclusiones servirán para dar respuesta a la preguntas de investigación desarrolladas para este Trabajo de Fin de Grado.

Por esto, puede decirse que el análisis cuenta con una tipología formal y estructural, sin llegar realmente a indagar sobre el aspecto motivacional. A pesar de un acercamiento al análisis de tipo interpretativo debido al carácter conceptual de algunos temas, el contenido obtenido no aporta lo suficiente como para atribuir significados inconscientes al estudio.

Ya que el material disponible para este análisis cualitativo es la transcripción del *focus group*, se procederá al análisis, síntesis y elaboración de conclusiones sobre la misma. Este proceso se centrará sobre todo en determinar una estructura interna, categorizar los temas tratados, y sintetizar todo esto en una serie de reflexiones relacionadas con los conocimientos extraídos del marco teórico.

3.1. Secuencia de los temas.

Tema 1—> Confusión entre lo que son las series de ficción y las series con temática de ciencia ficción. Los participantes acuerdan que la mayoría de series y productos que consumen son ficcionales.

PARTICIPANTE 1: “Sí, sí es ficción, es como una mentira por así de decirlo.”

PARTICIPANTE 5: “Entonces, según eso todas las series son ficción.”

PARTICIPANTE 1: “Efectivamente.”

Tema 2—> Series españolas vs series americanas. Se comentan series que han visto hace poco y que les han marcado (*Friends*, *Juego de Tronos*, etc). Al mencionar *La Casa de Papel*, algunos participantes comentan que les ha sorprendido la calidad de la serie:

PARTICIPANTE 5: “Todo el mundo dice que está bien la verdad. Pero a mi me han dicho lo típico de <<está bien, no se qué, pero está bien para ser española...>> Y eso a mi...”

Con esto se inicia una conversación sobre cómo entienden o definen a las series españolas. Por un lado, se espera que su calidad sea menor que las series extranjeras, sus tramas y finales son más esperados, y otros prejuicios alrededor de estas. En contrapartida, elogian ciertos aspectos de las series americanas. Aunque todos comparten que tiene elementos muy típicos y repetidos:

PARTICIPANTE 4: “¿Las americanas? Si son de ciencia ficción siempre aparece el espíritu del pasado o algo similar.”

A pesar de esta crítica, similar a lo que decían sobre las series españolas, las series americanas se consideran más innovadoras y de mayor calidad visual, historias más sorprendentes, capítulos más independientes y menos monótonos, mayor inversión económica... Además, acusan a las series españolas de intentar imitar de forma fallida las series exitosas extranjeras. Este fracaso se debe a que no consiguen imitar el tono, que en el caso de las españolas pierde su aspecto motivacional:

PARTICIPANTE 5: “Yo que sé, yo noto como en el tono... las españolas son siempre el mismo tono ese de depresión...”

PARTICIPANTE 3: “tono super cómico más bien”

PARTICIPANTE 2: “Pero es verdad que las series españolas a mi siempre me dan un tono de telenovela...”

Tema 3—> Plataformas de distribución de contenido. Las productoras y las plataformas de emisión parecen tener gran relevancia a la hora de segmentar al público y a la hora del tipo de series que crean o emiten.

PARTICIPANTE 3: “Yo creo que el problema de las series españolas es que no se venden en una plataforma como Netflix como hacen la mayoría, sino que lo hacen en la tv pública y privada, que siempre están llenas de otros programas de rollo cotilleo. Entonces, esto ya cambia el ambiente y se ve ese tono de telenovela o... Tienden a ser eso porque la tele que la financian es así.”

PARTICIPANTE 1: “Hombre también por el público que lo ve.... Si son televisiones que puede ver todo el mundo al final hacen unas series muy generales que le guste a tu madre, a nosotros, etc...”

La plataforma de distribución del contenido dota de cierto estilo y características y crea una serie de expectativas y atmósfera para el espectador. Por otro lado, las series españolas al estar enmarcadas en un medio televisivo tienden a tener ciertas exigencias de tiempo para insertar publicidad y llegar a unas cuotas de espectadores mínimas. Es por esto buscan la aceptación general, más que crear un producto de ficción muy definido.

PARTICIPANTE 4: “Aquí en España siempre se ha criticado que se vende cantidad, los capítulos tienen que ser una hora y pico para que se meta más publicidad, para que ocupe toda la noche en la cadena, y encima aguantan poco. Si una serie española los 3 primeros capítulos no funciona la dejan en el cajón. Los americanos no, te la siguen vendiendo y puede que te enganchen en el 4 o 5 capítulo.”

Tema 4—> Retroalimentación entre el contenido de las series y la sociedad que representa. Esta retroalimentación parece ser un elemento que perciben claramente los espectadores y que también les influye al seleccionar una serie u otra, sabiendo de antemano que esperar de cada una de ellas.

PARTICIPANTE 6: “Yo creo que todo eso también depende de la cultura de cada sitio, porque claro no es lo mismo lo que se muestra en una serie española, americana o británica.”

Con este tema, los participantes abandonan un poco las series españolas y parecen centrarse de forma interesada por las series americanas en general. La sociedad americana se representa a veces de maneras muy similares, y aunque traten contenidos diversos todos, buscando una visión muy estética.

PARTICIPANTE 1: “Aún así yo creo que están bastante delimitados por.. esto hmm... el puritanismo. El que todo sea muy bonito, el espíritu americano (que nunca cae), y el que nos es americano si,etc.”

PARTICIPANTE 4: “El bueno nunca muere, y a mi por ejemplo una de las series que más me ha gustado es El Puente, que es una serie sueca o danesa, y ese tipo de series lo bueno que tiene es que no importa quién sea, si el bueno tiene que morir lo matan, si un niño tienen que matarlo pues también lo matan... Los americanos eso no lo hacen, existe ese puritanismo que tú dices que conduce o canaliza ese tipo de series ¿no?”

Tema 5—> Cambios en las series de ficción actuales. Parece ser que además de un incremento en la calidad de las producciones, también se intuye una mayor variedad de temas y una nueva manera de tratarlos (machismo, feminismo, racismo, etc).

MODERADOR: “¿Crees entonces que las series actuales son políticamente correctas?”

PARTICIPANTE 3: “No creo que lo sean, pero creo que controlan el tono para asegurarse las visualizaciones que tienen.”

PARTICIPANTE 4: “Claro, para evitar críticas.”

Según perciben los participantes, las series intentan evitar bromas o comportamientos muy explícitos que puedan generar una respuesta negativa en los espectadores. Es por esto que desarrollan los temas de forma que haya diversos puntos de vista, o al menos personajes que los representen. Uno de los temas que resulta más candente e interesante para los voluntarios es el del machismo.

PARTICIPANTE 2: “Si, pero por ejemplo el hecho de *Friends* y *Cómo conocí a vuestra madre*, que fue un intento de hacer las mismas broma, pero que fue un fracaso... En la segunda la cagan mucho más en feminismo, racismo, y etc...”

PARTICIPANTE 1: “Pero eso pasa porque intentan hacer comedia de cosas que ya han sido comedia en *Friends*, intentan ser una copia mala de *Friends*... Pero es lo que ella ha dicho, eso está hecho en.. a.. en 2004 fue el ultimo de *Friends* y ahora en 2015 hacen la mismas bromas y ahora no se entienden en el contexto y parecen ofensivas.”

Tema 6—> Impresiones sobre las series *Shameless (US)*, *Skins (UK)*, y *Kingdom*. Los participantes perciben un tono o estilo general en las tres series de tensión y adrenalina continua. Es decir, la forma en la que cuentan las cosas está pensada para que el espectador se enganche y se sienta dentro de la serie.

PARTICIPANTE 3: “Yo creo que todas siguen un rol y a la hora del montaje y la postproducción son super rápidas. Todas las series incluyen escenas con la cámara rápida o alguien corriendo, o una persecución... Y eso lo que hace es que te sube, aunque monten un drama y eso todo sigue siendo rápido... Se rompe algo, o entra el padre borracho en *Shameless*, o en *Kingdom* le pegan una paliza a uno, o en *Skins* uno se mete en algo y se revoluciona todo.... Yo creo que esa es una de las cosas esencial que tienen las series para mantener al espectador...”

PARTICIPANTE 1: “Pero es verdad que las 3 son series con historias duras pero te la cuentan de otra manera, en *Skins* de forma niñata, en *Shameless*, te lo cuentan con pena y cariño pero su vida mola, y en *Kingdom* crean heroes de todos los personajes...”

Las series muestran situaciones desfavorables de forma continuada, pero consiguen contarlos de manera apasionada y con un aspecto cool que consigue que los espectadores se sientan atraídos hacia ellas, casi como en un ejercicio de seducción.

PARTICIPANTE 3: “De hecho yo viendo *Shameless*, como es la que más me he visto, y aunque tu veas una situación de mierda, y extrapolas la situación a algo que tú ves por ejemplo aquí en Sevilla en un barrio chungo como las 3000, pero cuando lo ves en la serie te entran ganas de meterte en esa situación, dentro de la familia Gallagher cuando tu eso no lo harías con una familia de un gueto de aquí... Son los mismos problemas, pero lo cuentan de otra manera de forma apasionante, y aunque sea una mierda no lo parece.... Fiona por ejemplo tiene una vida, que trabaja en un bar que eso aquí sería bar Casa Manolo (risas), es que es real... Pero ese bar te parece un bar guay, y una vida guay, y una ciudad guay, y en verdad está viviendo en las 3000 viviendas de Chicago, están viviendo en un suburbio...”

También se reconoce que ante ciertas imágenes o escenas muy explícitas, pueden llegar a sentir desagrado o repulsión, pero esto ocurre en muy pocas ocasiones y no te impide volver a disfrutar después.

PARTICIPANTE 5: “Vale, ese tono puede ser normalmente, pero siempre hay algún capítulo que... Por ejemplo, el 2º capítulo de *Kingdom* donde le quitan el oso al gordo que está el nota en lo de la cárcel...”

PARTICIPANTE 3: “Porque es más explícita la violencia, pero en cambio también yo veo un tío peleándose en la calle y eso me repugna, pero lo veo en *Kingdom* y me lo mezclan con el tema del sentimiento de las mujeres, la familia, la frustración del luchador, etc...”

Tema 7—> Representación de los personajes ficticios. Al mostrar a los personajes desde la empatía y casi la adoración, se crea una dinámica en la que el espectador encuentra en ellos siempre una justificación a cualquier de sus actos.

PARTICIPANTE 2: “Yo creo que también algo que caracteriza a estas 3 series es que el que se supone que es el ser más repugnante, como en el caso de Frank Gallagher o Jay de *Kingdom*,... Y también el Tony en *Skins*, que lo odio, yo conozco a estos tíos en mi vida cotidiana y los considero los seres más despreciables que me puedo echar a la cara, y luego en algún momento de la series o el capítulo te da pena... como lo que le pasa a Tony con la hermana, aunque se lo haya buscado el tío por ser así de despreciable...”

A pesar de cometer actos negativos o en principio maliciosos, la representación parece optar por conseguir la benevolencia de los espectador. Pueden odiarlos a momentos, pero no dejan de profesarle cierta simpatía.

PARTICIPANTE 4: “Si, Jay, que es el hermano que parece el más drogata y el más tirado, pero después es el único que se preocupa por la familia y ayuda a la madre y etc...”

PARTICIPANTE 3: “Pero si es verdad que crean una figura de odio/amor, porque con Frank Gallagher es total... Aunque sea un desastre con los novios y eso, pero después lo dejan abandonado en Canadá y te da una pena... pobrecillo...”

Según el consenso de los participantes, esta capacidad es algo propio e inherente a las series de ficción, y en concreto a las series de carácter dramático.

Tema 8—> Comportamientos representados versus comportamientos en la vida real. Sobre el tabaco o el alcohol no se habla en un principio. Las drogas parecen dominar la curiosidad y la atención de los participantes. El hecho de que observar esos comportamientos dentro de las series no les afecte para nada y llegué a parecerles elementos que aportan dinamismo y *appeal* les choca con la que sienten en la vida real frente, por ejemplo, a las drogas.

PARTICIPANTE 5: “Pero cuando ves esas situaciones británicas o americanas piensas que guapo es esto, pero ¿eso por qué? Si fuese aquí en Sevilla y vas a una fiesta donde se meten coca no te parece tan guay.”

PARTICIPANTE 1: “Claro, pero también es que lo estás viendo a través de la tele...”

PARTICIPANTE 3: “Es que es eso, en una situación real tu te echarías para atrás y no lo verías tan guay..”

Además, las series seleccionadas en el corpus parecen tener una reiteración constante al mostrar alcohol, y otras drogas más duras.

PARTICIPANTE 6: “Si, yo creo que en general las tres series aparecen drogas en plan alcohol, porros o lo que sea, y también drogas más duras, y sexo también.... Son cosas en común en las 3. Hasta en *Kingdom* que no es tan así, el hermano luchador que se llama Jay también se toma algo, y la madre... Aparecen en las 3 y como que normaliza estas cosas....”

Tema 9—> Hábitos de consumo ante situaciones determinadas. La presencia del consumo de sustancias como el tabaco, el alcohol y otras drogas parece venir justificada como iniciadora o a posteriori de situaciones dramáticas. Se usa el termino justificación porque como comentan los participantes, aunque en ocasiones los personajes en sí no sean los modelos prescriptores de este tipo de consumos, al espectador no le resulta extraño debido a las situaciones que se le asocian.

PARTICIPANTE 2: “Y está visión no creo que sea la realidad en todas partes, y ya encima lo relacionan con el sexo, las drogas y el alcohol... Como que los comportamientos que tienen son justificados... Normal que Fiona se drogue si con los problemas que tiene no es para menos... Se tiende a justificar ciertas acciones tanto por el sitio en el que están residiendo como por los problemas que tienen... Y entonces el espectador tiende a justificar las acciones que hace y a empatizar con el personaje...”

Esto tiene una posible implicación que vaya más allá del contenido de ficción, ya que además de enseñar o representar una historia, también sirve como una hoja de ruta para aquellos espectadores que sean ajenos a estos comportamientos. Podría decirse que se advierte una peligrosa implicación educativa en aspectos muy negativos.

PARTICIPANTE 4: “Lo que te enseña es que en vez de resolver su problemas y eso de una forma normal, pues lo resuelven por su cuenta bebiendo o tomándose lo que sea. Comparado como vivimos aquí en España, que se vive y se resuelven los problemas de otra manera.”

PARTICIPANTE 2: “Si, es como que hacen que le quites peso a esas cosas y te parecen más divertidos esos hábitos porque los justificas, que a lo mejor en otra situación no los justificarías...”

Tema 10—> La identificación con los personajes de ficción. En general, los participantes concuerdan con que se pueden sentir identificados con los personajes aunque si que matizan que al tratarse de series de ficción americanas o británicas, los estilos de vida representados no son totalmente los mismos que los suyos (y la clase social de los personajes representados y la de los participantes del *focus group* no son la misma). Con esto aclaran que esta falta de identificación no supone una barrera para disfrutar de estas series, sino un aliciente ya que siente mayor curiosidad y se ven más seducidos ante situaciones desconocidas.

PARTICIPANTE 3: “Yo creo que la gente ve tanto esas series porque no se identifica. Alguien te tenga una situación marginal como algunos de esas series, no ven esas series porque no les sorprende nada.”

PARTICIPANTE 6: “Claro, a ellos les parece normal y les aburriría. En cambio, nosotros que tenemos otra situación nos atrae y es algo que nos estamos acostumbrados.”

En el caso de *Kingdom*, al tratarse de temas relacionados con los gimnasios y el culto al cuerpo, parece ser que si puede haber una mayor identificación.

PARTICIPANTE 4: “Pero *Kingdom* por ejemplo si es más normal o por lo menos lo que pasa en Kingdom si se ve más aquí porque el rollo ese del gimnasio y la violencia es otras de tantas cosas que han sabido vendernos aquí y también en otros sitios... Como los 4 o 5 que salen en *Kingdom*, aquí también los ahí a puñados... Sus escenarios los han traído aquí en España y los han ubicado...”

Tema 11—> Imitación de conductas. Los actores actúan como prescriptores de estilos de vida, tendencias de moda, ciertos patrones de conducta, gestos y formas de hablar, etc. Parece ser que la imitación de conductas se da de forma preconscious, es decir los participantes reconocen

haberlo hecho o visto hacer en otros pero no de forma intencionada en un primer momento, aunque si recapacitan sobre ellos se dan cuenta de por qué han imitado esa conducta en concreto. La identificación con el personaje de ficción o, al menos, la simpatía hace él es un elemento que marca el grado de imitación al que puede optar el espectador.

PARTICIPANTE 3: “Si, sobretodo a la hora a lo mejor de actuar o de vestir. En plan si es muy seductor o si ves que le gusta mucho a la gente, tu involuntariamente terminas replicando algunos de sus actos y te influye...”

PARTICIPANTE 4: “Aprendes gestos y eso, no todo los coges, pero algunas conductas y su lenguaje corporal de forma inconsciente se te queda.”

Por otro lado, las series crean comunidades de seguidores. Esta imitación de conductas puede servir como un nexo de unión entre las personas y tener así gustos en común.

PARTICIPANTE 1: “A parte, al ver una serie, quiero decir, creas como una comunidad... Si hago un chiste de *Friends* seguramente lo entiendan los que la han visto...”

PARTICIPANTE 2: “Yo cuando empecé a ver *Friends* con mi hermano, y él vio la chaqueta que llevaba Ross y se obsesionó con ella y fue preguntando sitio por sitio hasta que vio por Internet una igual y a pesar de que valió un pastón se la compró.”

Tema 12—> Las drogas en EEUU. Otra de las razones por las se reitera tanto el consumo de drogas dentro de las series presentadas es que se cree que es una clara representación de los que ocurre en general en Estados Unidos, aunque puedan llegar a exagerarlo para buscar el morbo y la atención del espectador.

PARTICIPANTE 4: “Claro, porque lo provocan, lo que quieren es provocar al público... Lo que sí es cierto también es que la población más drogada que existe son las personas mayores, y ya en EEUU con el *Prozac* y todo eso, pues ya todos... Drogas mejor vistas vaya, que son medio legales... Para todo necesitan una *pill*.”

PARTICIPANTE 2: “Yo tengo la experiencia de que mi hermano estudia en EEUU, y lo que mas me sorprendió es que su compañero de despacho tenia un cajón solo con pastillas para estudiar y cosas así, de distinto color... Y por ejemplo para un resfriado le dieron muchísimas pastillas que era como para seguir el ritmo a tope que llevan...”

Esta representación parece adecuarse más al estilo de vida de la población americana y al ritmo frenético de las series, que a una vívida representación real del consumo de drogas en EEUU.

PARTICIPANTE 1: “Al final, refleja la sociedad, el ritmo de vida, las drogas, etc...”

PARTICIPANTE 6: “Sí,sí, la droga en EEUU está más normalizada que aquí tanto en las series como en la vida real.. Pero allí, yo creo que no es solo en situaciones de pobreza y eso sino en todas las clase...”

Tema 13—> Características asociadas a los personajes de las series visualizadas. En primer lugar, Jay (de *Kingdom*) destaca más por sus aspectos positivos como que cuida de su familia, se preocupa por buscar soluciones, rescata a la madre, etc, que por sus aspectos negativos como su tendencia a las drogas, su entorno, su carácter alocado... Sus actos negativos se justifican por su situación y sus anhelos, por lo que en una balanza lo negativo no llega a tener tanto peso.

PARTICIPANTE 1: “A mi me parece que es como un ser sensato dentro de un entorno que es una mierda, en plan fuera de ese círculo valdría muchísimo.”

PARTICIPANTE 6: “Yo creo que el siempre intenta solucionar las cosas y unir a su familia, que lo que le pasa es una carencia de una familia unida... Pero en una palabra diría colgado...”

En cuanto a *Shameless (US)*, aparecen los personajes de Fiona y Lip. Fiona destaca por su personalidad luchadora y siempre al frente de la familia, aunque a veces se comporte de forma errática. Lip, por otro lado, es considerado como un chico extremadamente inteligente pero perdido. De nuevo, los hábitos menos positivos son eclipsados y justificados por la situación y la personalidad de los protagonistas.

PARTICIPANTE 3: “Yo creo que Lip es un diamante en bruto, que es muy inteligente y que se deja llevar por cosas muy banales, como todo el tema de beber y tonterías así, que no lo lleva bien las cosas emocionales, y se ralla... Y Fiona, me parece muy luchadora, y a veces te da rabia que haga cosas que ella misma se putea, pero en su situación...”

PARTICIPANTE 2: “Fiona me parece valiente y que sustenta a toda la familia. Y Lip, me parece muy inteligente porque es incluso capaz de escapar de su realidad familiar y después tienes sus propios problemas individuales...”

Los personajes de Cassie y Sid, de *Skins (UK)*, son los que provocan menos entusiasmo, debido a que en general es la serie menos apreciada por los participantes. Todos destacan el hecho de que son adolescentes perdidos y que sufren una gran presión de grupo.

PARTICIPANTE 2: “A mi es que Cassie me parece una luchadora por la enfermedad que tiene y va en contra suya todo el rato, con los amigos y la familia que tiene, aunque parezca frágil en la serie pero en realidad ella lucha un montón. Sid me parece muy noble, porque siempre está disponible para los amigos, aunque tenga sus defectos...”

PARTICIPANTE 4: “A estos dos personajes lo que los une es la baja autoestima que tienen... A ella le produce un desorden psicológico, y a él una timidez brutal... Si no tuvieran estos problemas, él es un buen amigo y siempre ahí para los demás y podría conseguir lo que quisiera, y ella creo que también podría hacerlo, me gusta el papel que lo hace... a lo mejor también es por el papel tan bueno que hace la actriz y hace que parezca mejor...”

PARTICIPANTE 5: “Lo veo más o menos así, y los veo que se dejan presionar mucho por sus amigos... La presión del grupo o de los padres, les afecta un montón y por eso no están a gusto consigo mismo...”

Estos personajes han generado menor adoración o simpatía por parte de los espectadores, por lo que no justifican tanto sus defectos o sus acciones en general.

Tema 14—> Intencionalidad tras los comportamientos nocivos. Los participantes perciben que la intencionalidad tras la representación y aparición de hábitos nocivos como el consumo de alcohol o drogas busca la dramatización y la espectacularidad de las escenas.

PARTICIPANTE 5: “A mi me parece que lo pintan como para aumentar los problemas.. Es decir, tienen los líos de dinero o rollos personales y ahora le meten la bebida o las drogas para aumentar el morbo o el peso de la historia... así consiguen más lío y todo también tiene otra imagen...”

Por otro lado, se interpreta también que existe una relación directa entre la aparición de los comportamientos nocivos con momentos problemáticos o a destacar en las series (esto sobre todo ocurre con la representación de las drogas).

PARTICIPANTE 3: “A veces el alcohol y eso son la raíz de los problemas, y otras los problemas justifican que fumen y tal... Y al final, de esa forma lo acabas viendo normal las dos cosas y lo asimilas...”

PARTICIPANTE 5: “Simplemente, a veces parecen que son problemas y drogas, pegan un montón y lo tienen hecho...”

PARTICIPANTE 2: “Claro, me drogo porque tengo una mala situación o tengo una mala situación porque me drogo... es lo que tú dices...”

A pesar de esto, aseguran pensar que la intencionalidad no es la de asociar estos comportamientos a situaciones negativas, sino convertirlos en elementos que se integran dentro de cualquier situación y siempre pueden ser justificados de alguna forma.

PARTICIPANTE 2: “Las series... por ejemplo *Shameless*, las fiestas que se montan los Gallagher cuando están de cachondeo se toman lo mismo que siempre, en plan alcohol y fuman y eso, y tú lo ves muy normal y hasta te entran ganas de participar. Entonces, no siempre se proyecta de manera negativa.”

PARTICIPANTE 5: “Pero yo veo que con las drogas te ponen las dos caras. En plan, no hay punto medio... O te lo pasas increíble con las drogas y pareces que has visto el cielo, o se toman algo y se van a morir y sufrir del tirón... Al final me da la sensación de que transmiten de que sin drogas no existen esos altibajos que le da emoción a las cosas...”

PARTICIPANTE 4: “Sí, sí, como si sin drogas no hubiera nada... A mi eso me da mucha ansiedad...”

Tema 15—> *Skins (UK)* y el consumo de drogas. Existe cierta preocupación o reticencia hacia esta serie, sobretodo vista desde un punto educativo. Creen que al mostrar tanto consumo de drogas, al igual que de alcohol y tabaco, sin mostrar muchos efectos adversos y rodeado de un *appeal* seductor, puede ser un peligro modelo de conducta a seguir por parte de espectadores más jóvenes, inexpertos y por lo tanto, influenciables.

PARTICIPANTE 1: “Yo no creo que se pretenda voluntariamente crear un consumo de drogas y eso...”

PARTICIPANTE 6: “No sé yo, porque en *Skins* te lo venden con chavales...”

PARTICIPANTE 5: “Claro, pero un niño de 12 años ve *Skins* y dice es que me voy a meter tres rayas o dos pastillas en cuanto pueda porque te lo pasas flama...”

PARTICIPANTE 1: “Vale, eso si...”

PARTICIPANTE 4: “Yo ahí estoy con PARTICIPANTE 5, porque sin ser puritanos ni nada, pero veo un poco peligroso que se vean tanto estas cosas...”

Se compara la facilidad de imitar la vestimenta de un personaje como imitar su consumo de drogas en casos en los que no se esté muy familiarizado con estos comportamientos y solo se aporte una visión divertida y seductora de los mismos.

PARTICIPANTE 6: “Pues sí, al final se imitan las conductas que vemos como habíamos dicho antes de la vestimenta y eso, pues esto igual... Aunque sea inconscientemente...”

PARTICIPANTE 5: “Hombre, a vosotros os veo yo maduros, pero *Skins* en otro ambiente de Sevilla... al final del curso están la mitad de los niños enganchados si han visto la serie...”

Además se habla de la aparición de nuevos consumos y hábitos directamente interpelados por series como *Skins (UK)*. En este caso, se refieren al fenómeno *rave* y el consumo de drogas, también representados en la serie.

PARTICIPANTE 3: “O las raves, que antes no existían y ahora hay por todos lados... Y eso también tiene sumado el que la gente tome droga para aguantar más y eso... Es como un pack.”

PARTICIPANTE 6: “Es verdad, el tema de tomar <<Eme>> (*MDMA*) se ha normalizado un montón..”

Tema 16—> La fidelidad de la representación de hábitos nocivos en las series con la realidad. En ocasiones reconocen que estas series son fieles con la realidad, aunque todos afirman que en su experiencia la sensación que dan las series no se parece nada a lo que ocurre en la vida real.

PARTICIPANTE 3: “No... Porque la sensación que yo tengo en la vida real no es la misma que en las series, y lo que veo es lo mismo.”

PARTICIPANTE 1: “Es verdad es verdad... las series no te cuentan la sensación esa que tu vives cuando lo ves por primera vez en la vida real...”

Destacan de forma continua la capacidad de las series para normalizar e idealizar estos hábitos de consumo nocivos. En el caso de las drogas perciben que las series les dan más importancia en la trama o con respecto a los personajes y por lo tanto lo identifican como algo más ficticio. En el caso de consumo de alcohol, tabaco o marihuana entienden que lo ficticio y lo real se confunde tanto que puedes llegar a interiorizar las representaciones mostradas sobre estos hábitos.

PARTICIPANTE 6: “Yo iba a decir algo como eso... Es lo que llevamos diciendo un rato que en la serie te lo normalizan y también te lo idealizan y en la vida normal no es así...”

PARTICIPANTE 2: “Al final no es lo mismo verlo en realidad que en ficción...”

PARTICIPANTE 5: “Pues yo creo que las series si que normalizan estas cosas. Porque vale tu me hablas de pastillas y drogas así mas chungas, pero lo que te están normalizando como algo bueno es el alcohol, los porros o el tabaco, porque están todo el rato en las series y en la vida y en las series es normal... Te prepara para esas cosas y te hace la mente del tirón...”

Tema 17—> Reflexiones finales de los participantes.

3.2. Análisis de los datos obtenidos según lo recogido en el marco teórico.

Los datos a lo largo de la transcripción están relativamente estructurados, en parte gracias al visionado de los tráilers y del ejercicio de asociación de palabras, y por otro lado por la intervención del moderador para guiar la conversación de forma gradual hacia los temas más interesantes para la investigación. A pesar de esto, a lo largo de la transcripción podemos ver datos que se refieren a temas anteriores o datos que podríamos enlazar con otros temas posteriores. Dentro de la secuencia de temas, se ha optado por sintetizar lo ocurrido cronológicamente, y dentro de las categorizaciones y las reflexiones finales, se podrán usar estos datos restantes (véase el esquema visual en el Anexo).

Las ideas generales coincidían entre todos los participantes, sin llegar a contar con opiniones disruptivas. Lo que es cierto es la animosidad de cada uno de los participantes por aportar o acotar estos consensos con sus propias ideas, buscando la diferenciación al aportar ideas secundarias.

Las principales categorías bajo las cuáles se podrían agrupar los temas mencionados son: DIFERENCIAS ENTRE PRODUCCIONES EXTRANJERAS Y ESPAÑOLAS, ESPECTADORES Y PÚBLICOS, PERSONAJES DE FICCIÓN, y COMPORTAMIENTOS NOCIVOS. A continuación, una serie de datos recogidos que complementan la información expuesta en la secuencia de temas y enlaza con algunos contenidos del marco teórico.

- Diferencias entre producciones extranjeras y españolas: Entre las diferencias más comentadas, el tono usado a la hora de desarrollar el contenido de la serie es un elemento diferenciador. De hecho, en el género de drama (en el cuál podrían encasillarse las tres series seleccionadas para este trabajo) se intuye una tendencia sobretodo en las series americana. Esta trata de incluir unos elementos predeterminados como pueden ser la presencia de escenas de sexo, el consumo de alcohol, tabaco y otras drogas, para dotar a la serie de este tono predeterminado. Este conjunto de elementos hacen que la serie se asegure una audiencia y su atención, aunque haya veces que el espectador sienta que estos elementos no estén muy cohesionados con la trama o el contenido general de la serie.

PARTICIPANTE 4: “Yo creo que muchas de estas series las montan al revés, piensas la cantidad de gente fumando, bebiendo, y follando primero y después de que va a ir la serie y la trama, etc. Te lo digo porque hay veces que no pinta que un personaje salga fumando o tomándose alguna droga, y escenas así. Por ejemplo, escenas de sexo que te la ponen y tu no sientes que pinte nada en ese momento, en *Kingdom* por ejemplo cuando se acuestan la ex mujer y el otro en el callejón... Se lo montan detrás del seto y en realidad no está muy justificado, solo por el morbo de la escena del sexo... No tiene mucha coherencia...”

Este modelo de serie americana parece estar sufriendo una globalización al ser exportadas a las nuevas producciones españolas como podría ser el caso de *La Casa de Papel*. Por otro lado, los temas tratados en las producciones americanas resultan más novedosos e innovadores, muchas veces desconocidas para el público español, lo que genera curiosidad y atención mediática.

- Espectadores y públicos: Los espectadores encuentran en las series una ventana mediante la cuál poder ver que hace gente con estilos de vida y personalidades similares. La socialización que se hace con los amigos (grupos de pares) y las series de ficción no son muy diferentes.

PARTICIPANTE 6: “Vale también, pero se dejan mucho influenciar por lo que piense la gente y la sociedad, y si tu ves a tus amigos fumando, pues al final vas a fumar... Si lo ves en una serie, y te das cuenta que es lo que hace la gente que se parece a ti, y encima te lo enseñan como algo guay, pues tu acabas copiando eso para encajar.”

Las series cuentan con recursos que según el tipo de público puede percibir una mayor seducción y así dejarse llevar por las actitudes y comportamientos que muestran estas en su contenido. De hecho, la música y cómo se graban las escenas es algo que atrae y engancha a los espectadores. La Participante 3, destaca el uso del *rock n' roll* y de canciones *up beat* para hacerte sentir de una forma predeterminada.

Las series pueden servir como una forma de obtener información sobre temas a los que no se está acostumbrado, aunque no llegan a expresar correctamente la sensación que podría vivir el espectador en la vida real. En general, la conclusión general es que la mentalidad que tiene la gente sobre lo que aparece en las series está rodeado de un halo de *coolness* y *appeal*, provocando que se desean imitar lo que se ve y/o que se considere normal. Según el Participante 5, la normalización de conductas y hábitos se da de manera recíproca entre series y vida real, y viceversa.

- Personajes de ficción: Los personajes presentes de *Skins* parecen no representar a los jóvenes españoles pero sí a los jóvenes británicos (al menos eso vemos cuando viajan a España de vacaciones y esa es la imagen que tenemos de ellos). La forma de vestir y de maquillar a los personajes tiene una intencionalidad para ser muy explícito con algunos personajes a los que se les quiere caracterizar como drogadictos o similares y menos explícitos con aquellos a los que no se les quiere dar estas connotaciones a pesar de consumir alcohol, tabaco o drogas de forma similar (con esto se consigue que se busquen justificaciones sobre por qué alguien que “normal” siga estos hábitos insalubres, y no se juzga negativamente al personaje).

Todos los personajes se consideran viscerales, es decir a pesar de sus diferencias, todos son considerados pasionales en la forma en la que se comportan, aunque sus comportamientos sean cotidianos y nada fuera de lo normal. Además, terminan adoptando un papel de prescriptores de conductas muy influyentes y verosímiles, ya que normalmente cuando consumen alcohol, tabaco u otras drogas, estos personajes no pierden el control y aparecen pasando buenos ratos o funcionando activamente en la trama de la serie. Como aclara el Participante 4, el consumo de ciertas sustancias no generan una mala imagen siempre que “no se pierda el control”.

- Comportamientos nocivos: Lo más interesante es que el concepto de normalizar se repite constantemente, los participantes realmente confían en la capacidad que tienen las series para normalizar los comportamientos nocivos y hacerlos parecer menos negativos, consiguiendo así que no produzcan rechazo en el espectador. Las series intentan mostrar que no importa quién seas o qué estilo de vida sigas cualquiera puede consumir alcohol, tabaco u otras drogas.

Por otro lado, no se idealizan hábitos o comportamientos que podrían considerarse positivos por la sociedad en general como si se hace con los hábitos nocivos ya comentados.

PARTICIPANTE 5: “Una vida estable y normal parece que es lo peor que te puede pasar, o al menos esa impresión dan las series... Como es una serie que tienen que pasar cosas, las drogas y estas cosas que estamos hablando es la que le da vida...”

Además, el aspecto *cool* es algo que rodea a todos estos hábitos insalubres. Algo que puede representarse de forma menos complicada, ya que son series ambientadas en Estados Unidos y no en España, que podrían causar un poco más de rechazo. La tendencia es la de mostrar comportamientos que quieren negativizarse o que tengan especial importancia en la trama de forma muy explícita, y aquellos que no lo son como fumar un cigarrillo o tomar una copa, se introducen de forma implícita, lo que consigue normalizarlo y por lo tanto desestigmatizarlos.

Algo que ya se concluyó en el marco teórico, volvió a salir a la luz y fue el hecho de que cualquier droga o hábito nocivo que incluya alguna mutilación o manipulación desagradable con el cuerpo, es rechazado y no se ampara bajo este efecto positivo y hedonista como el resto de comportamientos estudiados.

La síntesis de todo lo acontecido en el *focus group* y el estudio de sus datos es que frente al objetivo general de obtener una imagen general del pensamiento de los espectadores frente a las series seleccionadas se ha conseguido de manera eficaz. Además, los contenidos desarrollados en este análisis práctico tienen gran utilidad para redactar las conclusiones de este Trabajo de Fin de Grado y contestar a la hipótesis y sus respectivas preguntas de investigación.

Según los participantes de esta discusión, las series cuentan con una gran capacidad para influir al público, generando una especie de banco de información que cuenta con imágenes, comportamientos, y actitudes que acabamos llevando de la ficción a la realidad —en este traspaso, se puede generar cierta frustración ya que lo que vemos en las series y lo que luego ocurre en la realidad no suele tener el mismo desenlace.

Esta influencia que perciben los participantes parece estar determinada por el público/espectador de las series (los adolescentes son los más vulnerables e influenciados en el inconsciente colectivo). La madurez y experiencia de los espectadores es clave a la hora de actuar usando la ficción como hoja de ejemplo. A pesar de todo, se reconoce que todo el mundo se ve afectado de una manera u otra de forma involuntaria e inconsciente debido al tono positivo, desestigmatizado y normalizado con el que se tratan la mayoría de contenidos (sobre todo, con respecto al consumo de alcohol, tabaco u otras drogas).

4. Conclusiones finales.

El papel de las series americanas, y extranjeras, es mucho mayor que el de las producciones nacionales. Esto se debe a que el fenómeno seriéfilo y *fandom* se sustentan sobre grandes títulos de productoras como la *HBO*, *Showtime* o *AMC*. Además, su función como plataformas de distribución de contenidos les permiten segmentar al público y contar historias sin limitaciones creativas dictadas por otras entidades. Estas productoras crean y distribuyen unos productos audiovisuales innovadores, arriesgados, que enganchan al público y de una calidad cinematográfica. Como anotación, se distingue en estas series de ficción un tono y estilo general que no se encuentra en las series españolas, como se comprueba al analizar la representación de los hábitos nocivos.

Las series actúan, al igual que la publicidad, como un espejo de la sociedad. Es decir, los contenidos de las series de ficción se retroalimentan de la sociedad que representan. Este contenido, a pesar de no tratarse de una narración de hechos reales, cuenta con la legitimación y atención del público espectador. Las series de ficción, enmarcadas dentro de los medios de comunicación de masas, toman parte dentro de las etapas de socialización como un elemento y/o agente socializador más. Los contenidos que muestran son interesantes ya que los individuos pueden verse reflejados en ellos e incluso encontrar grupos de pares afines. En conclusión, se puede afirmar que las series de ficción cuentan con un papel importante a la hora de generar significados culturales, ya que representan de forma simbólica una realidad.

La confusión entre la realidad y la ficción se da debido a que la mayoría de series consumidas por el público son de carácter ficticio, por lo que dependiendo del subgénero de estas la dificultad para distinguir entre una representación verídica y una verosímil es mayor o menor. Por ejemplo, en el caso de la Ciencia Ficción los espectadores parecen distinguir claramente que se trata de un contenido ficticio en su mayoría. Pero cuando se trata de Acción o de Drama, la confusión aumenta ante ciertos contenidos que pueden considerarse que cuenta con un carácter informativo y/o explicativo sobre fenómenos y comportamientos reales. Es en los espectadores, sobre quienes recae la responsabilidad social y ética de diferenciar entre lo ficticio y real, y cómo deciden usar las experiencias y conocimientos que extraen de estos contenidos.

Para los espectadores, las series pueden servir como una forma de obtener información sobre temas a los que no se está acostumbrado, aunque no llegan a expresar correctamente la sensación que podría vivir el espectador en la vida real. En general, la conclusión es que la mentalidad que tiene la gente sobre lo que aparece en las series está rodeado de un halo de *coolness* y *appeal*, provocando que se desee imitar lo que se ve y/o que se considere normal. La madurez y experiencia de los espectadores es clave a la hora de actuar usando la ficción como hoja de ejemplo (influyendo estas características en las pasividad o actividad tipológica del espectador). A pesar de todo, desde el punto de vista del espectador, parece que se reconoce que, al menos de forma anecdótica, todo el mundo se ve afectado de una manera u otra, de forma involuntaria o inconsciente, debido al tono positivo, desestigmatizado y normalizado con el que se tratan la mayoría de contenidos (sobretudo, con respecto al consumo de alcohol, tabaco y otras drogas blandas como la marihuana).

Las representaciones de los comportamientos nocivos dentro de las series responden a los valores tradicionales que se le han atribuido y a una nueva serie de resemantizaciones creadas en la actual era dorada de las series. El tabaco, que siempre ha sido atribuido al poder y a una visión hedonista de la rebeldía y otros valores juveniles, se erige ahora como un *prop* dentro de la narrativa y su consumo como producto no contiene diferentes significados según clase social y sus connotaciones no cambian mucho según otras variables, resemantizándolo como un hábito totalmente normalizada y desestigmatizado.

El alcohol y su consumo no destaca tanto por su carácter democrático en relación al tipo de personaje de ficción que lo consume, pero sí destaca por sus patrones de consumo y prácticas

mostradas. Las nuevas resemantizaciones asocian el alcohol con éxito (deportivo y laboral), a la inteligencia, las capacidades físicas y sexuales, a la aceptación social, etc. Sin embargo, a diferencia del tabaco, sus connotaciones cambian según el personaje que consume el producto — en el caso de personajes menos agraciados física o económicamente, las connotaciones se tornan más negativas.

En las drogas se aprecia una tendencia similar a lo comentado con respecto al alcohol y el tabaco, pero la sensación que representan las series con respecto a la sensación en la vida real difiere de forma radical. Una de las posibles razones del tratamiento que se le da a las drogas representadas es que se cree que es un claro reflejo de lo que ocurre, en general, en los Estados Unidos, aunque las series puedan llegar a exagerarlo para buscar el morbo y la atención del espectador. Las drogas por un lado, muestran los efectos adversos y se tinte de forma negativa cuando están muy relacionadas con la trama o con ciertos personajes (ej., los drogadictos), pero también se muestran otras formas de consumo que destacan por utilidad como elementos de experimentación para los personajes rodeándolos de una aura hedonista y de autodescubrimiento (la idealización y la identificación toman un tono protagonista en estas representaciones). Aún así, las drogas parecen estar más relacionadas con el desarrollo de la trama o los personajes funcionando como un elemento enlazado a problemas narrativos.

Las series de ficción tiene una capacidad inherente de unir (mediante la empatía y la identificación) a los personajes de ficción con los espectadores. Crean una dinámica en la que el espectador encuentra en los personajes ficticios justificación a cualquiera de sus actos. Los personajes acaban convirtiéndose por su poder de seducción y la implicación empática del espectador en prescriptores y modelos de conducta. La falta de identificación con un personaje no supone una barrera a la hora de imitar conductas siempre que el personaje genere cierta simpatía y forme parte activa en el contenido de ficción. Esta eficacia para crear hojas de ruta mediante la representación simbólica de ciertos hábitos nocivos, advierte una faceta negativa en cuanto a la funcionalidad didáctica y educativa que tienen las series de ficción.

Estas representaciones de los hábitos nocivos señalados también se encuentran presentes en la narrativa publicitaria aunque con algunos matices. La publicidad de alcohol y tabaco se ha basado principalmente en la exaltación de los aspectos sociales positivos de estos hábitos nocivos para la salud. En el caso del alcohol, se refieren a la inclusión dentro de un grupo, el atractivo, y la presencia o participación en eventos o acciones deseadas. En el caso del tabaco, contaba con una representación similar hasta su completa eliminación en la televisión española, las restricciones legales actuales solo permiten cartelería y otros esfuerzos comerciales dentro del punto de venta habilitado. Su presencia dentro de series y películas tiene más posibilidades y facilidades, aunque no se suelen realizar apariciones de marcas concretas.

La Ley General de Publicidad, Ley 34/1988 del 11 de noviembre, solo permite la promoción explícita de tabaco y alcohol bajo condiciones muy restringidas. Debido a estas limitaciones, se desarrolla una gran cantidad de emplazamiento de producto dentro de series y películas de ficción. Tras la regularización de esta práctica, el contenido de las series de ficción se convierten en una nueva plataforma de promoción implícita de hábitos y patrones de consumo, que benefician de forma indirecta a las marcas. De esta manera se evitan todas estas restricciones y se desarrollan en mayor libertad, solo siendo “controladas” por la corregulación de horarios — que no afecta a la mayoría de estas series, ya que son distribuidas en sus propias plataformas y en *streaming*.

Tras todo esto, se valida la hipótesis principal de este Trabajo de Fin de Grado. Se confirma la existencia de un alto contenido de comportamientos o hábitos nocivos en las series actuales de ficción, tomando como referencia y ejemplos prácticos las primeras temporadas de las series *Shameless (US)*, *Kingdom*, y *Skins (UK)*. Esta validez se confirma desde un punto de vista cualitativo, ya que los estudios cuantitativos a los que se ha recurrido eran en su mayoría anteriores al panorama actual que engloba las series de ficción estudiadas. Como futura línea de

actuación, se podría limitar un muestreo que permitiera validar esta misma hipótesis desde el punto de vista cuantitativo.

Frente a las preguntas de investigación secundarias, al quedar la hipótesis validada, la razón tras la reiteración de contenidos que incluyen el consumo de sustancias y/o comportamientos nocivos parece ser la continua demanda de estas series de ficción exitosas.

Por otro lado, los comportamientos nocivos acaban siendo usados de forma continua como iniciadores o respuestas ante sucesos traumáticos en la narrativa de ficción. Siendo la presencia del consumo de sustancias como el tabaco, el alcohol y otras drogas una justificación a estas situaciones dramáticas. También se interpreta que existe una relación directa entre la aparición de los comportamientos nocivos con momentos problemáticos o a destacar en las series, sobretodo cuando ocurre con la representación de las drogas. A pesar de esto, la intencionalidad no es la de asociar comportamientos nocivos a situaciones negativas, sino convertirlos en elementos que se integran dentro de la narrativa y pueden ser justificados por el espectador.

Por último, los hábitos nocivos mostrados en estas series de ficción sirven tanto para la construcción del personaje ficticio y/o la narrativa, como por ser elementos predeterminados que dotan a la serie de un tono y estilos específicos. Este conjunto de elementos — la presencia de escenas de sexo, el consumo de alcohol, tabaco y otras drogas— hacen que la serie se asegure una audiencia y su atención, aunque haya veces que el espectador sienta que estos elementos no estén muy cohesionados con la trama o el contenido general de la serie. La disyuntiva se genera cuando personajes que cumplen roles totalmente distintos y que representan estilos de vida contradictorios se embarcan en los mismos patrones de consumos de tabaco, alcohol o drogas que otros personajes más estereotipados.

Referencias

- Arenas Maestre, A. (1995). La televisión como herramienta didáctica. *Revista Comunicar*, 57-60. Accedido en: 26/05/2018. Disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/723>
- Báez, J., y De Tudela, P. (2007). *Investigación cualitativa*. Madrid: ESIC Editorial.
- Becoña Iglesias, E. (2000). Los adolescentes y el consumo de drogas. *Papeles del psicólogo*, 25-32. Accedido en: 23/05/2018. Disponible en: <http://www.papelesdelpsicologo.es/resumen?pii=843>
- Bellón Sánchez de la Blanca, T. (2012). Nuevos modelos narrativos. Ficción televisiva y transmediación. En *I Congreso Internacional de la Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales (Red INAV)*. Sevilla: Universidad de Sevilla. Accedido en 10/05/2018. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/32861>
- Berger, P., y Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu. Accedido en: 12/05/2018. Disponible en: https://archive.org/stream/LaConstruccionSocialDeLaRealidadThomasLuckmann/La%20Construccion%20Social%20De%20La%20Realidad%20-%20Thomas%20Luckmann_djvu.txt
- Bort, I. (2008). *De los 24 fotogramas por segundo a los 24 episodios por temporada*. (Tesis doctoral). Universitat Jaume I. Accedido en: 15/05/2018. Disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/78495>
- Cabrera, J. (1999). *Cine: 100 años de filosofía. Una introducción a la filosofía a través del análisis de películas*. Barcelona: Gedisa Editorial. Accedido en: 12/05/2018. Disponible en: <https://bibliotecavecina.files.wordpress.com/2015/06/cabrera-julio-cine-100-ac3b1os-de-filosofia.pdf>
- Cruz, J., & Wallack, L. (1986). Trends in tobacco use on television. *American Journal of Public Health*, 698-699. Accedido en: 26/05/2018. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1646775/>
- Cuervo, J. (11 de Mayo de 2008). Cine 3x3. Magazine *El Mundo*, pág. 105.
- Christenson, P. G., Henriksen, L., & Roberts, D. F. (2000). *Substance use in popular prime-time television*. Investigation sponsored by the Office of National Drug Control Policy. Accedido en: 24/05/2018. Disponible en: <http://library.stmarytx.edu/acadlib/edocs/supptt.pdf>
- De La Mota Santiago, L. (2016). *El fenómeno online de las series americanas en España y su valor socializador*. (Trabajo fin de Grado). Universidad de Málaga. Accedido en: 16/05/2018. Disponible en: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/11341>
- Del Pino, C., López-Sánchez, C., y García Del Castillo, J. A. (2009). El alcohol y el tabaco en los escenarios de ficción: el actor como prescriptor de conductas nocivas. En García Del Castillo, J. A., y López-Sánchez, C. *Medios de Comunicación, publicidad y adicciones* (205-224). Madrid: EDAF. Accedido en: 22/05/2018. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Jose_Garcia_del_Castillo/publication/235985825_El_alcohol_y_el_tabaco_en_los_escenarios_de_ficcion_el_actor_como_predicador_de_conductas_nocivas/links/00b4952a0640280ec6000000.pdf
- Engels, R. C., Hermans, R., Van Baaren, R. B., Hollenstein, T., & Bot, S. M. (2009). Alcohol portrayal on television affects actual drinking behaviour. *Oxford University Press (Alcohol*

and alcoholism), 244-249. Accedido en: 19/05/2018. Disponible en: <https://academic.oup.com/alcalc/article-abstract/44/3/244/178694>

Fedele, M., y García-Munoz, N. (2010). El consumo adolescente de la ficción seriada. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 47-64. Accedido en: 15/05/2018. Disponible en: <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/viewFile/204/199>

Fresnadillo Martínez, MJ. (2005). Literatura y Cine: Historia de una fascinación. *Revista Medicina y Cine*, 57-59. Accedido en: 15/05/2018. Disponible en: http://www.usal.es/~revistamedicinacine/numero_3/esp_3_pdf/editorial_esp.pdf

Fuenzalida, V. (1987). La influencia cultural de la televisión. *Revista Diálogos de la comunicación*, 1-9. Accedido en: 23/05/2018. Disponible en: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/17-revista-dialogos-la-influencia-cultural-de-la-television.pdf>

Galán Fajardo, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *Revista ECO-PÓS*, 58-81. Accedido en: 24/05/2018. Disponible en: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/9475/galan_personajes_ECOPOS_2006.pdf?sequence=5

Goldstein, A. O., Sobel, R. A., & Newman, G. R. (1999). Tobacco and alcohol use in G-rated children's animated films. *JAMA*, 1131-1136. Accedido en: 23/05/2018. Disponible en: <https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/189199>

Grube, J. W., & Waiters, E. (2005). Alcohol in the media: Content and effects on drinking beliefs and behaviors among youth. *Adolescent Medicine Clinics*, 327-43. Accedido en: 25/05/2018. Disponible en: <https://search.proquest.com/docview/215204939?accountid=14744>

Hernández-Santaolalla, V. (2010). " Up in the air": un product placement muy selecto. *Frame*, 372-375. Accedido en: 22/05/2018. Disponible en: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/13101/file_1.pdf?sequence=1

Kitzinger, J. (1995). Qualitative research: Introducing focus groups. *BMJ: British medical journal*, 299-302. Accedido en: 19/05/2018. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2550365/>

López-Ligero, M. (30 de marzo de 2008). Enganchados a la tele. *Dominical El Periódico*, págs. 22-25.

Martínez-Salanova Sánchez, E. (2008). Sociedad responsable, medios responsables. *Sphera Pública*, 103-116. Accedido en: 26/05/2018. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/297/29713032007.pdf>

Mateos Blanco, T., y Nuñez Cubero, L. (2011). Narrativa y educación: indagar la experiencia escolar a través de los relatos. *Teoría de la Educación*, 111-128. Accedido en: 16/05/2018. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/56751>

Negreira, F. (2014). Las series de ficción. *Revista Padres y Maestros / Journal of Parents and Teachers*, 5-8. Accedido en: 12/05/2018. Disponible en: <http://revistas.upcomillas.es/index.php/padresymaestros/article/view/1672/1425>

Ortiz Calderón, E. (2016). *La representación de la realidad del consumo de drogas en el cine*. (Trabajo de Fin de Grado). Universidad de Valladolid. Accedido en: 21/05/2018. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/80526407.pdf>

- Perloff, R. (2016). *The dynamics of persuasion. Communication and attitudes in the 21st century*. New York and London: Routledge.
- Primack, B. A., Dalton, M. A., Carroll, M. V., Agarwal, A. A., & Fine, M. J. (2008). Content analysis of tobacco, alcohol, and other drugs in popular music. *Archives of pediatrics & adolescent medicine*, 169-175. Accedido en: 25/05/2018. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3004676/>
- Resnik, H., Gardner, S. E., Lorian, R. P., & Marcus, C. E. (1990). *Youth and drugs: Society's mixed messages*. United States: DIANE Publishing. Accedido en: 19/05/2018. Disponible en: <https://books.google.es/books?id=thLPGBvZQzwC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Rincón, O. (2011). Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. *Revista Comunicar*, 43-50. Accedido en: 23/05/2018. Disponible en: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=36&articulo=36-2011-06>
- Sáenz López, K.A.C., Gonzalo Quiroga, M., Gorjón Gómez, F.J., y Díaz Barrado, C.M. (2012). *Metodología para investigaciones de alto impacto en las ciencias sociales*. Madrid: Dykinson. Accedido en: 06/06/2018. Disponible en: http://encore.fama.us.es/iii/encore/record/C_Rb2720969?lang=spi
- Simkin, H., y Becerra, G. (2013). El proceso de socialización: Apuntes para su exploración en el campo psicosocial. *Ciencia, docencia y tecnología*, 119-142. Accedido en: 16/05/2018. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14529884005>
- Soler, P. (1999). *La investigación cualitativa en marketing y publicidad: el grupo de discusión y el análisis de datos*. Barcelona: Paidós.
- Tur Viñes, V., Lozano Oyola, M., y Romero Landa, L. B. (2008). Contenidos programáticos audiovisuales: Experiencias internacionales en regulación. *Sphera Pública*, 41-63. Accedido en: 23/05/2018. Disponible en: <http://www.redalyc.org/html/297/29713032004/>
- Van Hoof, J.J., D.T. de Jong, M., Fennis, B., & Gosselt, J. (2008). There's alcohol in my soap: portrayal and effects of alcohol use in a popular television series. *Health Education Research*, 421-429. Accedido en 24/05/2018. Disponible en: <https://academic.oup.com/her/article/24/3/421/582981>

Anexos

Anexo 1: Preparación Focus Group

PREPARACIÓN FOCUS GROUP

- | | |
|-------------------|-----------------------------|
| -2 Grabadoras | -Fotos (asociación ideas) |
| -Botellas de agua | -Sala con sillas en círculo |
| -Snacks | -Portátil (escenas series) |

GUIÓN Y PREGUNTAS DEL FOCUS GROUP

<<Buenas tardes, mi nombre es Julián, y hoy quiero que hablemos sobre las series que habéis visto como voluntarios. Como ya sabéis, se trata de un estudio sobre el contenido de las series de ficción en general, y más en concreto, sobre las que habéis visto.

Lo que me interesa es que compartáis opiniones, valoraciones, todas son válidas y no hay respuestas buenas o malas. Cuando intervengáis, me gustaría que os centrarais en las series que todos hemos visto y así podremos participar en la conversación.

Alguna vez puede que intervenga con alguna pregunta para motivar la conversación, pero nada más. Si todos me dais vuestro consentimiento, voy a grabar la conversación con el móvil y así la puedo repasar más tarde. Esta grabación es solo para mí. Por último, si alguien en algún momento no se siente cómodo y decide que prefiere irse, está en pleno derecho. Pues nada, muchas gracias de antemano y ¡vamos a empezar!>>

Preguntas de apertura

-Nombre, edad, trabajo/estudios y por qué hemos decidido venir.

Preguntas de introducción

-¿Soléis ver series de ficción? ¿Tenéis series que os hayan marcado de forma especial? Ahora que estamos hablando así en general, ¿habéis notado un cambio en las series en cuanto a producción, contenido, calidad, etc?

TRES TRÁILERS, UNO DE CADA SERIE

-Sobre las series que habéis visionado para esta discusión, ¿qué destacarías sobre ellas?, ¿qué me contáis de la trama? ¿los personajes? Contadme un poco de cada una.

ASOCIACIÓN DE IDEAS

Preguntas clave

-¿Os cuesta a veces diferenciar entre lo que es real y lo que es ficticio de las series que hemos visto? ¿Podéis ponerme algún ejemplo?

-¿Creéis que los personajes y sus estilos de vida se desarrollan de forma similar entre las series americanas y las españolas?

-¿Creéis que el hecho de que existan estos comportamientos nocivos dentro del contenido de las series es por una moda, parte de la trama, algo sin importancia, etc?

-Cuando veis series donde abundan el consumo de alcohol, tabaco, o drogas, ¿qué os hace pensar? Podéis dar ejemplos de las series que hemos visto. ¿Por qué creéis que aparecen estos comportamientos? En la vida real, ¿estos hábitos de consumos se parecen?

-Seguro que conocéis a alguien que ha imitado el peinado de un personaje de una serie, ¿se imitan más cosas? ¿es posible que las cosas que vemos nos definan como personas?

Preguntas de cierre

-En el caso de que bebáis, fuméis o consumáis alguna droga, ¿os hace sentir como en las series que habéis visto?, ¿os sentís reflejados?

Pregunta-resumen.

-Después de todo lo que hemos hablado, ¿cómo creéis que influyen las series en nuestro día a día?, ¿cuál es el valor social que veis detrás de las series de ficción?

LOS EJERCICIOS/MATERIALES DE APOYO(*)

- Tres escenas: *Kingdom* (<https://www.youtube.com/watch?v=U8ZQ04h1gho>), *Shameless* (<https://www.youtube.com/watch?v=9tvkYS5cA58>), *Skins* (<https://www.youtube.com/watch?v=dTYLLrOtGs0>)
- Asociación de palabras a fotos de personajes de las series. Yo puedo ver a este personaje y decir locura, inteligencia o fuego, por ejemplo. Pensad en sus estilos de vida, hábitos, cosas que los identifiquen... Quiero que me justificuéis vuestra elección.



Anexo 2: Transcripción del Focus Group

MODERADOR: Como ya sabéis vamos a hablar de series, en concreto de las series que os pedí que vierais. Bueno, todos me conocéis ya de antemano, pero me presento de nuevo, encantado. Pues eso, que quiero escuchar lo que decís, y mi función aquí es animar un poco la conversación en caso de que nos quedemos atascados o lo que sea. Ya habréis notado que estoy grabando la conversación, y si nadie tiene un problema con ello os lo agradezco (solo se usará la grabación para la investigación del trabajo). Si os sentís incómodos con alguna pregunta o necesitáis salir, me lo comunicáis y sin ningún problema. ¡Muchas gracias a todos por vuestra asistencia! Lo primero, vamos a presentarnos de uno en uno.

PARTICIPANTE 1: Tengo 21, el domingo es mi cumple y... estoy aquí porque pediste voluntarios y estaba libre y me apunté. Espero que te valga para tu trabajo.

PARTICIPANTE 6: Tengo 21 años, (risas), y estoy haciendo esto para tener series que ver y de paso te ayudaba en el trabajo.

PARTICIPANTE 3: Buenas, tengo 18 años, y participo porque ya me había visto las series y me apetecía hablar de ellas y conocer cosas de otras series.

PARTICIPANTE 2: Hola, estudio Publicidad con Julián y tengo 21 años. Estoy aquí porque me parece interesante la investigación, y para echar una mano.

PARTICIPANTE 4: la edad no se si es importante...(risas) Bueno, tengo 51 años, estaba interesado en el trabajo y las series que he visto pues me han gustado.

PARTICIPANTE 5: Yo tengo 23 años, y he venido porque me lo han pedido y hay merienda (risas).

MODERADOR: Genial, pues voy a empezar con una pregunta y así arrancamos. ¿Soléis ver series de ficción? ¿Recordáis alguna serie que os haya marcado de forma especial?

PARTICIPANTE 1: Si, suelo ver series de ficción y la que más me ha marcado ha sido Friends.

PARTICIPANTE 5: ¿Friends? Pero...¿Friends no es ficción no?

PARTICIPANTE 1: Sí, si es ficción, es como una mentira por así de decirlo.

PARTICIPANTE 5: Entonces, según eso todas las series son ficción.

PARTICIPANTE 1: Efectivamente.

PARTICIPANTE 3: Vamos que a eso te refiere.

PARTICIPANTE 1: Si no es histórica, si.

PARTICIPANTE 3: Tu no te refieres a ficción, como ficción de fantástica, ¿no?

PARTICIPANTE 4: No, porque eso es una temática que se llama Ciencia Ficción

PARTICIPANTE 5: Claro, eso había entendido yo

MODERADOR: No, chicos, cuando yo hablo de ficción me refiero a lo contrario de un documental que es realidad... Pues una serie de ficción tiene unos personajes que se han creado con una trama y un diálogo, etc. Da igual la temática que tenga.

TODOS: Vale, vale...

PARTICIPANTE 2: Entonces, yo creo que casi todas las series que vemos son de ficción. Por lo tanto, yo sí que veo series de ficción, y una que me ha gustado mucho mucho es *Juego de Tronos* y me ha sorprendido, que la terminé hace un par de semanas, *La Casa de Papel*. Yo decía, la verdad, una serie española pues bueno, me hicieron presión social, caí en la trampa me la vi y me quedé super loca, me parece... me encantó.

PARTICIPANTE 5: Todo el mundo dice que está bien la verdad. Pero a mí me han dicho lo típico de <<está bien, no sé qué, pero está bien para ser española...>> Y eso a mí...

PARTICIPANTE 6: ¡Que la veas!

PARTICIPANTE 4: Pero, ¿es una serie muy larga?

PARTICIPANTE 1: Va a serlo, porque creo que están haciendo una segunda temporada y es totalmente innecesaria pero... De momento, a lo mejor la veo y me flipa.

PARTICIPANTE 2: Es verdad que el final es esperado, que es lo típico de las series españolas...

PARTICIPANTE 1: O sea, que ya no la vais a ver seguro.

PARTICIPANTE 5: A mí es que eso no me mola...

PARTICIPANTE 2: Yo creo que por eso dicen la coletilla de <<para ser española>>.

PARTICIPANTE 6: Que no, que la veáis que está genial.

PARTICIPANTE 4: Pues yo creo que las americanas son más esperadas que las españolas...

TODOS: ¿En serio?

PARTICIPANTE 1: Depende, depende

PARTICIPANTE 4: ¿Las americanas? Si son de ciencia ficción siempre aparece el espíritu del pasado o algo similar.

PARTICIPANTE 6: Yo creo que hacemos una equis porque sean españolas, son muchos prejuicios.

PARTICIPANTE 3: Es que la gente tiene muchas ideas preconcebidas.

PARTICIPANTE 5: La que me ha molado este año es la de *Black Mirror*. En verdad, hay algunos capítulos que no te los esperas para nada.

PARTICIPANTE 1: Buaaaah...brutal esa serie.

PARTICIPANTE 3: Pero esa serie, porque no sigue un hilo de historias realmente. El único hilo conector que tienen es que todas son futuristas pero que se aplican a la vida diaria y vemos que son posibles... No son coches volando por el cielo ni nada de eso, sino futuristas de redes sociales....

PARTICIPANTE 5: Nono, pero a mí lo que me mola es que no me espere el final de cada capítulo. Porque las otras tú las estás viendo y a los 15 minutos tú dices... Puff, si es que ya se como acaba....¿para eso me pego 45 minutos de capítulo?

PARTICIPANTE 4: Lo bueno que tiene es que siendo capítulos separados te siguen enganando.

PARTICIPANTE 5: Ahí está.

PARTICIPANTE 2: Claro, no es una monotonía de serie...

MODERADOR: Con respecto a lo que decíais de *La Casa de Papel*, ¿llegáis a notar mucha diferencia entre las series españolas y las americanas?

TODOS: Si

PARTICIPANTE 6: Además, hay series españolas que son copias de las americanas.

MODERADOR: ¿En qué sentido? ¿La trama? ¿La producción?

PARTICIPANTE 6: Por ejemplo, *Orange is the new black* es la copia española de *Vis a Vis*.

PARTICIPANTE 1: De la cual soy fan por cierto (risas).

PARTICIPANTE 5: Yo que sé, yo noto como en el tono... las españolas son siempre el mismo tono ese de depresión.

PARTICIPANTE 3: tono super cómico más bien...

PARTICIPANTE 6: O que las tenéis muy encasilladas.

PARTICIPANTE 5: No, pero se nota. No es la misma calidad. *Black Mirror* lo ves como está grabada y está perfecto, y luego *La Casa de Papel* puede que esté bien grabada pero no se ve tan bien.

PARTICIPANTE 2: También que hay menos inversión.

PARTICIPANTE 5: Claro claro, es lógico también.

PARTICIPANTE 2: Pero es verdad que las series españolas a mi siempre me dan un tono de telenovela...

PARTICIPANTE 1: Porque son largos los capítulos, en España son de 1h y en EEUU son de 40 min.

PARTICIPANTE 3: Pero los de *Black Mirror* también son de una hora.. Yo creo que el problema de las series españolas no se venden en una plataforma como Netflix como hacen la mayoría, sino que lo hacen en la tv pública y privada, que siempre están llenas de otros programas de rollo cotilleo. Entonces, esto ya cambia el ambiente y se ve ese tono de telenovela o... Tienden a ser eso porque la tele que la financian es es así.

PARTICIPANTE 5: Ya...

PARTICIPANTE 1: Hombre también por el público que lo ve.... Si son televisiones que puede ver todo el mundo al final hacen unas series muy generales que le guste a tu madre, a nosotros, etc...

PARTICIPANTE 3: Tienes que hacer un rol de *Aida* o *La que se avecina*.

PARTICIPANTE 4: Aquí es España siempre se ha criticado que se vende cantidad, los capítulos tienen que ser una hora y pico para que se meta más publicidad, para que ocupe toda la noche en la cadena, y encima aguantan poco. Si una serie española los 3 primeros capítulos no funciona la dejan en el cajón. Los americanos no, te la siguen vendiendo y puede que te enganchen en el 4 o 5 capítulo. Y yo no he visto *La Casa de Papel*, solo el primer capítulo y la verdad que era como un

lowcost de una serie americana... entonces también es que nos metemos en unos berenjenales que no son los nuestros. Nosotros sabemos hacer otro tipo de series y de cosas, y no tiene porque ser de ese tipo de gran producción aunque ahora se estén haciendo La Peste y todo esto...

PARTICIPANTE 6: Yo creo que todo eso también depende de la cultura de cada sitio, porque claro no es lo mismo lo que se muestra en una serie española, americana o británica.

PARTICIPANTE 3: Y más las estadounidenses...

PARTICIPANTE 6: Te va a mostrar hmmm la sociedad esa...

PARTICIPANTE 3: Sí sí.

PARTICIPANTE 6: y aquí pues te muestra rollo telenovela...

PARTICIPANTE 4: Pero mira lo que muestran las telenovelas, *Los Serrano* por ejemplo, que yo no la he seguido ni visto mucho, eso lo han vendido por todo el mundo entero, ¿sabes?

PARTICIPANTE 6: Y *La Casa de Papel* también eh...

PARTICIPANTE 3: Pero eso es una réplica de la sociedad española, la británica y americana hacen lo mismo pero tienen de todo en la sociedad... Hay negro, chinos, blancos, de todos los colores y razas, lo que implica que los guionistas y la gente que participa dentro de esas series no tengan la misma mentalidad y hagan cosas más frescas y tal.

PARTICIPANTE 1: Aún así yo creo que están bastante delimitados por.. esto hmm... el puritanismo. El que todo sea muy bonito, el espíritu americano (que nunca cae), y el que nos es americano si, etc.

PARTICIPANTE 4: El bueno nunca muere, y a mi por ejemplo una de las series que más me ha gustado es *El Puente*, que es una serie sueca o danesa, y ese tipo de series lo bueno que tiene es que no importa quien sea, si el bueno tiene que morir lo matan, si un niño tienen que matarlo pues también lo matan... Los americanos eso no lo hacen, existe ese puritanismo que tu dices que conduce o canaliza ese tipo de series ¿no? Incluso en una de las que hemos visto que hay lucha explícita, sangre y tal.. pero hay otras series de patrones que están dentro de la moral americana.

PARTICIPANTE 1: Sisi, el héroe que es el protagonista y siempre parece bueno. Vaya, el héroe americano.

MODERADOR: Voy a hacer un inciso aquí, que me está gustando mucho lo que estáis contando, simplemente que os voy a poner unas imágenes en el ordenador y así me gustaría que nos centráramos ya en las series que todos hemos visto. Y así también evitamos spoilers de las series que no hemos visto (risas).

MODERADOR: También me he dado cuenta de que habláis de series muy recientes, a partir del 2015 o así, y alguna suelta más antiguas... ¿Habéis notado muchos cambios en estos últimos 5 o 10 años en las series?

PARTICIPANTE 3: Los temas que tratan. Y el cuidado o la forma en la que los tratan. Por ejemplo, *Friends* tiene unos matices machistas y racistas que tu ahora no ves tan explícitos en las series (porque denunciaran la serie), la emiten y se respeta porque es una serie de su tiempo. Esto también lo noto en como el feminismo se ha adentrado en las series de una manera brutal.

MODERADOR: ¿Crees entonces que las series actuales son políticamente correctas?

PARTICIPANTE 3: No creo que lo sean, pero creo que controlan el tono para asegurarse las visualizaciones que tienen.

PARTICIPANTE 4: Claro, para evitar críticas.

PARTICIPANTE 2: Yo creo que no. Yo creo que para como está en auge el feminismo las series no representan ni la mitad de lo que realmente es, *La Casa de Papel* por ejemplo se basa en un amor romántico super tóxico que obviamente es machistas y opresor. Y no se han cortado ni lo mínimo.

PARTICIPANTE 3: Ya, pero no lo han hecho de forma que moleste a la gente. Eso se puede extrapolar a un humor británico o algo que se sabe de antemano que puede ofender un poco, pero la gente se lo espera y lo acepta. Antes las bromas y esto eran muy obvias...

PARTICIPANTE 4: Si, era un machismo más explícito por ejemplo.

PARTICIPANTE 3: Ahora, te lo venden de otra manera. Y a lo mejor el personaje femenino es mas libre y etc. En *Shameless* se ve por ejemplo, que la prota es de este estilo y además que la serie va mejorando conforme va avanzando en sus 8 temporadas... Al final Fiona está...

TODOS: Shhhhhhhh

MODERADOR: Cuidado con los *spoilers*

PARTICIPANTE 5: Pero esa la hemos visto, ¿no?

PARTICIPANTE 6: Si, pero no hasta la temporada 8 (risas) que yo quiero seguir...

PARTICIPANTE 2: Si, pero por ejemplo el hecho de *Friends* y *Cómo conocí a vuestra madre*, que fue un intento de hacer las mismas bromas y peor que fue un fracaso... En la segunda la cagan mucho mas en feminismo, racismo, y etc...

PARTICIPANTE 1: Pero eso pasa porque intentan hacer comedia de cosas que ya han sido comedia en *Friends*, intentan ser una copia mala de *Friends*... Pero es lo que ella ha dicho, eso está hecho en.. a.. en 2004 fue el ultimo de *Friends* y ahora en 2015 hacen la mismas bromas y ahora no se entienden en el contexto y parecen ofensivas.

PARTICIPANTE 2: No se, yo creo que para decir si las series son mas o menos inclusivas tengo que decir que...

PARTICIPANTE 3: tiene que haber un cambio radical porque...

PARTICIPANTE 4: A mi me alegra...Yo ahora voy a hacer uso de mi experiencia porque tengo más años y me alegra escuchar todo esto, pero no os podéis imaginar la velocidad que lleva esto, si tu llegas a ver la diferencia del papel de la mujer y todo cuando yo era joven... aunque aun no este al nivel igual del hombre, pero estos últimos años se ha acelerado todo de forma exponencial... compara a Paco Martinez Soria y esas pelis y eran para llevarlas a la fiscalía (usando a una mujer como un cacho de carne)... la velocidad que se esta alcanzado ahora es vertiginosa porque yo no he visto cambios hasta los últimos 10 años...Y a mi *Friends*, que no me gusta porque es un humor esperable americano, el *Mcdonalds* de la comedia... Que yo creo que en poco tiempo el cambio se va a ver mucho más en las series.

PARTICIPANTE 3: Bueno si, y a parte, yo creo que q es muy difícil si empiezas a analizar los comportamientos machistas erradicarlos al completo si partes de 0... por ejemplo las relaciones esas... o si escribes algo... yo por ejemplo soy muy creativa y estoy escribiendo algo para un video y pienso que idea as guay y tal, pero luego me doy cuenta que es machista o lo que sea, y

no es tan obvio hasta que te sientas y lo ves hecho... es un proceso de educación, yo quiero que sea lento para que la gente interiorice el feminismo...

PARTICIPANTE 2: Estoy de acuerdo contigo.

MODERADOR: Bueno, dejamos eso ahí con esa conclusión. Ahora os voy a mostrar los tráilers de las 3 series que hemos visto, como recordatorio, y así nos centramos más en hablar sobre ellas.

PARTICIPANTE 4: (al terminar los tráilers, en concreto el de *Skins*) Parece un anuncio de Magaluf... (risas)

MODERADOR: Pues ese trailer lo distribuyeron en la tv británica...

PARTICIPANTE 4: Claro, es que es británica...

PARTICIPANTE 1: Vaya..

MODERADOR: Venga, pues después de este recordatorio, ¿qué me contáis de las series que hemos visto?

PARTICIPANTE 3: Yo creo que todas siguen un rol y a la hora del montaje y la postproducción son super rápidas. Todas las series incluyen escenas con la cámara rápida o alguien corriendo, o una persecución... Y eso lo que hace es que te sube, aunque monten un drama y eso todo sigue siendo rápido... Se rompe algo, o entra el padre borracho en *Shameless*, o en *Kingdom* le pegan una paliza a uno, o en *Skins* uno se mete en algo y se revoluciona todo.... Yo creo que esa es una de las cosas esencial que tienen las series para mantener al espectador....

MODERADOR: Cuando dices te sube, ¿a qué te refieres?

PARTICIPANTE 3: Adrenalina, en plan te sientes dentro de la serie...

PARTICIPANTE 4: Te activa, te activa...

PARTICIPANTE 3: De hecho yo viendo *Shameless*, como es la que más me he visto, y aunque tu veas una situación de mierda, y extrapolas las situación a algo que tu ves por ejemplo aquí en Sevilla en un barrio chungo como las 3000, pero cuando lo ves en la serie te entran ganas de meterte en esa situación, dentro de la familia Gallagher cuando tu eso no lo harías con una familia de un guettho de aquí... Son los mismos problemas, pero lo cuentan de otra manera de forma apasionante, y aunque sea una mierda no lo parece.... Fiona por ejemplo tiene una vida, que trabaja en un bar que eso aquí sería bar Casa Manolo (risas), es que es real... Pero ese bar te parece un bar guay, y una vida guay, y una ciudad guay, y en verdad está viviendo en las 3000 viviendas de Chicago, están viviendo en un suburbio..

PARTICIPANTE 5: Tu sabes.. A mi no entraron nada de ganas... De hecho por eso no me llamó la atención, porque estaban todo el rato drogándose, los notas con problemas, que si a este le pegan una paliza... Digo, mira yo que sé yo veo una serie para pasármelo bien no para tener un dramón en la cabeza.

PARTICIPANTE 4: Si, pero te lo cuentan de una manera un poquito....

PARTICIPANTE 3: Si, que no te duele.

PARTICIPANTE 6: No en plan desagradable de pena.

PARTICIPANTE 5: Vale, ese tono puede ser normalmente, pero siempre hay algún capítulo que... Por ejemplo, el 2 capítulo de *Kingdom* donde le quitan el oso al gordo que está el nota en lo de la cárcel...

PARTICIPANTE 4: Yaya, pero yo me estaba refiriendo a *Shameless*. Porque en *Kingdom* si hay escenas y capítulos que te chocan...

PARTICIPANTE 3: Porque es más explícita la violencia, pero en cambio también yo veo un tío peleándose en la calle y eso me repugna, pero lo veo en *Kingdom* y me lo mezclan con el tema del sentimiento de las mujeres, la familia, la frustración del luchador, etc...

PARTICIPANTE 1: Claro, esa es la diferencia de la realidad con las series. Ahí no te moleste que entre el padre borracho y la lée... Vives sus cositas...

PARTICIPANTE 3: Sí sí, vives como un montón de vidas al mismo tiempo. ¿Sabes?

PARTICIPANTE 2: Yo creo que también algo que caracteriza a estas 3 series es que el que se supone que es el ser más repugnante, como en el caso de Frank Gallagher o Jay de *Kingdom*,...

PARTICIPANTE 4: Si, que es el hermano que parece el más drogata y el más tirado, pero después es el único que se preocupa por la familia y ayuda a la madre y etc...

PARTICIPANTE 2: Y también el Tony en *Skins*, que lo odio, yo conozco a estos tíos en mi vida cotidiana y los considero los seres más despreciables que me puedo echar a la cara, y luego en algún momento de la series o el capitulo te da pena... como lo que le pasa a Tony con la hermana, aunque se lo haya buscado el tío por ser así de despreciable...

PARTICIPANTE 4: A mí el Tony no me ha dado pena...

PARTICIPANTE 5: A mí tampoco (risas)

PARTICIPANTE 4: Yo en *Skins* ha sido la que menos me ha gustado de las 3, y el personaje del Tony no... no...

PARTICIPANTE 3: Pero si es verdad que crean una figura de odio/amor, porque con Frank Gallagher es total... Aunque sea un desastre con los novios y eso, pero después lo dejan abandonado en Canadá y te da una pena... pobrecillo...

PARTICIPANTE 4: También depende de como tu lo veas, si lo ves desde la figura del padre, o del hijo...

PARTICIPANTE 3: Yo creo que es más según el estilo de vida que tengan, por ejemplo xxx es muy deportista y eso, y a lo mejor yo soy más dramática o intensa, y por eso a mi me choca menos...

PARTICIPANTE 1: Pero es verdad que las 3 son series con historias duras pero te la cuentan de otra manera, en *Skins* de forma niñata, en *Shameless*, te lo cuentan con pena y cariño pero su vida mola, y en *Kingdom* crean heroes de todos los personajes...

PARTICIPANTE 5: Pero yo eso no lo entiendo, la gente dice *Shameless* que guapo como se lo pasan, pero la gente lo que hace es estar todo el día drogada y yo lo veo y no me apetece nada estar en esa situación, en plan... Son problemas que ya ven que van a ocurrir porque se los van creando ellos, pero te lo pone como algo divertido.

PARTICIPANTE 4: Hombre, ahí se trabaja mucho con la ficción porque mucho de los problemas que se meten en *Shameless* en la vida real no ocurrirían. Por ejemplo, cuando la hermana

secuestra al niño... eso en la vida real tendría sus consecuencias y no sería así. Te lo cuentan como que no ha pasado nada grave, se arregla todo y después lo celebran.

PARTICIPANTE 1: Pero también puede ser que no seamos el público de las series que hemos visto...

PARTICIPANTE 4: Y bueno, por ejemplo en *Skins*, yo no se si eso representa la sociedad española de los chicos de esa edad pero yo creo que si representa a los jóvenes de la sociedad británica. Al igual que las series americanas representan a sus jóvenes.

PARTICIPANTE 5: Pero cuando ves esas situaciones británicas o americanas piensas que guapo es esto, pero ¿eso por qué? Si fuese aquí en Sevilla y vas a una fiesta donde se meten coca no te parece tan guay.

TODOS: No, no es lo mismo.

PARTICIPANTE 1: Claro, pero también es que lo estás viendo a través de la tele...

PARTICIPANTE 3: Es que es eso, en una situación real tu te echarías para atrás y no lo verías tan guay..

PARTICIPANTE 5: Pero si lo ves ahí, en la tele, piensas que te molaría tener una fiesta así de guay... Y me lo paso de puta madre..

PARTICIPANTE 4: Y si hablamos de machismo y demás, *Kingdom* tratan a las mujeres como cachos de carne...

PARTICIPANTE 6: Y en *Skins*, Tony hace más o menos lo mismo...

MODERADOR: Veo que estáis hablando mucho, en el caso de *Shameless*, de gente que se droga, que bebe y tal... Y alguno, también ha dicho algo parecido sobre las otras series, por eso os pregunto si creéis que aparecen de forma reiterada estos comportamientos.

PARTICIPANTE 6: Si, yo creo que en general las tres series aparecen drogas en plan alcohol, porros o lo que sea, y también drogas más duras, y sexo también.... Son cosas en común en las 3. Hasta en *Kingdom* que no es tan así, el hermano luchador que se llama Jay también se toma algo, y la madre...

PARTICIPANTE 5: Y los notas que se pinchan las hormonas esas para ponerse más fuertes también...

PARTICIPANTE 6: Aparecen en las 3 y como que normaliza estas cosas....

MODERADOR: Pero los series son diferentes, ¿no?

PARTICIPANTE 5: Bueno, a mí *Shameless* y *Skins* se ma han parecido mucho.

TODOS: Sí, sí...

PARTICIPANTE 5: En plan, *Kingdom* no tanto... no se me parece en nada esa.

PARTICIPANTE 2: Además dan una visión de lo que son los suburbios o barrios así más alejados, una visión negativos... o una visión que ellos quiere dar en la serie...

PARTICIPANTE 3: Como si fuera aquí los Pajaritos.

PARTICIPANTE 6: Si, pero aquí no hacen una serie sobre los Pajaritos.

PARTICIPANTE 2: Y está visión no creo que sea la realidad en todas partes, y ya encima lo relacionan con el sexo, las drogas y el alcohol... Como que los comportamientos que tienen son justificados... Normal que Fiona se drogue si con los problemas que tiene no es para menos... Se tiende a justificar ciertas acciones tanto por el sitio en el que están residiendo como por los problemas que tienen...

MODERADOR: Entonces sus hábitos de consumo, que fuman y beben y tal, ¿están provocados por una situación determinada?

PARTICIPANTE 2: Claro, por ejemplo el chaval este que se enrolla con la profesora en *Skins*... Tu lo ves y entiendes que se drogue tanto porque a parte el chaval se medica y todo, y tiene un papelón familiar.. Y entonces el espectador tiende a justificar las acciones que hace y a empatizar con el personaje...

PARTICIPANTE 1: Vamos que juegan un poco con la lástima...

PARTICIPANTE 2: Si, es como que hacen que le quites peso a esas cosas y te parecen más divertidos esos hábitos porque los justificas, que a lo mejor en otra situación no los justificarías...

PARTICIPANTE 4: Es que la sociedad americana está muy tóxica, porque vale tu ves otras series a parte de esas y ves series de brokers donde se siguen drogando, series de mujeres desesperadas y están todas alcoholizadas... La cervecita y eso solo se ve en las barbacoas, después lo americanos están siempre en una sociedad super drogada.

PARTICIPANTE 1: Es una justificación....

PARTICIPANTE 4: Lo que te enseña es que en vez de resolver su problemas y eso de una forma normal, pues lo resuelven por su cuenta bebiendo o tomándose lo que sea. Comparado como vivimos aquí en España, que se vive y se resuelven los problemas de otra manera.

MODERADOR: Entonces, ¿aquí no nos identificamos con esos personajes o esos estilos de vida?

PARTICIPANTE 3: Yo creo que la gente ve tanto esas series porque no se identifica. Alguien te tenga una situación marginal como algunos de esas series, no ven esas series porque no les sorprende nada.

PARTICIPANTE 6: Claro, a ellos les parece normal y les aburriría. En cambio, nosotros que tenemos otra situación nos atrae y es algo que nos estamos acostumbrados.

PARTICIPANTE 1: Y además, sabes que no estás viendo Ciencia Ficción sino que es más o menos real lo que estás viendo.

PARTICIPANTE 3: No tiene nada que ver con *Juego de Tronos* o así...

PARTICIPANTE 4: Pero *Kingdom* por ejemplo si es más normal o por lo menos lo que pasa en *Kingdom* si se ve más aquí porque el rollo ese del gimnasio y la violencia es otras de tantas cosas que han sabido vendernos aquí y también en otros sitios... Como los 4 o 5 que salen en *Kingdom*, aquí también los ahí a puñados... Sus escenarios los han traído aquí en España y los han ubicado...

PARTICIPANTE 3: Si, pero las otras dos no tienen nada que ver con España.

PARTICIPANTE 5: Claro, y por eso te llaman la atención porque las cosas que salen son diferentes, las situaciones...

PARTICIPANTE 3: Y yo creo que la música también es tela de importante para hacerte sentir todo eso, que hay que tenerlo en cuenta... Hay mucho *rock* o así canciones con ritmo que te hacen sentirte como que necesitas hacer lo que ellos hacen.

MODERADOR: Pero entonces, si habéis concluido que la gente no se siente muy reflejada, ¿qué me decís sobre aquellas personas que han imitado un peinado o la forma de vestir de un personaje de alguna serie?

TODOS: Sí sí, eso sí...

PARTICIPANTE 3: Si, sobretodo a la hora a lo mejor de actuar o de vestir. En plan si es muy seductor o si ves que le gusta mucho a la gente, tu involuntariamente terminas replicando algunos de sus actos y te influye..

PARTICIPANTE 4: Aprendes gestos y eso, no todo los coges, pero algunas conductas y su lenguaje corporal de forma inconsciente se te queda.

PARTICIPANTE 1: A parte, al ver una serie, quiero decir, creas como una comunidad... Si hago un chiste de *Friends* seguramente lo entiendan los que la han visto.. O si me da por apuntarme a boxeo será porque he visto en la serie que la gente se pone muy fuerte con eso, o puede que no lo haga, pero creo que si incide mucho en los hábitos malos... En los hábitos buenos no hay tanto problema de hacerlo o no hacerlo...

PARTICIPANTE 4: Sobretodo la de *Kingdom* va dirigido a un público muy específico, tu eso lo pones en algunos gimnasios de Sevilla y acaban imitando lo bueno, lo malo y todo vaya (risas).

PARTICIPANTE 2: Yo cuando empecé a ver *Friends* con mi hermano, y él vio la chaqueta que llevaba Ross y se obsesionó con ella y fue preguntando sitio por sitio hasta que vio por Internet una igual y a pesar de que valió un pastón se la compró.

PARTICIPANTE 3: Es verdad que el estilismo y eso se copia mucho.

PARTICIPANTE 4: Claro, la ropa es que ni te lo piensas, si te gusta pues la imitas.

PARTICIPANTE 3: Yo copio la forma de vestir de Fiona, y eso... También he notado que el maquillaje con usan depende de como sean y si consumen o no, en plan que lo dejan muy claro cuando quieren que se note como algo malo... En plan, el estilismo y la personalidad de la persona suelen ser muy parecidas. Aunque todos los que te he dicho han fumado porros igualmente, pero tu lo ves al principio y no te causa la misma sensación, y te preguntas el por qué lo hace.

PARTICIPANTE 5: Eso también es una cosa que dices tu... la que está siempre drogada no se qué, aunque vaya drogada de pastillas.. la otra que está drogada de una droga que se considera normal, no le pasa nada, pero al final todos se están metiendo de todo...

PARTICIPANTE 3: Y alcohol todos, aunque los niños tenga 15 o 16 años. Todo el día cogiendo cervezas y siempre fumando...

PARTICIPANTE 5: Es que te hacen creer que eso es lo normal, y que la que se mete las pastillas y no come, o hace algo menos guay, pues esa es la rara... Y no, están todos en el mismo saco.

PARTICIPANTE 6: Con la que no puede salir de casa, también dan esa impresión.

PARTICIPANTE 3: A esa la tratan de loca y de neurótica...

PARTICIPANTE 6: Lo tratan en plan como problemas y tal, porque eso se llamo fobia o agorafobia o algo así... vaya que existe... Vaya que también meten, problemas reales...

PARTICIPANTE 4: Pero exagerados...

PARTICIPANTE 6: Vale, sí exagerados, pero algunas cosas como lo de la agorafobia es así...

PARTICIPANTE 4: Pero agorafobia es lugares abiertos con mucha gente y en la serie no lo tratan siempre así.

PARTICIPANTE 3: Aún así, yo creo que toda enfermedad y eso lo exageran...

PARTICIPANTE 4: Claro, porque lo provocan, lo que quieren es provocar al público... Lo que sí es cierto también que la población más drogada que existe son las personas mayores, y ya en EEUU con el *Prozac* y todo eso, pues ya todos... Drogadas mejor vistas vaya, que son medio legales... Para todo necesitan una *pill*.

PARTICIPANTE 1: Pero aunque enseñan eso, no sé yo si es así...

PARTICIPANTE 4: Mira, en EEU han tenido que cortar las drogas por prescripción porque es droga fácil y barata y el consumo se desparramaba..

PARTICIPANTE 3: Sí, sí, en *Shameless* sale eso, como uno de los personajes va a Canadá a pillar medicinas y cosas que la gente usa también como drogas.

PARTICIPANTE 2: Yo tengo la experiencia de que mi hermano estudia en EEUU, y lo que mas me sorprendió es que su compañero de despacho tenia un cajón solo con pastillas para estudiar y cosas así, de distinto color... Y por ejemplo para un resfriado le dieron muchísimas pastillas que era como para seguir el ritmo a tope que llevan...

PARTICIPANTE 1: Yo he estado en Nueva York de visita y me parece que eso que dices es por el ritmo de vida que llevan, no ves como aquí que la gente pasea o toma algo en la calle, allí van siempre rápido de un lado a otro o lo mismo no te ves a gente por la calle porque están metidos en algún lado...

PARTICIPANTE 2: Claro, allí no hay vida en plan vida...

PARTICIPANTE 1: Al final, refleja la sociedad, el ritmo de vida, las drogas, etc...

PARTICIPANTE 6: Sí, sí, la droga en EEUU está más normalizada que aquí tanto en las series como en la vida real.. Pero allí, yo creo que no es solo en situaciones de pobreza y eso sino en todas las clase...

MODERADOR: Ahora que habláis de estilos de vida, me viene genial para enseñaros una fotos y hacer un ejercicio de asociación de ideas y palabras. Las fotos son de algunos de los personajes que hemos visto en la serie, y así nos fijamos en hablar más de ellas.

PARTICIPANTE 4: Ese es Jay, el hermano que parecía más *yonkie* y eso y al final es el que hace de padre de familia y se preocupa más..

PARTICIPANTE 1: A mi me parece que es como un ser sensato dentro de un entorno que es una mierda, en plan fuera de ese círculo valdría muchísimo.

PARTICIPANTE 6: creo que el siempre intenta solucionar las cosas e unir a su familia, que lo que le pasa es una carencia de una familia unida... Pero en una palabra diría colgado...

PARTICIPANTE 3: Yo creo que lo que le estropea es el entorno.

PARTICIPANTE 2: Yo tengo que pensarlo.

PARTICIPANTE 4: Yo creo que es buena gente y muy familiar.

PARTICIPANTE 5: ¿Una palabra solo? Hmm no sé, alocado en general.

PARTICIPANTE 2: Yo digo que tiene carencia afectiva, parece un niño pequeño que está algo loco pero quiere unir a la familia...

PARTICIPANTE 4: Además no es tan cabrón, porque cuando va a ir a matar al chicano que le dio la paliza al hermano, al final no lo hace porque ve que tiene una hija... Ahí se ve que le importa la familia. Pero vaya, que habría que discutir por ejemplo la imagen que da de deportista de élite y luchador... (risas) Porque un deportista de élite no se mete toda la mierda que se mete ese...

PARTICIPANTE 5: A mi ese personaje no me ha gustado nada... Por mucha carencia que tenga, tiene siempre la casa llena de tías y de droga, y no se piensa las cosas...

PARTICIPANTE 4: Ya, pero seguro que en otro ambiente lo haría bien... Tendría novia, cuidaría mejor del hermano, etc... No deja tirada a la madre, atento al hermano, intenta reconectar un poco con el padre...

PARTICIPANTE 5: si bueno, pero tanto no le importa el hermano porque paga el alquiler con el dinero que él gana de las peleas...

MODERADOR: Ahora las fotos de la serie *Shameless*...

PARTICIPANTE 4: A mi Fiona me gusta, porque es la típica hermana/madre coraje, aunque haga algunas cosas raras... Y el hermano Lip, no tiene las cosas claras...

PARTICIPANTE 5: A estos dos hermanos los veo como al otro de *Kingdom*... El padre es un desastre y tal, pero ellos están mucho más centrados, aunque sus circunstancias de vida influyen...

PARTICIPANTE 1: No sé... Fiona, me gustaría ser como ella si estuviera en esa situación... Para mi todo lo malo que ella hace lo justifica con la situación que vive, y es una luchadora del copón... Y el hermano está dejándose llevar porque no tiene ni idea de que hacer y no le queda otra.

PARTICIPANTE 6: A mi me parece una luchadora, sacando dinero y la familia adelante, y es un ejemplo a seguir de poder con todo aunque le cuesta... Y Lip, me parece super inteligente y como hermano apoya mucho a la familia... por ejemplo, cuando el hermano le confiesa que es gay.

PARTICIPANTE 3: Yo creo que Lip es un diamante en bruto, que es muy inteligente y que se deja llevar por cosas muy banales, como todo el tema de beber y tonterías así, que no lo lleva bien las cosas emocionales, y se ralla... Y Fiona, me parece muy luchadora, y a veces te da rabia que haga cosas que ella misma se putea, pero en su situación...

PARTICIPANTE 2: Fiona me parece valiente y que sustenta a toda la familia. Y Lip, me parece muy inteligente porque es incluso capaz de escapar de su realidad familiar y después tienes sus propios problemas individuales...

PARTICIPANTE 4: Eso es porque Fiona ejerce de madre y de eso no se puede escapar...

MODERADOR: Bueno y ahora la foto de Cassie y Sid, los personajes de *Skins*.

PARTICIPANTE 1: A mi me parecen que los dos están muy perdidos, teniendo en cuenta su edad y eso...

PARTICIPANTE 6: Yo creo que Cassie intenta llamar la atención por su anorexia, y Sid lo veo un poco como perdido en comparación a sus amigos, y no sabe como afrontar las cosas...

PARTICIPANTE 3: Hace un tiempo que vi a estos personajes, pero por lo que recuerdo es que ambos reflejan claramente a los jóvenes británicos por todo el tema de la anorexia, como se dejan a influir, el rollo niñato que llevan, y él le joden mucho por la pérdida de virginidad, lo masculino, etc..

PARTICIPANTE 2: A mi es que Cassie me parece una luchadora por la enfermedad que tiene y va en contra suya todo el rato, con los amigos y la familia que tiene, aunque parezca frágil en la serie pero en realidad ella lucha un montón. Sid me parece muy noble, porque siempre está disponible para los amigos, aunque tenga sus defectos...

PARTICIPANTE 4: A estos dos personajes lo que los une es la baja autoestima que tienen... A ella le produce un desorden psicológico, y a él una timidez brutal... Si no tuvieran estos problemas, él es un buen amigo y siempre ahí para los demás y podría conseguir lo que quisiera, y ella creo que también podría hacerlo, me gusta el papel que lo hace... a lo mejor también es por el papel tan bueno que hace la actriz y hace que parezca mejor...

PARTICIPANTE 5: Lo veo más o menos así, y los veo que se dejan presionar mucho por sus amigos... La presión del grupo o de los padres, les afecta un montón y por eso no están a gusto consigo mismo...

MODERADOR: ¿Diríais que los personajes que os he enseñado se parecen entre ellos?

TODOS: Si, en detalles... entre ellos algunos se parecen más que otros...

PARTICIPANTE 4: Creo que son todos gente con buen corazón y se perfilan según su familia y eso, pero todos son buenos, en plan positivos...

PARTICIPANTE 6: Bueno, yo creo que no se parecen en cuanto a personalidad...

PARTICIPANTE 4: a ver me refiero a que, por ejemplo el de *Kingdom*, Jay, pues es el que saca a la familia, al igual que Fiona, etc...

PARTICIPANTE 6: En eso si, pero en personalidad no... Fiona tiene una personalidad fuerte distinta a la de Jay, o nada comparado por ejemplo a los de *Skins*...

PARTICIPANTE 3: Al final, no se sale ninguno de su zona de confort, porque aunque nosotros lo veamos raro para nosotros, ellos no hacen nada que no estén acostumbrados a hacer...

PARTICIPANTE 1: Son todos muy viscerales...

MODERADOR: Es comento esto, porque en el papel sus características de edad, lugar de residencia, etc... y historias personales son distintas...

PARTICIPANTE 2: Yo creo que se parecen porque ninguno de ellos tiene familia estables, son todas como rotas... Ellos no podría adaptarse a una situación familiar normal...

MODERADOR: Y nadie ha percibido que todos los personajes que hemos visto, teniendo en cuenta las similitudes o diferencias entre ellos, aparecen en diversos momentos fumando, bebiendo o consumiendo otro tipo de sustancias...

TODOS: Hmm.. si, más o menos si...

PARTICIPANTE 5: A mi no me parece que se parezcan los personajes, aunque algunas situaciones sí...

PARTICIPANTE 1: A ver yo creo que aunque sean situaciones o personajes diferentes... se intenta mostrar que no hay diferencias reales para fumar o drogarse... si tu quieres consumir esas cosas las consumes como sea... los ricos porque la consumen en fiesta y allí cometen excesos y los pobres porque no les queda otra para olvidarse de la mierda que tienen y así se justifican...

PARTICIPANTE 3: Al final todos consiguen justificarse y que parezca normal.

PARTICIPANTE 5: A mi me parece que lo pintan como para aumentar los problemas.. Es decir, tienen los líos de dinero o rollos personales y ahora le meten la bebida o las drogas para aumentar el morbo o el peso de la historia... así consiguen más lío y todo también tiene otra imagen...

PARTICIPANTE 3: También a veces algunos problemas que tienen lo crean esas cosas...

PARTICIPANTE 5: Claro, así también justifican el problema en sí... No solo al revés...

PARTICIPANTE 3: A veces el alcohol y esos son la raíz de los problemas, y otras los problemas justifican que fumen y tal... Y al final, de esa forma lo acabas viendo normal las dos cosas y lo asimilas...

PARTICIPANTE 5: Simplemente, a veces parecen que son problemas y drogas, pegan un montón y lo tienen hecho...

PARTICIPANTE 2: Claro, me drogo porque tengo una mala situación o tengo una mala situación porque me drogo... es lo que tu dices..

MODERADOR: Entonces, lo que decís es que cada vez que aparezco drogas, tabaco, alcohol ¿se asocian a situaciones negativas?

TODOS: Hmm.. no, tampoco eso...

PARTICIPANTE 2: Las series... por ejemplo *Shameless*, las fiestas que se montan los Gallagher cuando están de cachondeo se toman lo mismo que siempre, en plan alcohol y fuman y eso, y tu lo ves muy normal y hasta te entran ganas de participar. Entonces, no siempre se proyecta de manera negativa.

PARTICIPANTE 5: Pero yo creo que toda esta historia es por el tono de la serie, por ejemplo en *Friends* que es comedia no hay drogas o se ven muy pocas, y estas series que hemos visto son dramas y se ven drogas y eso seguro.

PARTICIPANTE 4: Yo creo que es algo que va con el tipo de serie y el tono... En los dramas, yo creo que se sientan los productos y cogen estos elementos y dicen que los tienen que meter si o si. Son componentes que hacen falta en la serie. Por ejemplo, yo quiero que la serie triunfe y que me hace falta... pues unas cuantas chicas desinhibidas y si salen desnudas mejor, chicos super marcados, mucho alcohol, muchas drogas... Yo creo que muchas de estas series las montan al revés, piensas la cantidad de gente fumando, bebiendo, y follando primero y después de que va a ir la serie y la trama, etc. Te lo digo porque hay veces que no pinta que un personaje salga fumando o tomándose alguna droga, y escenas así.

PARTICIPANTE 5: Si, yo también noto eso...

PARTICIPANTE 4: Por ejemplo, escenas de sexo que te la ponen y tu no sientes que pinte nada en ese momento, en *Kingdom* por ejemplo cuando se acuestan la ex mujer y el otro en el

callejón... Se lo montan detrás del seto y en realidad no está muy justificado, solo por el morbo de la escena del sexo... No tiene mucha coherencia...

PARTICIPANTE 3: Claro, pero esa coherencia no vende tanto...

PARTICIPANTE 1: Y encima, esa escena que has dicho era del penúltimo capítulo y así te enganchan para la 2ª temporada y no sabes si van a volver a tener algo los personajes o así...

PARTICIPANTE 3: Es que buscan el morbo, y no solo en las escenas de sexo... Con las drogas y eso también...

PARTICIPANTE 4: Pero en las series europeas son diferentes, no buscan tanto el morbo con esos elementos.. Por eso me gustan más...

PARTICIPANTE 5: Pero yo veo que con las drogas te ponen las dos caras

PARTICIPANTE 4: A mi tanta droga porque sí me da mucho coraje...

PARTICIPANTE 5: En plan, no hay punto medio... O te lo pasas increíble con las drogas y pareces que has visto el cielo, o se toman algo y se van a morir y sufrir del tirón... Al final me da la sensación de que transmiten de que sin drogas no existen esos altibajos que le da emoción a las cosas..

PARTICIPANTE 4: Sisi, como si sin drogas no hubiera nada... A mi eso me da mucha ansiedad...

PARTICIPANTE 5: Una vida estable y normal parece que es lo peor que te puede pasar, o al menos esa impresión dan las series... Como es una serie que tienen que pasar cosas, las drogas y estas cosas que estamos hablando es la que le da vida... Las fiestas con drogas super fiestón, los problemas con droga mega marrón.

PARTICIPANTE 4: A mi no me van a vender que yo consuma drogas, pero a un chaval a lo mejor...

PARTICIPANTE 5: Pues sí, en plan yo estoy seguro que algunos de mis amigos así con menos luces se viene arriba cuando ve estas series, porque te lo pintan en plan flama...

PARTICIPANTE 4: Esto es lo que venden, te dicen que la vida no puede ser buena con una pareja estable, que no te lo puedes pasar bien sin beber o fumar lo que sea, o drogarte... Y si, no haces nada de esto, te consideran un raro por ser feliz sin tomar nada.

PARTICIPANTE 1: Yo no creo que se pretenda voluntariamente crear un consumo de drogas y eso...

PARTICIPANTE 6: No sé yo, porque en *Skins* te lo venden con chavales...

PARTICIPANTE 5: Claro, pero un niño de 12 años ve *Skins* y dice es que me voy a meter tres rayas o dos pastillas en cuanto pueda porque te lo pasas flama...

PARTICIPANTE 1: Vale, eso si...

PARTICIPANTE 5: Yo ahí estoy con xxx, porque sin ser puritanos ni nada, pero veo un poco peligroso que se vean tanto estas cosas...

PARTICIPANTE 6: Pues si, al final se imitan las conductas que vemos como habíamos dicho antes de la vestimenta y eso, pues esto igual... Aunque sea inconscientemente...

PARTICIPANTE 4: Hombre, a vosotros os veo yo maduros, pero *Skins* en otro ambiente de Sevilla... al final del curso están la mitad de los niños enganchados si han visto la serie...

PARTICIPANTE 1: Ya, pero hemos estado hablando de los productos, y no creo yo que lo hagan a posta, no tienen la pretensión... pero tampoco le importa tanto en comparación con vender...

PARTICIPANTE 4: Claro, no les importa nada... Esa es otra diferencia con los españoles, que no somos puritanos a la hora de enseñar dos tetas o un desnudo....

PARTICIPANTE 3: El español el sexo lo trata más normal, por ejemplo *Las edades de Lulú*, que es muy explícita... Pero el resto de series, como los americanos, cogen los temas que la gente no está acostumbrado a hablarlos o verlos y así impacta...

PARTICIPANTE 5: Pues yo creo que te lo ponen porque mola... Dices América y drogas que guapo tío, igual con el alcohol y eso... Si te ponen drogas en España, lo ves y no te mola, o al menos no te hacen verlo tan guay..

PARTICIPANTE 3: Claro claro, es que la manera en la que tratan las drogas en España y en EEUU es totalmente diferente...

PARTICIPANTE 5: ¿Y por qué no te gusta aquí? Porque la sociedad de aquí es diferente...

PARTICIPANTE 4: Aunque yo también lo veo así, creo que el modelo ese de serie se está exportando de forma global... Por ejemplo, aquí nunca ha habido problemas con el alcohol y de hace unos años para acá se está generando un problema gordo en los jóvenes...

PARTICIPANTE 5: Es que aunque España sea diferente, se están exportando esas cosas aquí.. Y también vemos cada vez más esas series, y no te digo que tenga la culpa pero ahí están... Hemos pasado de tener esos temas un poco más vetados a que los veamos constantemente.

PARTICIPANTE 4: Nos estamos quedando con muchas cositas, porque tampoco había habido tantos gordos como hay ahora en España...

PARTICIPANTE 3: O las *raves*, que antes no existían y ahora hay por todos lados... Y eso también tiene sumado el que la gente tome droga para aguantar más y eso... Es como un pack.

PARTICIPANTE 6: Es verdad, el tema de tomar Eme se ha normalizado un montón...

PARTICIPANTE 3: Sí sí, que la gente en plan que tu veías la más normal del mundo se mete una pastilla y tu te quedas super pillada...

PARTICIPANTE 4: Yo creo que es el kit.

PARTICIPANTE 5: Yo creo que la mentalidad que tiene la gente es que después de verlo mucho piensa que está guay y encima lo piensan como algo normal...

PARTICIPANTE 6: Si claro, porque lo mismo que se pueden influenciar por una serie también se dejan influir por los amigos y para encajar y tal...

PARTICIPANTE 3: Pero no solo es débil, la gente se deja influenciar porque lo ve normal...

PARTICIPANTE 6: Vale también, pero se dejan mucho influenciar por lo que piense la gente y la sociedad, y si tu ves a tus amigos fumando, pues al final vas a fumar... Si lo ves en una serie, y te das cuenta que es lo que hace la gente que se parece a ti, y encima te lo enseñan como algo guay, pues tu acabas copiando eso para encajar.

PARTICIPANTE 4: Pero todo esto es por la normalización de ahora... Yo vengo de una época diferente y en los 80' aquí en Sevilla la cosa era una locura... Había un montón de heroína en la calle, y por ejemplo en Coria del Río venía gente de toda Andalucía para comprar, pero la gente no lo normalizaba salvo excepciones... No estaba normalizado, y eso hacía que cuando tu lo vieras no era normal... Es verdad que ha caído mucha gente porque se murió, pero tu ahora ves esto que estamos hablando del alcohol y las drogas y esta totalmente normalizado...

PARTICIPANTE 5: Buff, pues es verdad que yo de eso me he dado cuenta en las series, que la gente cuando se toma algo, por ejemplo una pastilla, se ve explícitamente como se la toman y tal... Pero cuando están bebiendo algo menos fuerte, o fumándose un porro o un cigarro, sale como algo tan normal que lo ponen pero no le dedican atención, ¿sabes? Entonces lo ves super normal que esté to fumado y hablando de lo que sea, o trabajando... Vaya que no le afecta.

PARTICIPANTE 4: O por ejemplo, el típico fotograma que sale una chica poniéndose la pastilla en la boca y pasándosela con la lengua a otros... Y en eso se exageran enseñándotelo...

PARTICIPANTE 1: Por un lado lo ves super chungo y por otro dices no, en verdad está guay...

MODERADOR: Ahora que estáis tan metidos hablando de esto, en vuestro caso personal y sin ninguna obligación, ¿os habéis sentido así como en la series si alguna vez habéis fumado, bebido, o consumido alguna droga? ¿Eso es un reflejo real?

PARTICIPANTE 3: Mi opinión, desde mi experiencia, yo he hecho muchas fotos de noche en conciertos y tal... Y ahí descubrí la facilidad e la gente de meterse cocaína o otras cosas, y eso me chocaba y me sigue chocando un poco... En cambio, yo eso mismo lo veo en una serie y me parecía normal. Vaya, que me parecía más ficción verlo en la vida real que en una serie.

MODERADOR: Entonces, ¿el tono de estos hábitos en las series es fiel con la realidad?

ALGUNOS: Si...

PARTICIPANTE 3: No... Porque la sensación que yo tengo en la vida real no es la misma que en las series, y lo que veo es lo mismo.

PARTICIPANTE 1: Es verdad, es verdad... las series no te cuentan la sensación esa que tu vives cuando lo ves por primera vez en la vida real...

PARTICIPANTE 3: Claro, es que en la realidad te entra hasta miedo y en las series eso no existe porque está idealizado hasta cuando te lo cuentan con detalles malos...

PAULA: Yo iba a decir algo como eso... Es lo que llevamos diciendo un rato que en la serie te lo normalizan y también te lo idealizan y en la vida normal no es así...

PARTICIPANTE 5: Claro, en las series sí, pero tu lo ves aquí y no es la misma situación...

PARTICIPANTE 6: Es la misma situación pero lo está viviendo tu de verdad.

PARTICIPANTE 4: Vaya que así es como cuando sacan una pistola o se pelean, en una serie a ti eso no te produce nada malo, y en la vida real te quedarías pillado...

PARTICIPANTE 2: Al final no es lo mismo verlo en realidad que en ficción...

PARTICIPANTE 3: Sí, sí...

PARTICIPANTE 2: Yo la experiencia que tuve al ver alguien meterse una ralla fue bastante fuerte. En 1º de bachiller, fuimos a una sala y alguien al lado mía tomo coca... Al principio me quise ir de

allí, pero después seguí saliendo con estos amigos y ellos ya veían la droga como algo normal, entonces yo lo normaliza, aunque no consumiera, y dejó de afectarme tanto. Y cuando dejé de afectarme, decidí cambiar de círculos porque al normalizarlo tanto me daba miedo que lo iba a probar e iba a caer. Por muy fuerte mentalmente que seas, si los ves siempre y lo normalizas al final te quedas sin defensas...

PARTICIPANTE 6: Pues sí... simplemente yo con el tabaco o los porros, cuando lo vi la primera vez en el instituto dije ostia que locura, y ahora lo veo totalmente normal que mis amigos los fumen.

PARTICIPANTE 5: Sí,sí, del día a día vaya... al menos los porros.

PARTICIPANTE 4: Vale, los porros es algo más sureño, pero otras drogas es una locura...

PARTICIPANTE 5: Pues yo creo que es depende del círculo en el que te muevas, porque yo tengo muchos conocidos que dicen que una boda sin meterse cocaína es una mierda, así que no se que decirte...

PARTICIPANTE 4: Pero es que cuando normalizas algo es que llega un momento en el que compartes el espacio con esa persona y no te produce ninguna clase de rechazo que lo hagan...

PARTICIPANTE 2: Lo del rechazo es relativo, porque yo he llegado a estar sentada en círculo hablando con mis amigos y que algunos de ellos se hagan un porro o se preparen algo, y aunque yo lo rechace, yo ni me inmuto... Es que muchas veces ni me doy cuenta.

PARTICIPANTE 4: Será que yo nunca he llegado a esa fase... Y he visto de todo.

PARTICIPANTE 6: Yo no he estado tan rodeada de drogas, pero entiendo lo que dice Sara si es en el caso del alcohol, el tabaco o los porros... Porque eso ya no tiene crítica ninguna.

PARTICIPANTE 5: Pero eso es porque nosotros estamos mucho más centrados que otras personas, que estoy seguro que ellos si lo ven normal...

PARTICIPANTE 2: La idea que te da de la droga las series como la de *Shameless* es la de fiesta y eso, aunque esté la gente tirada en el suelo y fatal en la vida real...

PARTICIPANTE 5: Pues yo creo que las series si que normalizan estas cosas. Porque vale tu me hablas de pastillas y drogas así mas chungas, pero lo que te están normalizando como algo bueno es el alcohol, los porros o el tabaco, porque están todo el rato en las series y en la vida y en las series es normal... Te prepara para esas cosas y te hace la mente del tirón..

PARTICIPANTE 1: No sé si prepararte, pero lo que hacen las series es que te informan... Te dicen pues te puedes ver en esta situación y encontrarte esto... Pero vaya, para la sensación real que tu tienes al vivirlo no te prepara para nada.

PARTICIPANTE 5: Tu sabes, si tu ves en la tele todo el día o en las pelis...

PARTICIPANTE 1: Pero es igual que si ves un asesinato o algo en las pelis, eso no te prepara para verlo de verdad...

PARTICIPANTE 5: Pero en una peli o una serie, un asesinato no es algo tan normal pero en el caso de cualquier serie y eso, lo normal es que tu veas a los personajes fumando algo o bebiéndose una copa... y tu cuando llegas a esa situación, le quitas importancia a lo que haces...

PARTICIPANTE 4: Claro, pero si tu ves que se toman algo y no pierden el control de mala manera o se lo están pasando bien y sin malos rollos, pues bueno tampoco pasa nada... No te digo que lo vea bien, pero lo ves menos malo.

PARTICIPANTE 5: Pero, ¿por qué? Porque las series tienen mucha influencia.

PARTICIPANTE 2: Si es verdad que yo en mi caso, si estoy con amigos y alguien se hace un porro pues ni digo nada, pero si alguien va a meterse coca, le digo mira háztela en otro sitio y no delante mía por favor.

PARTICIPANTE 1: Pero entonces xxx tiene razón, es porque nos normalizan que el porro esté todo el rato presente, y no con la coca.

PARTICIPANTE 3: Claro, pero lo de los porros es consecuencia que el tabaco ya está tan normalizado que ni hablamos del tema

PARTICIPANTE 6: ¡Y el alcohol, el alcohol!

PARTICIPANTE 3: A mí es que lo de las pastillas o pincharse y tal, pues mira me da mal rollo es como que le haces algo raro al cuerpo...

PARTICIPANTE 5: Vaya que lo que está normalizada en las series, está normalizado en las vida real... Y sino, se acaba normalizando porque pasa en una de las dos.

PARTICIPANTE 1: Si, las series son un reflejo de lo que hay...

PARTICIPANTE 4: Vale, pero que lo exageran mucho... Vale que exista en la vida real, pero un tío no puede estar 24 horas drogado, bebido o fumando y luego funcionar al 100% en el trabajo o meterse en los líos que se meten...

MODERADOR: Bueno, pues si me contáis una última reflexión sobre lo que habéis concluido de esta charla y ya nos despedimos.

PARTICIPANTE 2: Yo creo que las series influyen un montón, porque ¿qué pasaría si viajamos ahora a Chicago y nos encontramos en un callejón oscuro? Pues después de ver las series, pienso que me van a hacer algo seguro, que me atacan o algo... O sea, asumimos que con las imágenes y eso que vemos, y las llevamos a nuestra realidad.. Un ejemplo de eso puede ser lo que vemos en la pornografía y lo que después vemos o hacemos en el sexo real, que no es lo mismo pero se imitan cosas aunque puede crear un choque al normalizar cosas que no son ciertas... En este caso, de las drogas y tal, si la gente las lleva a la realidad pues seguramente no tenga el mismo desenlace que en la ficción y eso nos es algo que tu te des cuenta fácilmente, y te crea frustración.

PARTICIPANTE 5: Yo creo que el público de las series es muy determinado, y está hecho para afectar sobre todo a públicos adolescentes en el caso de *Skins*, y la de *Kingdom* a un público dedicado a la cultura del físico y tal... Ahora creo que si hay espectadores que por mucho que les quieran influenciar, depende de su madurez y de su experiencia... Pero vaya que en un público adecuado y sin mucha crítica, pues seguro que le influyen...

PARTICIPANTE 1: Estoy totalmente de acuerdo. Las series influyen mucho en lo que tu te esperas y lo que no de las cosas que ya te han enseñado, pero si es verdad que en cuanto al comportamiento propio no a todo el mundo le influye igual... depende de ellos.

PARTICIPANTE 5: Yo creo que depende del público afecta más o menos... Pero hasta cierto punto, a todo el mundo le influye un poco... Ya sea en temas de estilismo, sexo, alcohol drogas, etc... El tono que tienen las series normalizan los temas y lo que ellas quieran... Aunque no te

influencien las cosas más obvias, los detalles más sutiles te acaban llegando aunque sea involuntario.

PARTICIPANTE 3: Yo creo que eso que depende del público... todos consumimos las series que queremos ver, y ya sabemos el contenido que tienen... Así que muchas veces las series que vemos son las que nos causan mas curiosidad, y aunque traten ciertos temas de manera explícita nos gusta... sino no las veríamos. Yo consumo lo que decido consumir...

PARTICIPANTE 6: Yo pienso realmente que decidimos que ver, pero lo que vemos es para entretenernos, y por eso nos enseñan cosas que nos enganhen, y por eso usan el morbo y los elementos que hemos dicho... Y claro que sí que al final influyen lo que vemos en nuestra forma de actuar, aún que sea inconsciente. Porque nos identificamos con personajes, y si eso pasa, te influye y empatizas tanto al nivel que tu copias algunos rasgos o llegar a sentir tuyo lo que les pasa a ellos...

MODERADOR: Bueno, pues hasta aquí la charla (risas) Muchas gracias por haber participado y por vuestro tiempo. Ya podéis usar el baño, coger algo de comida o bebida, y de nuevo gracias.

Anexo 3: Esquema visual de categorías y temas

