

# Los jóvenes como consumidores de violencia en las series de ficción españolas<sup>1</sup>

Sara González

*Universidad de Sevilla<sup>2</sup>, Espanha*

sargonfer@gmail.com

**Resumen:** La importancia de conocer los hábitos televisivos de la audiencia radica, principalmente, en el impacto socioeconómico que se obtiene al adaptar los contenidos de la programación a la demanda de los espectadores. En este sentido, los jóvenes juegan un papel fundamental pues, a pesar de que apuestan cada vez más por Internet en lugar de la televisión, siguen siendo los principales consumidores de ciertos contenidos televisivos, tales como las series de televisión. En un período en el que la ficción española aumenta su presencia en la parrilla televisiva y goza del respaldo de la audiencia

juvenil, resulta interesante conocer cuál es la temática y los elementos más atractivos que conforman estas series y que pueden influir a la hora de moldear su identidad. La violencia es uno de los componentes que más presencia tienen en las tramas de ficción y, por ello, resulta oportuno analizar la forma en la que se representan las acciones violentas en las series españolas de máxima audiencia, así como la posible influencia que estos contenidos podrían ejercer en la conducta de los jóvenes, sobre todo, si se tiene en cuenta que se encuentran en una etapa vital en la que están forjando su personalidad.

**Palabras clave:** jóvenes, audiencia, violencia, ficción española, influencia, comportamiento juvenil

1. Submetido a 15 de Outubro de 2014 e aprovado a 15 de Novembro de 2014.

2. Calle San Fernando, 4, 41004 Sevilla, Espanha.

## Young people as consumers of violence in the series Spanish fiction

**Abstract:** The importance of knowing the viewing habits of the audience lies mainly in the socio-economic impact that is obtained by adapting the content of programming on demand from viewers. Here, young people play a central role because, although they are increasingly relying on the Internet rather than television, remain the main consumers of certain television, such as the television series content. In a period in which the Spanish fiction increases its presence in the television programming and enjoys the support

of the youth audience, it is interesting to know what the subject and the most attractive elements of these series are and how they can influence their identity. Violence is one of the components that are present in the plots of fiction and therefore it is appropriate to analyze the way in which violent actions in the Spanish prime series are represented, as well as the possible influence that these contents could exert on the behavior of young people, especially if you consider that they are in a critical stage in which their personality is being shaped..

**Keywords:** young people, audience, violence, Spanish fiction, influence, youth behavior

## Jóvenes y televisión: la relación actual entre la audiencia juvenil y el medio

Los desarrollos tecnológicos que han tenido lugar en los últimos años, han traído de la mano una evolución social marcada por la irrupción de nuevas herramientas comunicativas. Así, el afianzamiento de Internet y las redes sociales o la aprobación de un nuevo Plan Técnico Nacional de la TDT –Televisión Digital Terrestre– en 2005 que dio lugar al apagón analógico en 2010, son solo algunos de los cambios tecnológicos más significativos que se han experimentado en el panorama audiovisual actual en materia de información y comunicación. En este contexto sociocultural, nace una nueva generación de consumidores de medios de comunicación y, especialmente, de la televisión, que continúa siendo el medio de entretenimiento preferido por la audiencia en

España con permiso de Internet<sup>3</sup>. La neotelevisión, por tanto, ha dejado paso a un nuevo concepto de televisión en el que la interacción y los contenidos online se han impuesto dando lugar a la llamada hipertelevisión:

“Es un estadio superior de la ‘televisión interactiva’, una emisión enriquecida de televisión, que, además de su programación, ofrecerá un *pack* extra de actividades, como la posibilidad de chatear con otros telespectadores en directo, jugar o participar de forma inmediata en algún concurso, consultar biografías, tablas estadísticas o cualquier otro material suplementario o de apoyo”<sup>4</sup> (González y López, 2011: 32).

El consumo de contenidos televisivos ya no responde a fórmulas tradicionales, pues no hay que olvidar que en este contexto ha crecido toda una generación de personas rodeada de nuevos soportes electrónicos, tales como *smartphones*, *tablets*, ordenadores portátiles o consolas. Todos ellos se han convertido en herramientas imprescindibles para aquellos que han nacido en la era de Internet y de la revolución digital y para los que este tipo de tecnología forma parte de su vida cotidiana. Sin lugar a dudas, la horquilla generacional que protagoniza esta etapa es la de los jóvenes con edades comprendidas entre los 14 y los 25 años, cuyas principales características frente a los medios son las siguientes (López, Medina de la Viña y González, 2013:194):

- Son audiencias activas que buscan no sólo elegir, sino también participar e intervenir.
- Son consumidores de redes sociales y responden al perfil denominado *Trend Followers*: jóvenes de entre 16-25 años, muy activos en Internet, *Tuenti*, *YouTube* y *Fotolog*, que usan estas redes como forma de ocio y

---

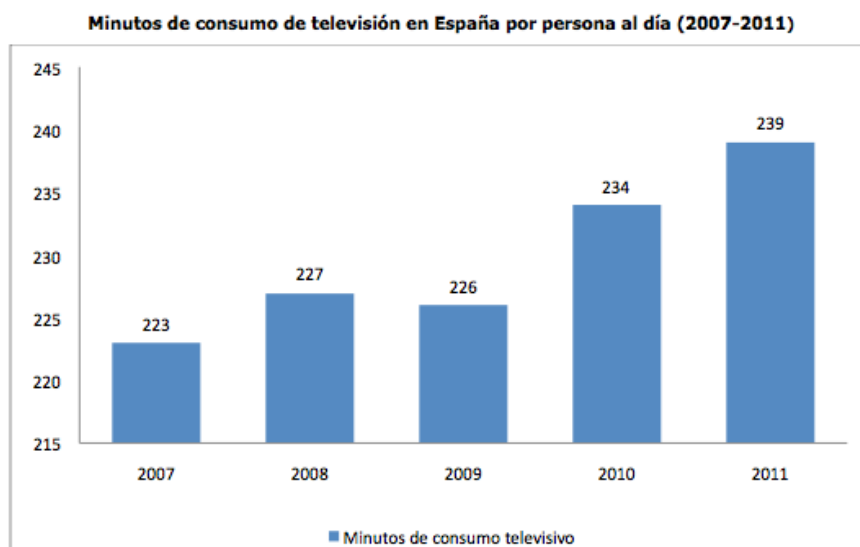
3. Internet es el medio preferido por los jóvenes tanto para entretenerse (64%) como para informarse (45%). La televisión queda relegada al segundo lugar, ya que recurren a ella un 36% para informarse y un 31% en busca de entretenimiento. Datos ofrecidos por la Encuesta a la Generación Global del Milenio <http://survey.telefonica.com/es/> (consultado el 20 de diciembre de 2013).

4. Documento de trabajo. González J.; Rodríguez D., López N., González P., Borrás M., y Medina, E. (2010): La hipertelevisión como tendencia de consumo entre los jóvenes de 18-25 años. Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, UCM-Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, Universidad San Pablo CEU.

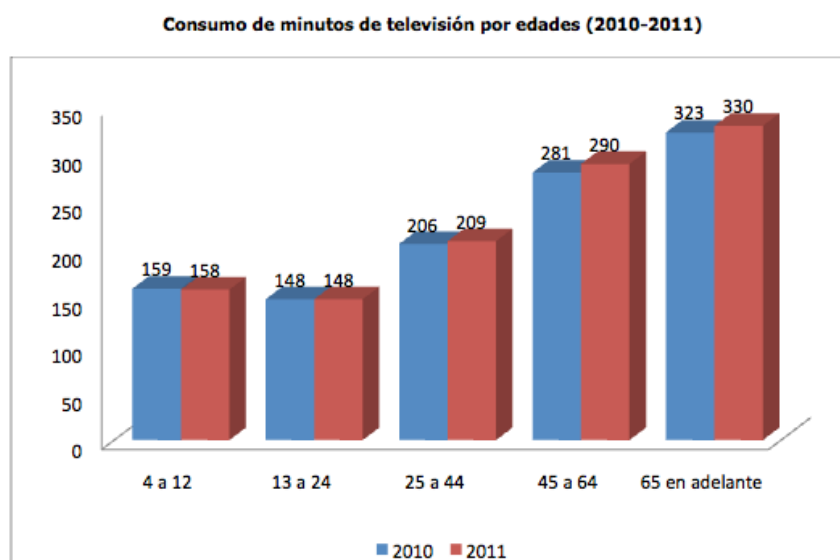
entretenimiento, según los resultados de la 2ª oleada del Observatorio de Redes Sociales (febrero 2010), de The Cocktail Analysis.

- Viven conectados a Internet y, según el Informe de la Juventud 2008 del Injuve, por entonces ya el 96% tenía móvil.
- Ellos controlan el mando y navegan por los canales de televisión como lo hacen por las páginas de Internet, a golpe de *clic*.

Con todo ello, es evidente que la forma de ver la televisión por parte del espectador ha cambiado, aunque esto no quiere decir que se haya dejado de verla. En cualquier caso, a pesar de que los minutos que le dedican los españoles a la televisión incrementa cada año, los jóvenes son el segmento poblacional que presenta el menor nivel de audiencia con respecto al resto.



Fuente: Egeda. Panorama Audiovisual 2012.



Fuente: Egeda. Panorama Audiovisual 2012.

¿Se corresponden estos datos, por tanto, a que Internet se ha convertido en el sustituto de la televisión para la juventud? Resulta atrevido asegurar con rotundidad tal afirmación, ya que estudios como el de Pedro Reinares (2010: 73) afirman que:

“No hay un menor tiempo de audiencia de televisión para usar Internet, sino un reparto de las proporciones de consumo de medios diferente al del resto de perfiles sociodemográficos. En este sentido, los contenidos de televisión pueden complementarse muy bien con un medio interactivo como Internet, logrando involucrar más a los espectadores con los contenidos”.

Los jóvenes hacen uso de todas las plataformas o soportes que tienen a su alcance para consumir sus contenidos televisivos preferidos sin tener por ello que excluir a unos en beneficio de otros. Lo que se pone de manifiesto con estos nuevos hábitos del público juvenil es que la audiencia de televisión queda muy fragmentada, ya que ahora es el espectador el que toma la iniciativa a la hora de elegir el cómo y el cuándo desea ver los formatos televisivos que más se adaptan a sus preferencias.

Si se tiene en cuenta este contexto sociocultural en el que los espectadores y, en particular, los jóvenes, son los que llevan las riendas de los contenidos televisivos al adaptarlos a sus necesidades y tiempo libre, la programación y los distintos géneros de televisión tiene que reinventarse para adecuarse a esta nueva realidad y no perder así no sólo audiencia, sino también ingresos económicos a causa de una menor inversión publicitaria. Y es que la juventud constituye un *target* muy apetitoso para los anunciantes, puesto que son potenciales consumidores que cuentan con una gran capacidad para ser persuadidos e influenciados por todo lo que les rodea, pues no hay que olvidar que se encuentran en una etapa vital en la que están forjando su identidad y personalidad. En este sentido es donde cobra importancia el perfil que presentan las cadenas de televisión de cara a los espectadores en función de los contenidos o formatos con los que cuentan. Así, por ejemplo, mientras Antena 3 es la cadena que atrae a la audiencia más joven –de entre los 13 a los 24 años–, Telecinco se relaciona con el público femenino y TVE adopta el perfil más serio (López Vidales: 2010, 4).

Sin lugar a dudas, la necesidad de que los jóvenes se vean reflejados en la televisión es trascendental, ya sea en formatos de entretenimiento como en la trama de series reales o de ficción en la que se vean identificados con la conducta de sus personajes. Puede que el principal error a la hora de elaborar contenidos destinados a los jóvenes sea que las empresas audiovisuales cuentan con un conocimiento escaso en lo que respecta a la valoración que la juventud tiene de la televisión. (González y López, 2011, 39). De esta manera, casi el 25 por ciento de los jóvenes considera que la televisión es de poca calidad, “muy sensacionalista o directamente muy mala” (2011, 39). Y es que el hacerles partícipes de la televisión permitirá que la sigan viendo como un medio inclusivo y no exclusivo de su cultura del ocio digital.

## **Las series de ficción, los contenidos televisivos preferidos por los jóvenes**

La revolución digital ha puesto de manifiesto que ya no importa tanto el formato en el que se vean los contenidos audiovisuales, sino cuáles son los preferidos por

los espectadores. En un momento en el que los jóvenes recurren más a la televisión para entretenerse que para informarse, resulta interesante conocer cuáles son los contenidos o los formatos televisivos por los que se decantan, ya que de esta manera se podrá conocer qué tipo de mensajes, conocimientos o valores son los que reciben mientras consumen determinados géneros televisivos. A pesar de ello, cada vez es más complicado delimitar con claridad los formatos que ofrece la televisión, puesto que una de sus principales características en la actualidad es la hibridación de contenidos. Gracias a esta particularidad se puede observar una mezcla de géneros que lleva a la reinención de los tradicionales o a la creación de otros nuevos. Así, es posible que se combine la realidad y la ficción en los documentales, que el tratamiento de la realidad se haga desde el espectáculo en los *reality show* o que el aprendizaje y la espectacularidad guionizada estén presentes en los *coaching show*.

Entre la gran variedad de programación y de canales de televisión que hay en la actualidad, hay un abanico de posibilidades sobre el que los jóvenes pueden decantarse a la hora de elegir sus contenidos televisivos. Según el estudio de Barlovento Comunicación (2013), la ficción, el entretenimiento y los deportes son los géneros sobre los que se concentran los cien programas que más audiencia han tenido por parte de los jóvenes de entre 18 a 25 años. Sus contenidos televisivos preferidos son los que giran en torno a la ficción y a los *reality shows*, por ello, los jóvenes dan un respaldo mayoritario a las series de ficción (29,8%) y a los espacios dedicados al cine (24%) al señalarlos como sus formatos favoritos (Gómez y López, 2013: 10).

Las series de ficción se han convertido en los formatos más atractivos para la gente joven, algo a lo que ha contribuido, sin duda, el hecho de que muchas de ellas hayan apostado por complementar los contenidos que ofrece al espectador de una forma innovadora. De esta manera, series como *Águila Roja* (TVE), *El Barco* y *El Internado* (Antena 3) han sido algunas de las que en sus portales de Internet han apostado por el transmedia con la finalidad de atraer y consolidar la fidelidad de la audiencia. Juegos, comunidades virtuales, sorteos, la creación de perfiles o la posibilidad de hablar con los personajes de las series han permitido aportar contenidos diferenciados que se suman a los que ya ofrece la propia trama de la ficción. Esta nueva apuesta que hacen en la actualidad muchos formatos

televisivos, en concreto, las series, no es una cuestión baladí. Y es que el éxito de audiencia en la pantalla de televisión se traslada ahora a los contenidos online que se pueden consultar a través de Internet desde distintos soportes tecnológicos y, de ahí, a plataformas con mucha repercusión como son las redes sociales. Por lo tanto, aumenta la popularidad, el seguimiento y el renombre de las series y se crea el conocido “movimiento fan” propio de la edad juvenil, tanto así, que son muchas las series que lanzan su *merchandising* oficial para que sus seguidores puedan tener a su alcance cualquier producto de sus personajes favoritos de ficción, ya sea a través de la tienda online o de coleccionables.

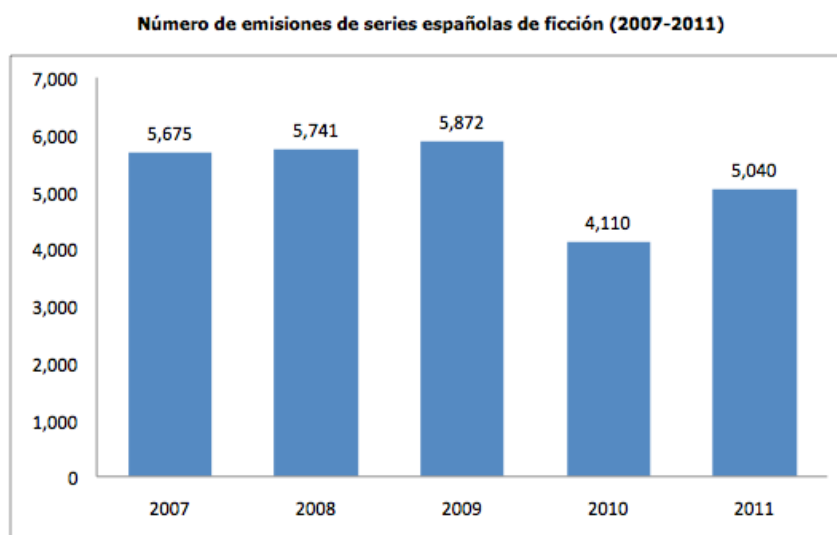
Otra cuestión relacionada con las series es que las producciones nacionales de ficción son las que más atraen a la audiencia juvenil frente a las de producción extranjera. La supremacía con la que cuentan las series de ficción españolas en cuanto a su presencia en la parrilla televisiva provoca que en 2009 se convirtieran en las reinas del *share* televisivo al conseguir el respaldo mayoritario de los espectadores,<sup>5</sup> algo que ya habían conseguido también en 2008<sup>6</sup>.

Por tanto, el período comprendido entre 2007 y 2011 refleja el buen estado de salud con el que cuenta la ficción española, pues su número de emisiones ha ido creciendo paulatinamente a pesar de que en 2010 se produjera un llamativo descenso y en 2011 se volviera a recuperar el incremento de emisiones de las mismas.

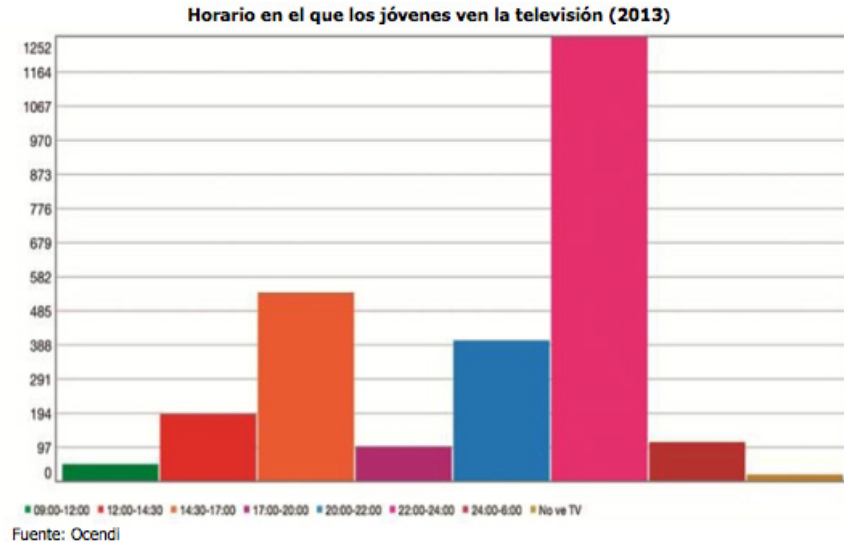
5. La ficción televisiva acaparó en 2009 el 34,7% de la audiencia, por delante de los informativos (20%) y de los programas de entretenimiento (14,4%). A pesar de que la ficción estadounidense fue la más programada por las distintas cadenas, es la ficción nacional la que ocupa los primeros puestos del ranking de audiencias: 16 de las 20 series más vistas son producciones españolas. Datos ofrecidos por EGEDA. Panorama Audiovisual 2010 ([http://www.egeda.es/EGE\\_LibrosPanorama-2010.asp](http://www.egeda.es/EGE_LibrosPanorama-2010.asp)).

6. En 2008 el dominio de la ficción española fue absoluto, puesto que las 20 emisiones más vistas del ranking de audiencias se correspondían a series de producción nacional y todas ellas se programaron en Telecinco. Datos ofrecidos por EGEDA, Panorama Audiovisual 2008-2009 ([http://www.egeda.es/EGE\\_MostrarNoticia.asp?NmNoticia=348](http://www.egeda.es/EGE_MostrarNoticia.asp?NmNoticia=348)).



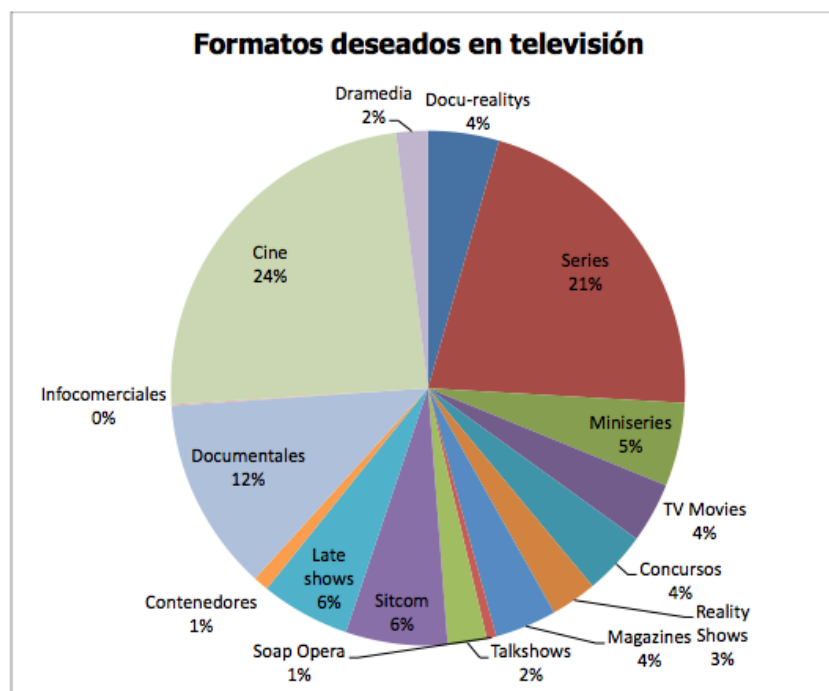


Por otro lado, también cabe destacar que según los datos ofrecidos por EGEDA, Panorama Audiovisual de 2012, estas series españolas se emiten en la franja de noche (36,1%) y de tarde (32,5%), un horario que se corresponde con el *prime time* o el horario de máxima audiencia para la parrilla televisiva. Por tanto, se pretende que los contenidos emitidos en esta franja horaria tienen mayor posibilidad de ser vistos por el mayor número de espectadores posibles, debido a que es el momento en el que más público se sienta frente al televisor, entre los que se encuentran los jóvenes.



Sin embargo, además de ser las series el formato predilecto por los jóvenes, es también el segundo que más siguen demandando a la hora de señalar sus formatos ya no preferidos, sino deseados, en lo que respecta a su mayor presencia en pantalla.

**Formatos de televisión deseados por los jóvenes de 18 a 25 años (2013)**



Fuente: Ocendi

Pero, ¿cuáles son las características que presenta la ficción nacional en esta edad de oro que protagoniza?, ¿cuál es la clave de su éxito? La búsqueda de temáticas abiertas a todas las edades que no se centraran en un público en concreto, así como el tratamiento de realidades cercanas al espectador son algunos de sus elementos primordiales. Tal y como señalan Galán y Herrero (2011: 27-28), los creadores debían centrarse en buscar “audiencias familiares que supusieran jugosos beneficios para los anunciantes y temas cercanos al público, principalmente comedias o relatos con dosis similares de drama y humor, que emanases un fuerte sentimiento de comunidad y que transcurriesen principalmente en el barrio o en entorno familiar”.

Sin embargo, más allá de la temática sobre la que versen las series de ficción, resulta importante analizar cuáles son los mensajes o valores que se transmiten en cada uno de sus capítulos, sobre todo, teniendo en cuenta que el público joven es el principal destinatario de este tipo de contenidos. Así, la competitividad, el

culto a la belleza, el liderazgo o el uso de la violencia como recurso de efectividad son algunos de los elementos más recurrentes, aunque no por ello sean siempre los más adecuados.

## **Violencia, ficción y televisión. Influencia e incidencia en los jóvenes**

Son muchos los estudios que han puesto de manifiesto que los medios de comunicación de masas provocan cambios, ya no sólo en la actitud, sino también en los valores, la ideología o las preferencias de los espectadores. Y en esta línea hay que destacar que se produce una mayor modificación cuando los contenidos a los que se expone el público son violentos, sobre todo si este público está formado por niños y jóvenes. El motivo se debe a que, durante estas etapas de la vida, la forma de aprendizaje más fuerte se produce mediante la observación y, precisamente, la televisión es un mirador hacia el que más ojos se dirigen y con el que más compañía se pasa (Huesmann, 1998, 89-90).

Numerosas investigaciones basadas en la conocida “teoría de los efectos” estiman que realmente existe una conexión entre los contenidos televisivos y la actitud que adoptan los individuos, en especial los más jóvenes, sobre todo en lo que respecta a la violencia y a la agresividad. Sin embargo, autores como Hugo Aznar (2005:47) señalan que algunos estudios apuntan a que se tratan de hechos aislados en los que la influencia de los medios de comunicación no es la causa principal de la comisión de dichas acciones, debido a que, si así se tratara, ya se habrían prohibido cualquier representación violenta en los medios para evitar que se produjeran actuaciones de este tipo. La corriente crítica a la teoría de los efectos y su método experimental ha cogido fuerza en los últimos años al considerar que dichos efectos e influencia sólo se producen en determinadas personas bajo circunstancias muy específicas, por lo que estos vínculos son muy débiles a la hora de poder establecer una fuerte relación causal. Lo que sí parece indudable es el interés que despierta la violencia en los jóvenes debido al conjunto de emociones que pueden experimentar viendo un producto ficticio. En este sentido, Fernández Villanueva (2012: 5) señala para la audiencia juvenil

el consumo de violencia ficticia que puede significar “el placer de saltarse las convenciones sociales, las convenciones sobre lo que les está prohibido ver. Asimilar, entender y tolerar la violencia es un cometido asignado socialmente a los adultos, por lo tanto los jóvenes pueden ver violencia ficticia precisamente para sentirse mayores”. Si se tiene en cuenta que los jóvenes se encuentran en un período en el que están conformando su personalidad e identidad, así como su desarrollo psicológico y moral debido a su falta de experiencia y conocimientos vitales, es lógico que recurran a todas las situaciones, contextos y elementos que le rodean para formarse y aprender; entre ellos, la televisión. Por este motivo, los jóvenes utilizan los contenidos audiovisuales “para reafirmar o argumentar sus opiniones e ideas, como parte de su proceso de socialización y para desarrollar su sentido de pertenencia: en muchos casos este contenido vehicula las conversaciones de los grupos juveniles”. (Naval y Sádaba, 2005: 13).

No obstante, sin restarle importancia al hecho de que ciertos contenidos televisivos puedan ejercer una influencia nociva entre los jóvenes, entre los que se encuentra la representación que se haga de la violencia, es cierto que para que se dé una correspondencia total entre la violencia emitida y la violencia adoptada por la audiencia en su comportamiento y actitud, deben concurrir en la persona una serie de factores genéticos, biológicos y sociales. Y es que “la violencia televisiva parece influir especialmente en aquellas personalidades que por cuestiones sociales, familiares y personales están más predispuestas al desarrollo de comportamientos violentos” (Nebreda y Perales, 1998: 16).

Pero, más allá de esta posible influencia en el espectador, ¿por qué resulta atractiva la violencia en televisión?

En una sociedad en la que los dictámenes del consumo bombardean incesantemente a la población a través de mensajes, ofertas o lanzamientos con la finalidad de que el producto llegue a la mano del cliente o, por lo menos, lo reconozca dentro del mercado, no es de extrañar que el ciudadano de a pie se muestre un tanto aturdido e incluso indiferente ante tal cantidad de misivas informativas. Es por ello por lo que se requiere de otro tipo de estrategias comunicativas para despertar de nuevo la atención del consumidor. Y esto es algo que, normalmente, se consigue a través de estímulos más atractivos y provocadores.

De esta forma, al igual que estos dictámenes son válidas para cualquier tipo de producto, también lo son para la violencia. El profesor y neurólogo James Santiago Grisolia señala, al respecto, lo siguiente (1998:37):

“La violencia es muy eficaz a la hora de captar la atención; pero como cualquier otro estímulo, pierde su efecto con la repetición. Por eso, para seguir atrayendo nuestra atención, se incrementa la intensidad de la violencia hasta abandonar el mundo real y envolverse en una atmósfera surrealista que nos llama aún más la atención”.

A través del visionado de escenas con contenido violento, el ser humano se acerca a sus sensaciones más arcaicas, pues el propio instinto de supervivencia hace que las personas sean agresivas y violentas, aunque no crueles, ya que la crueldad no es una condición innata del hombre, sino que se aprende con el paso del tiempo. Junto a ello, con la representación de la violencia a través de la televisión se descarga la rabia y la ira acumulada que se lleva dentro y que no se puede exteriorizar. La causa reside, principalmente, en los convencionalismos sociales establecidos, en los que la moral y la ética dictaminan la bondad y la maldad, lo legal y lo ilegal de las acciones que se ejecutan en el marco de la convivencia. Pero tampoco hay que olvidar que son muchos los espectadores que confunden sus gustos televisivos y no saben distinguir entre la acción y la violencia. La delgada línea que se ha creado entre estos dos términos provoca que, en la mayoría de las ocasiones en las que se ofrecen escenas de acción, aparezcan grandes dosis de violencia en las que las luchas, los disparos o los asesinatos cobran un gran protagonismo. Con lo cual, a los espectadores que consumen este tipo de contenidos guiados por sus preferencias, les acaba gustando la violencia al relacionar la emoción y la excitación propia de los géneros de acción con las interacciones violentas.

En esta línea, Hugo Aznar (2005: 44) indica que fue a partir de la década de los noventa cuando la violencia audiovisual adquirió una representación más atractiva e interesante, sobre todo, aquella que se incluía en formatos destinados para un público joven. De este modo, los asesinos en serie y sus acciones se encubren bajo un marco de emoción sin límites o los psicópatas se convierten en personajes inteligentes y cautivadores. Por tanto, los contextos y las acciones

violentas han contribuido a que el espectador se familiarice con los golpes, las peleas o los asesinatos a través de una forma divertida y seductora:

Durante años, Luis Rojas Marcos ha estudiado e indagado en la profundidad de la mente de los más violentos. En la entrevista que ofreció para el programa de televisión de La 2, *Tres14* (1996), el profesor de psiquiatría de la universidad de Nueva York revelaba algunos de los secretos de obra *Las semillas de la violencia*, publicado en 1995 y señalaba cosas como estas:

“La violencia fascina al ser humano. Si hay un acto de violencia en la calle, la gente se para a mirar ¿Y se paran porque les gusta? No, no es que les guste la violencia, es porque les produce curiosidad, les fascina porque están ante una contradicción”.

Asimismo, Rojas Marcos revelaba que el ser humano aprende a ser violento cuando es víctima de una situación cargada de violencia y crueldad, pero también cuando ve este tipo de escenas. En este sentido, señala que la cultura actual a menudo glorifica aquellas imágenes en las que meros personajes se convierten en héroes al hacer uso de la violencia para conseguir sus fines. “Eso es una forma de fomentar el uso de la violencia cruel en niños y en jóvenes”, aclara el psiquiatra. Por lo tanto, Rojas Marcos ha dado otra clave más de por qué atrae la violencia al ser humano. Aparte de que se trata de una situación inusual y, como tal, capta la atención de inmediato debido a que lo que se refleja en pantalla es lo que nadie sería capaz de hacer y unos pocos se atreven a hacerlo; también lo es porque se asocia la imagen de héroe y triunfador con la de un ser violento. Con lo cual, la relación que se establece es que si eres violento y cruel, conseguirás tus objetivos y te convertirás en todo un ídolo dentro de la sociedad.

Mientras tanto, Grisolia (1998:37) señala que las personas que sufren ansiedad tienden a ver formatos en los que la violencia es la principal protagonista. Y esto porque les disminuye dicha ansiedad, aunque sea por poco tiempo. No obstante, también es importante destacar que parte del atractivo de la violencia reside en las directrices marcadas por el control social. A través de series, películas o cualquier tipo de obras es frecuente que el espectador conozca la historia a través del punto de vista del personaje bueno que intenta atrapar al malhechor que, normalmente, se corresponde con los estereotipos de personajes malos en función de su país de origen o raza (judíos, latinoamericanos, árabes...). Es por

ello por lo que, con el visionado de estas imágenes, el espectador refuerza sus prejuicios sociales al considerar que sus pensamientos son buenos porque se corresponden con los que aparecen en pantalla. Lo que no saben es que, de esta forma, contribuyen a fijar categorías sociales entre buenos y malos, así como a marginar ciertos grupos de la sociedad con los que es justificable e incluso beneficioso para el resto de la comunidad que se ejerza la violencia sobre ellos.

En esta misma línea, Grisolia comenta que también se despierta el interés por la violencia porque se busca un “alejamiento del mundo natural o físico” (1998: 38). De esta forma, la cotidianidad y el día a día parece que nos inhibe, desde el punto de vista psicológico, de las sensaciones y las emociones más primitivas, así como de nuestro entorno natural y biológico. Tal y como señala el neurólogo, “solemos experimentar una cierta carencia que podríamos expresar como falta de significado de la vida, falta de contacto con lo vivo, con algo intenso” (1998). Quizás es por ello por lo que muchas personas necesitan de los contenidos violentos para sentirse con mayor vitalidad y con una actividad sin la cual parece que no serían capaces de experimentar este tipo de sensaciones tan exultantes.

Y ¿qué ocurre con los más pequeños? ¿Por qué entre los niños y los adolescentes gusta tanto la violencia? Porque ellos sólo pueden aceptar y entender los contenidos o las escenas libres de violencia si un adulto les explica previamente las bondades de esta práctica en contraposición con las violentas. Por tanto, la razón y la explicación se alzan como los únicos caminos viables para que, desde un principio, los niños y los adolescentes sepan diferenciar entre los modelos a seguir y los que no. Sin embargo, la televisión no explica ni razona, se basa en emitir y transmitir acciones en las que la violencia es la protagonista de gran parte de los contenidos que ve este sector de la población. Es por ello por lo que si no se les educa visualmente, los espectadores más jóvenes verán la no violencia como un sin sentido y no la contemplarán a la hora de actuar o de resolver cualquier problema que se les presente (Clemente, 1998: 74).

Con todas estas argumentaciones no es de extrañar que las empresas mediáticas encuentren en la violencia una buena herramienta para hacer dinero. Y es que si los contenidos violentos atraen, más aún si estos se presentan de forma atractiva y seductora, su presencia resulta necesaria e imprescindible para



captar la atención de los espectadores, aumentar la audiencia y, por consiguiente, incrementar también el nivel de ingresos. Por tanto, la violencia en los medios de comunicación se constituye como un negocio de grandes dimensiones, ya que ofrece un producto barato por el que se embolsa grandes cantidades de dinero. Así opina el investigador Miguel Clemente sobre el hecho de que la violencia se haya convertido en un negocio más (1998: 71):

“Hemos hecho de nuestros problemas un auténtico negocio colectivo, y hoy la sociedad necesita violentos y delincuentes, de la misma forma que necesita pobres, enfermos, guerras, terrorismo, niños y mujeres maltratados y, ahora ya, hasta enfermos de sida. Todos ellos nos dan de comer a muchos, alimentan además nuestros sentimientos colectivos, justifican nuestras acciones y nuestras inversiones, incluso nos atreveríamos a decir, en una expresión muy orteguiana, que vertebran nuestra sociedad”.

En definitiva, la violencia atrae y mucho a todos los públicos dependiendo del tipo de carencia o necesidad que presenten en su interior. A pesar de ello, hay que tener muy presente que esta fascinación provoca, a corto o a largo plazo, unos efectos secundarios que el subconsciente saca a relucir en el marco de las relaciones sociales.

Evidentemente, a cada persona le puede afectar en mayor o menor grado en función de sus experiencias, así como de sus rasgos genéticos, pero estos estímulos audiovisuales influyen en el posterior desarrollo del comportamiento ciudadano.

## **La representación de la violencia en las series de ficción españolas**

La posible influencia que ejerce la violencia emitida en televisión en el comportamiento y actitud de los jóvenes suscita un enorme interés en la opinión pública. En este sentido, cobra especial relevancia iniciar una investigación sobre si la violencia que se representa en las series de ficción de máxima audiencia juvenil se corresponden con los principios establecidos por los estudios del

Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia<sup>7</sup> (1997) o por investigadores como Edward Donnerstein (1998), según los cuales se contribuye al aprendizaje de conductas o comportamientos violentos en el espectador. Pero, ¿cuáles son esos preceptos que se van a tomar de referencia? En primer lugar, los aportados por el Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia. Se trata de una institución que, desde 1997 hasta 2011, ha realizado estudios e investigaciones sobre las manifestaciones de la violencia, así como la promoción de medidas para intentar sensibilizar a la sociedad sobre un tema tan espinoso como éste e intentar disminuirla en todas las facetas de la vida. Las conclusiones a las que llegaron estos investigadores sobre la adecuación o no de la representación de la violencia se resumen en los siguientes puntos (en Garrido, 2004: 292):

1. La presencia de narratividad en las acciones violentas.
2. El carácter intencional de las acciones violentas.
3. La ejecución del hecho delictivo sin contar con otras alternativas.
4. La representación legitimadora del acto agresivo.
5. El carácter atractivo de los agresores.
6. La juventud de los agresores y de las víctimas.
7. La asociación entre masculinidad y agresividad.
8. La ausencia de castigos tras la acción violenta.
9. La presencia de premios (emocionales o tangibles) después de la interacción violenta.
10. La presencia del humor en el contexto violento como efecto edulcorante.
11. El empeoramiento de la situación inicial.
12. La ausencia de consecuencias a largo plazo en las víctimas.
13. La ausencia de provocación.
14. La asociación entre deporte y agresividad.
15. La utilización de armas que impiden los mecanismos y barreras inhibitorias de la agresión.
16. El tratamiento realista de la representación de la violencia.

7. En octubre de 2011 se anunció el cierre de esta institución valenciana por su inviabilidad económica. Disponible en Internet (16/06/2013): <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/10/03/valencia/1317661838.html>

17. La aparición de la violencia como una herramienta eficaz a la hora de conseguir objetivos personales y sociales.

En segundo lugar, también se tendrá en consideración a Edward Donnerstein, profesor de Comunicación y Psicología en la Universidad de California, Santa Bárbara, cuya especialidad en el campo de la investigación es la de la violencia que se da en los medios de comunicación. Y, precisamente, fruto de uno de sus trabajos en los que analizaba la cantidad y el contexto de violencia que aparecía en la televisión norteamericana durante tres temporadas (*National Television Violence Study*, 1997-1998) obtuvo como conclusiones un total de nueve rasgos contextuales a partir de los cuales podría aumentar la influencia de la violencia en el espectador (Donnerstein, 1998: 24-25):

1. La naturaleza del agresor: se presta más atención y se imitan más aquellos personajes que son atractivos.
2. La naturaleza de la víctima: las escenas violentas en las que las víctimas son simpáticas y atractivas conmocionan más a los espectadores.
3. La justificación de la violencia: si aparece justificada cobra mayor legitimidad por parte del público.
4. La presencia de armas: la utilización de armas comunes, como pistolas o cuchillos, incrementa el impacto en los espectadores debido a que están asociadas con la cotidianidad.
5. La extensión y el carácter gráfico de la violencia: las muestras de violencia amplia y reiterada provocan en los espectadores más violencia.
6. El grado de realismo: las representaciones de violencia con mayor realismo son mucho más peligrosas que las que se presentan de forma irreal y ficcional.
7. La recompensa o castigo: premiar la violencia o no castigarla favorece al aprendizaje de comportamientos violentos.
8. Las consecuencias de la violencia: la ausencia de la presentación del daño o del dolor como consecuencia de las conductas violentas favorece el aprendizaje debido a que no se presentan los resultados de la agresión.
9. El humor: la incorporación del humor o la diversión en el marco de una escena violenta también contribuye al incentivo de su aprendizaje.

A partir de ello, el universo de esta investigación consistirá en analizar la representación de la violencia verbal y física que se da en las series de ficción españolas. Al tratarse de una temática demasiado extensa, resulta necesario delimitar el campo de actuación para que el resultado del análisis cuente con una mayor precisión. Es por ello por lo que dicho criterio de investigación se desarrollará a partir de la siguiente premisa objetiva: analizar las cinco series nacionales emitidas en España desde 2007 hasta 2011, ambos inclusive, que hayan registrado como mínimo un 20 por ciento de share de media en su primera temporada y cuyos contenidos hayan sido consumidos, principalmente, por un público comprendido entre los 14 y los 25 años. El resultado de las series seleccionadas para su análisis es el siguiente:

<b>Serie</b>	<b>Cadena</b>	<b>Estreno 1ª Temporada</b>	<b>Espectadores</b>	<b>Share</b>
Águila Roja	TVE	19/02/2009	4.637.000	25,5%
El Internado	Antena 3	24/05/2007	4.077.000	23,8%
Sin tetas no hay paraíso	Telecinco	09/01/2008	4.016.000	23,4%
Hispania, la leyenda	Antena 3	25/10/2010	4.319.000	22,8%
El Barco	Antena 3	17/01/2011	4.139.000	20,6%

Las categorías analíticas de las que se hará uso para desgranar cada una de las escenas violentas que se presentan en estas series se agruparán en ocho bloques:

1. Categorías generales (duración capítulo, audiencia, *share*...)
2. Personajes (características del agresor y de la víctima, rol que representa, edad, sexo...)
3. Dialogación y disposición lingüística (forma de expresión, relación con la historia y con las imágenes, contenido...)
4. Elementos sonoros (música, voz, ruido, silencio...)
5. Espacio (localización, ubicación espacial, ubicación temporal...)
6. Tiempo (orden temporal, duración, frecuencia...)
7. Lenguaje audiovisual (encuadre, montaje...)
8. Estructura narrativa (desencadenante de la agresión, desarrollo de la agresión, causas de la agresión, fin de la agresión...)

En líneas generales, se puede decir que entre las escenas violentas representadas en estas cinco series se establece una coincidencia más que notable con todos los principios establecidos tanto por el Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia (1997) y por Edward Donnerstein (1998); a partir de los cuales se señalan los rasgos con los que podría aumentar la influencia de la violencia en el espectador. Por ello, y para que se pueda comprobar esta evidencia, se expondrán a continuación los resultados más reseñables obtenidos en este estudio:

1. Los protagonistas y antagonistas de las cinco series, que son en su gran mayoría, los principales agresores de las escenas violentas, son personajes atractivos tanto física como psíquicamente. Además de ello, todos se ajustan al mismo perfil de hombre: raza blanca, tez y cabello moreno y, por norma general, todos llevan la conocida barba de varios días que los dota de cierto encanto. Esta característica hace que el personaje sea más atrayente para la audiencia y, por tanto, justificará, en mayor medida, las acciones violentas que cometa al tratarse de una figura con la que se empatiza desde el primer momento.
2. Los agresores y las víctimas de las escenas violentas son presentados con nombres propios y cuentan con una identidad muy definida dentro del relato, independientemente del rol que desempeñe en el mismo. De esta forma, se prescinde del anonimato para que el espectador conozca a los personajes que protagonizan el conflicto y se pueda identificar con su situación.
3. El rol de agresor es encarnado de forma mayoritaria por el protagonista en *Águila Roja*, *El Internado* y *Sin tetas no hay paraíso*, las series que registran mayor cuota de pantalla y audiencia de entre las seleccionadas para este estudio. Por lo que la imagen de un protagonista agresivo que recurre a la violencia justificada dentro del contexto en el que se realiza es garantía de éxito y también contribuye a que el aprendizaje de conductas violentas sea más efectivo. Si el personaje principal de la serie se caracteriza por ser violento y popular, se transmite a la audiencia unos patrones a seguir en la vida real para obtener el éxito y la notoriedad adquirida por este personaje en la ficción.

4. Las escenas violentas de estas series no cuentan, en su mayoría con testigos durante el desarrollo del conflicto. Mientras tanto, el porcentaje de testigos activos que participan en la separación de los personajes que protagonizan un enfrentamiento o incluso en el impedimento de que éste se realice es escaso, ya que no supera en ninguna de las series el 18 por ciento (el baremos oscila entre dos y trece testigos activos en el total de las escenas violentas registradas).
5. Las escenas violentas muestran que, de forma mayoritaria, en todas las series tanto el agresor como la víctima están representados por el género masculino. El papel de la mujer en estos dos roles es menos significativo, aunque incrementa ligeramente en el de la víctima, alcanzando la cuota más alta en Hispania con un 26 por ciento de representación.
6. Las escenas violentas muestran que la violencia es un acto propio de la juventud y de los adultos (no suelen superar los 40 años de edad). Si bien los primeros cuentan con una representación ligeramente mayor como víctimas, los segundos lo hacen como agresores. El resto de grupos de edad tiene una presencia simbólica en el desarrollo de actos violentos, aunque no hay que desdeñar que los niños también aparecen, aunque mínimamente como víctimas en Hispania y en Águila Roja, siendo esta última la única serie en la que adoptan el rol de agresor en ocho ocasiones, una de ellas para protagonizar un conflicto mortal.
7. La música extradiegética está presente en la mayoría de las escenas violentas de todas las series con objeto de incrementar la tensión que se vive en ellas, al tiempo que para anticipar al espectador de la llegada de un conflicto en el desarrollo de la trama.
8. La ausencia total de música está presente en aquellas escenas violentas en las que se da una agresión verbal o una física de carácter leve. Con lo que se pone de manifiesto que la música tan sólo resalta aquellas interacciones violentas de carácter fuerte o que presentan mayor gravedad para captar la atención del espectador, además de hacerlo con la propia imagen.
9. La ausencia total de voz en las escenas violentas se da, mayoritariamente, en Águila Roja y en Hispania, aquellas series en las que las agresiones son más severas tanto por su ejecución como por las consecuencias visibles

que deja en las víctimas. Por lo tanto, se pone de manifiesto que en escenas de este tipo lo que cobra verdaderamente importancia es la lucha y el conflicto en sí, con lo que el discurso dialogado carece de función y de relevancia alguna. El foco de atención se centra, nuevamente, en la agresión, y, por ello, se prescinde de cualquier elemento que pudiera provocar que la atención del espectador se desviara hacia otro aspecto que no fuera la acción violenta.

10. Las escenas violentas de todas las series recurren al silencio para evidenciar la hostilidad que se da entre los personajes que forman parte del enfrentamiento, así como para mostrar miedo, temor o sumisión por parte de la víctima ante la presencia del agresor.
11. Las escenas violentas se desarrollan, generalmente, en espacios unitarios de interior, en los que el hogar destaca por ser la ubicación espacial en la que con mayor frecuencia se registran acciones violentas. Por lo tanto, uno de los lugares que simbólicamente representan protección y seguridad queda lejos de ser impune de los actos agresivos, lo que refuerza el temor popular que se da en la vida real de ser atacado o asaltado en su propia vivienda.
12. El horario diurno es el preferido en todas las series para representar las escenas violentas. De esta manera, se pone de manifiesto que en estas series no se sigue con la convención que relaciona la llegada de la noche con el incremento de la agresividad.
13. El orden temporal lineal es la forma mayoritaria adoptada por las series para ordenar los acontecimientos que se desarrollan en las escenas violentas. Un avance progresivo de sucesos que se corresponde con la interpretación que se hace del tiempo en nuestra cultura.
14. Las escenas violentas de estas series son narrativas y siguen los patrones establecidos para cualquier tipo de texto narrativo: presentación o desencadenante, desarrollo y desenlace, protagonizándose en ellas los tiempos más fuertes del conjunto global de la trama de la historia.
15. La gran mayoría de las acciones violentas se desencadenan sin ningún tipo de premeditación, por lo que se trata de agresiones emocionales que los personajes realizan en caliente. Mientras tanto, se llega al fin de las

acciones violentas a través de la resolución del conflicto por parte de los personajes implicados, una resolución que, generalmente, no es pacífica, sino que supone el fin de una lucha que dará lugar a otra.

16. Las escenas violentas se desarrollan a partir de unos actos agresivos, tanto verbales como físicos, de carácter fuerte. Si los primeros están representados por humillaciones o graves insultos, los segundos lo hacen a través de conflictos duros e incluso bastante desagradables. En este sentido, hay que señalar que gran parte de las agresiones verbales van acompañadas de agresiones físicas de carácter leve, como empujones o bofetadas. Destaca que tan sólo se registren dos de carácter leve, como empujones o bofetadas. Destaca que tan sólo se registren dos suicidios, uno en Águila Roja y otro en Hispania, las dos series históricas en las que las condiciones de vida de los personajes eran bastante difíciles, tanto por el ambiente social como por el clima de crispación que se respiraba en ellas.
17. Las escenas violentas de estas series se caracterizan porque, mayoritariamente, sus conflictos son individuales e ilegítimos, no se desarrollan en un clima de humor y sus personajes no reciben ni castigos ni premios por las agresiones cometidas. En este sentido, mientras que la ausencia de humor y de premios no contribuye a los efectos negativos que pueden generar las escenas violentas en lo que al aprendizaje de conductas se refiere, sí que lo hace la ausencia de castigo, ya que, con ello se proyecta una imagen de impunidad absoluta ante la ejecución de actos violentos. Lo mismo ocurre con la legitimidad de las acciones violentas, que, aunque no lo son desde la perspectiva reglamentaria, la gran mayoría de los casos sí que son legitimadas por las personas del entorno del agresor, tengan o no relación con él. Así ocurre, por ejemplo, en Águila Roja, donde la actuación agresiva del protagonista está legitimada por los ciudadanos de la villa debido a que con sus acciones violentas ayuda a pueblo y vela por sus intereses.
18. En lo que respecta al uso de armas, las escenas violentas registradas en Águila Roja e Hispania son las únicas en la que las agresiones se realizan mayoritariamente con armas. En el resto de series, El Internado,



Sin tetas no hay paraíso y El Barco priman las agresiones sin armas. Sin embargo, a pesar de que puede parecer que el caso de las dos primeras series perjudica más a la audiencia debido a que el uso de armas es más pernicioso que la ausencia de las mismas, hay que señalar que es la presencia de armas convencionales lo que puede contribuir de forma más efectiva al aprendizaje de conductas violentas. De este modo, mientras que en Águila Roja y en Hispania las que se utilizan no son muy habituales en la actualidad, debido a que en su mayoría son espadas, instrumentos de tortura o lanzas, sí que lo son otras como cuchillos, pistolas o cualquier tipo de herramienta de uso doméstico que aparecen en las tres series restantes, puesto que son reconocibles para los espectadores y pueden acceder a ellas con mayor facilidad.

19. La causa que principalmente motiva el inicio de las acciones violentas es la consecución de objetivos, por lo que los personajes de las escenas de violencia de estas series recurren a la violencia para conseguir sus fines, un dato que se corresponde con los principios que no se deben dar para que evitar influir en el aprendizaje de los espectadores sobre las conductas violentas representadas.

20. Los efectos y las consecuencias que las acciones violentas dejan en los personajes que participan en los enfrentamientos se muestran en las series a través de una representación leve, con lo que, a pesar de enseñarlas, las imágenes no se recrean con la crueldad que, en muchas ocasiones, se manifiesta en imágenes de este tipo. Sin embargo, la excepción se encuentra en Sin tetas no hay paraíso, ya que es la única serie en la que, con un 48 por ciento, no muestra las consecuencias ni a corto ni a largo plazo que genera la acción violenta en los personajes que forman parte de ella. De esta forma, la ausencia del daño tras la agresión favorece el aprendizaje de estos comportamientos debido a que no se presentan los efectos negativos de la violencia.

Tras la exposición de estos resultados, sería importante señalar cuál de las series de esta investigación es la que más contribuye al aprendizaje o a la imitación de las conductas violentas que en ellas se representan. De este modo, a partir del análisis y de los resultados obtenidos de todas las series, se puede decir

que *Sin tetas no hay paraíso* es la serie en la que se da una mayor confluencia de aquellos principios que contribuyen al aprendizaje y a la imitación de las conductas violentas. No obstante, antes de entrar en el análisis de esta serie, sería oportuno señalar por qué se ha descartado a las demás. Si se parte de las más violentas desde el punto de vista cuantitativo, *Águila Roja e Hispania*, hay que tener en cuenta que, el principal motivo radica en que ambas son series de ambientación histórica, por lo que ya se marca una distancia temporal con respecto a la contemporaneidad y una distancia psicológica con los espectadores. De esta forma, se establecen muchas menos probabilidades de que la audiencia copie estas acciones violentas, debido a que el contexto social y cultural, así como el político y el legal, es totalmente diferente al existente en la actualidad. Por tanto, ni las armas utilizadas en las agresiones físicas, ni las formas de agredir e incluso ni las motivaciones o las causas de los personajes tienen, en su gran mayoría, correspondencia alguna con las que se dan en la sociedad hoy en día. Además de ello, en el caso de *Águila Roja*, el espectador puede reconocer, desde el primer momento, que el personaje que encarna a este justiciero del siglo XVII y que es el principal agresor de la serie, es totalmente ficticio y su papel no cobra veracidad alguna ni en la época en la que se inspira la serie ni en la actualidad. Por tanto, al no tener correspondencia alguna con la realidad se aleja aún más de que los espectadores imiten sus conductas violentas.

En lo que respecta a *El Internado*, resulta evidente las causas por las que se ha descartado como la serie que más contribuye al aprendizaje de comportamientos o pautas violentas. Y es que se trata de la serie que, a pesar de ser la que menos capítulos tiene en su primera temporada, es la que menor uso hace de la violencia. Junto a ello, las agresiones que en ella se cometen son, en su gran mayoría, leves y acordes a la edad de sus personajes principales, por lo que entrañan gravedad en lo que al aprendizaje de sus conductas se refiere. Por último, *El Barco* es tras la serie anterior la que menos contenidos violentos registra entre los capítulos de su primera temporada. Aunque, en este caso, algunas de las agresiones que se cometen son de mayor dureza que las que se dan en *El Internado*, hay que señalar que el marco en el que se realizan es totalmente ficcional, ya que los personajes van a bordo de un buque escuela sin destino al haber desaparecido toda la masa terrestre del planeta. Algo que también contribuye a que gran parte

de sus agresiones, tanto verbales como físicas, tengan menos probabilidades de ser imitadas o aprendidas por parte de la audiencia. Además de ello, otro dato importante que contribuye a esta causa y que da en estas dos series es que son en ambas es donde más participación activa tienen los testigos de las acciones violentas y donde más se castiga a los agresores. Por lo tanto, se transmite una imagen negativa de la violencia, debido a que en muchas de sus escenas los testigos separan a los personajes que participan en ella al tener consciencia de que se trata de una mala acción y, en gran parte de ellas, los agresores no quedan impunes de sus acciones, algo que cobra mayor relevancia teniendo en cuenta que los personajes principales de ambas series son adolescentes y jóvenes, al igual que el público que los respalda de forma mayoritaria.

Aclaradas estas cuestiones, el siguiente paso será centrarse en *Sin tetas no hay paraíso*. Y es que esta serie es en la que más principios negativos confluyen en sus escenas violentas y que, por tanto, la que mayor fomenta el uso, la imitación o el aprendizaje de la violencia. Entre ellos, se encuentran los que se exponen a continuación; algunos compartidos por el resto de series, mientras que otros son exclusivos en ella:

1. La presencia de narratividad en sus escenas violentas.
2. A pesar de que en la serie priman las acciones violentas que se originan previamente al desarrollo de la misma, cabe señalar que es en la que más agresiones se realizan de forma intencionada. Y es que a pesar de que *Águila Roja* la supera cuantitativamente en dos acciones de este tipo, hay que tener en cuenta que esta serie tiene un capítulo más en su temporada y su duración total es mayor, por lo que, en proporción, *Sin tetas no hay paraíso* es en la que se dan más acciones violentas de forma premeditada.
3. En la gran mayoría de sus escenas violentas se recurre a la ejecución de hechos delictivos como si no existiese otra alternativa para solucionar el problema.
4. Los agresores, en especial, el protagonista, se caracteriza por su atractivo físico.
5. La mayoría de las víctimas se caracterizan por su simpatía, su atractivo, más relacionado con su carácter que con su físico, e incluso por contar con una forma de ser a través de la cual el público se puede compadecer

de su situación. El caso más llamativo se da en Jesús, el hermano de la protagonista, y en su amigo Balín.

6. Es la única serie en la que, tanto los agresores como las víctimas, pertenecen al grupo de edad de la juventud.
7. La asociación entre masculinidad y agresividad.
8. La ausencia de castigos tras la acción violenta.
9. La gran mayoría de las escenas violentas se caracterizan porque, tras cometer la agresión, se produce un empeoramiento de la situación inicial de la que partía el conflicto; con lo cual se crea un clima propicio para que se genere otro enfrentamiento.
10. Gran parte de las acciones violentas aparecen justificadas, bien por el contexto en el que se realizan y con el que parece que no queda otra alternativa, bien por el personaje que lleva a cabo la agresión, sobre todo, en el caso del protagonista. Destaca la escena en la que le confiesa a su madre que ordenó matar a su propio hermano porque, de no haberlo hecho, tarde o temprano, Lolo, su hermano, lo hubiera matado a él o lo hubiera delatado a la policía, por lo que no le quedaba otra salida: era su vida o la suya.
11. A pesar de que en esta serie priman las escenas violentas en las que no se hace uso de las armas, se trata de la serie en la que más se recurre a armas comunes, como las pistolas, las navajas, cuchillos o instrumentos cotidianos que están al alcance de cualquiera. En este caso destacan herramientas como una llave inglesa, unos alicates o un simple vaso de cristal.
12. El principal motivo que provoca el inicio de las acciones violentas es la consecución de objetivos, por lo que la violencia se presenta como un método eficaz para conseguir los fines deseados por parte del agresor.
13. Las escenas violentas de la serie se caracterizan por su grado de realismo, tanto por el contexto en el que se enmarcan, como por los diálogos, el tipo de montaje o la ordenación temporal de la que hacen uso.
14. La gran mayoría de las acciones violentas se desarrollan en espacios interiores, siendo la ubicación espacial preferente para su ejecución los comercios, más concretamente, los locales de copas, discotecas o salas de

fiesta; lugares muy realistas y con los que la juventud está especialmente familiarizada.

15. Es la única serie en la que más variedad de acentos se da entre los personajes; unos acentos estereotipados e históricamente asociados a actividades delictivas, como son el gallego y el colombiano, sobre todo, si se enmarcan dentro del contexto de narcotráfico y violencia en la que se desenvuelve sus personajes.
16. Las escenas violentas de esta serie, concretamente el 49 por ciento de ellas, se caracterizan porque las agresiones se desarrollan en presencia de testigos pasivos que no intervienen en la separación o en el impedimento de las mismas.
17. Es la serie que menos planos utiliza de media en cada escena violenta: 9,56 frente a los 25,60 que se dan en *El Barco*, la que más planos registra en cada escena. Por lo tanto, imprime una menor rapidez para mostrar el desarrollo de estos conflictos y dedica mayor tiempo a recrearse sobre los mismos.
18. Es la única serie en la que, con un 48 por ciento, sus escenas violentas no reflejan el daño o el dolor provocado tras la agresión, ya sea física o verbal. Al no mostrar los resultados ni las consecuencias negativas que causan las acciones violentas se muestra una imagen menos grave del uso de la misma.

## Conclusiones

Queda claro que no existe una relación causa-efecto entre el visionado de escenas violentas y la posterior ejecución de actos y comportamientos cargados de violencia. Además de ello, con estudios de este tipo se pone de manifiesto que no sólo es importante tener en cuenta las variables cuantitativas y cualitativas de la imágenes que se ofrecen en televisión relacionadas con la violencia, sino también las variables circunstanciales y contextuales que afectan al individuo que las ve. Y es que los medios de comunicación no crean a personas violentas, contribuyen, junto al resto de factores personales y sociales que confluyen en la

persona, a que tenga una actitud agresiva y violenta ante las diversas situaciones a las que se enfrenta en la vida real.

Por último, al igual que se debe atender a diversos factores de orden genético o familiar para conocer por qué se activa en el ser humano una reacción violenta ante determinadas situaciones, también hay que hacerlo con los formatos audiovisuales en los que la violencia ocupa un lugar privilegiado dentro de sus contenidos. Y es que se quiera o no, la televisión es un elemento inherente a la vida del hombre actual y, por ello, su influencia y su alcance cobra tanta relevancia.

## Anexos

Capítulos	Duración total capítulos	ÁGUILA ROJA			Share
		Minutos de contenido violento	Escenas violentas	Audiencia	
1	01:20:11	08,26	16	5.013.000	26,4%
2	01:24:24	10,14	16	5.056.000	26,5%
3	01:18:14	06,30	10	4.899.000	25,8%
4	01:25:10	08,32	13	4.466.000	25,6%
5	01:15:15	05,12	10	4.534.000	25,1%
6	01:08:40	06,27	6	4.505.000	24,5%
7	01:17:24	03,21	6	4.561.000	24,5%
8	01:09:33	04,31	9	4.768.000	25,4%
9	01:11:21	02,21	6	4.626.000	25,4%
10	01:14:05	03,18	7	3.827.000	22,9%
11	01:19:53	03,56	8	4.496.000	25,5%
12	01:25:56	05,12	7	4.509.000	25,7%
13	01:14:44	06,13	13	5.026.000	28,4%
<b>TOTAL</b>	<b>16:44:50</b>	<b>55,23</b>	<b>127</b>	<b>4.637.000</b>	<b>25,5%</b>

Fuente: <http://www.formulatv.com/series/200/aguila-roja/capitulos/>

**EL INTERNADO**

Capítulos	Duración total capítulos	Minutos de contenido violento	Escenas violentas	Audiencia	Share
1	01:09:02	01,02	4	4.629.000	25,8%
2	01:10:15	01,40	5	4.590.000	25,4%
3	01:09:16	01,34	3	3.601.000	20,8%
4	01:09:59	00,50	2	4.200.000	23,5%
5	01:16:24	00,38	1	3.726.000	23,0%
6	01:08:56	01,42	4	3.717.000	24,7%
TOTAL	07:03:52	07,26	19	4.077.000	23,8%

Fuente: <http://www.formulatv.com/series/146/el-internado/capitulos/#t1>

**SIN TETAS NO HAY PARAÍSO**

Capítulos	Duración total capítulos	Minutos de contenido violento	Escenas violentas	Audiencia	Share
1	01:14:41	03,12	9	3.964.000	21,7%
2	01:11:05	02,12	3	3.800.000	21,3%
3	01:11:40	02,18	7	3.915.000	21,8%
4	01:17:24	02,27	6	3.407.000	19,4%
5	01:20:58	02,04	5	3.483.000	24,6%
6	01:09:31	03,41	7	4.139.000	23,2%
7	01:11:47	00,51	4	4.226.000	23,5%
8	01:12:52	01,38	5	4.227.000	24,9%
9	01:13:49	02,38	5	4.224.000	24,9%
10	01:18:03	03,15	6	3.397.000	23,3%
11	01:20:34	02,24	5	4.127.000	24,3%
12	01:08:41	02,30	7	4.795.000	28,0%
TOTAL	14:51:05	29,10	69	4.016.000	23,4%

Fuente: <http://www.formulatv.com/series/162/sin-tetas-no-hay-paraiso/capitulos/#t1>

<b>HISPANIA</b>					
<b>Capítulos</b>	<b>Duración total capítulos</b>	<b>Minutos de contenido violento</b>	<b>Escenas violentas</b>	<b>Audiencia</b>	<b>Share</b>
1	01:18:31	04,06	16	4.768.000	22,7%
2	01:21:09	07,52	20	5.116.000	24,7%
3	01:18:20	05,19	10	4.793.000	25,8%
4	01:14:57	05,39	15	4.200.000	21,7%
5	01:17:19	04,24	12	4.411.000	23,2%
6	01:21:56	08,07	16	4.243.000	23,8%
7	01:14:43	08,06	14	4.194.000	22,7%
8	01:20:10	06,56	12	4.145.000	24,1%
9	01:19:16	13,56	15	3.376.000	17,8%
<b>TOTAL</b>	<b>11:46:21</b>	<b>01:04:25</b>	<b>130</b>	<b>4.360.000</b>	<b>22,9%</b>

Fuente: <http://www.tutele.net/2011/01/12/pese-al-bajon-hispania-mantiene-el-liderazgo-en-su-primera-temporada/>

<b>EL BARCO</b>					
<b>Capítulos</b>	<b>Duración total capítulos</b>	<b>Minutos de contenido violento</b>	<b>Escenas violentas</b>	<b>Audiencia</b>	<b>Share</b>
1	01:18:00	03,13	5	4.769.000	23,4%
2	01:10:00	03,09	3	4.324.000	20,5
3	01:16:29	01,50	2	4.188.000	20,4
4	01:10:27	02,12	4	4.107.000	20,2
5	01:07:46	01,39	1	3.834.000	18,8%
6	01:16:00	04,19	5	4.010.000	19,9%
7	01:15:18	04,15	4	3.829.000	19,0%
8	01:16:33	00,31	1	4.079.000	20,2%
9	01:10:39	04,50	2	3.996.000	19,8%
10	01:20:23	02,00	3	4.306.000	21,3%
11	01:14:36	00,33	1	4.175.000	20,8%
12	01:18:32	00,24	1	3.992.000	20,3%
13	01:37:43	00,58	1	4.208.000	23,1%
<b>TOTAL</b>	<b>16:32:26</b>	<b>30,08</b>	<b>33</b>	<b>4.149.000</b>	<b>20,6%</b>

Fuente: <http://www.formulatv.com/series/el-barco/audiencias/>



## Bibliografía

- Aznar, H. (2005). *Pautas éticas para la comunicación social: menores, anorexia, violencia y ficción, educomunicación, periodismo gráfico, radio y publicidad encubierta, televisión, propuesta del estatuto profesional de los periodistas*. Valencia: Universidad Cardenal Herrera-CEU.
- Barlovento Comunicación (2013). El comportamiento de la audiencia televisiva. Recuperado el 17 de junio de 2014. Disponible en: <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/NOTA%20JUNIO%202013%20BARLOVENTO%20COMUNICACION%20%20AUDIENCIAS.pdf>
- Clemente, M. (1998). Violencia, medios de comunicación y niños y jóvenes, en Sanmartín, J.; Grisolia, J. S. y Grisolia, S. (Eds.). *Violencia, televisión y cine* (pp. 67-86). Barcelona: Ariel.
- Donnerstein, E. (1998). ¿Qué tipos de violencia hay en los medios de comunicación? El contenido de la televisión en los Estados Unidos”, en Sanmartín, J.; Grisolia, J. S. y Grisolia, S. (Eds.). *Violencia, televisión y cine* (pp.43-66). Barcelona: Ariel.
- EGEDA. Panorama Audiovisual 2008-2009. Disponible en: [http://www.egeda.es/EGE\\_LibrosPanorama-2008-09.asp](http://www.egeda.es/EGE_LibrosPanorama-2008-09.asp)
- EGEDA. Panorama Audiovisual 2010. Recuperado el 2 de abril de 2012. Disponible en: [http://www.egeda.es/EGE\\_LibrosPanorama-2010.asp](http://www.egeda.es/EGE_LibrosPanorama-2010.asp)
- EGEDA. Panorama Audiovisual 2012. Recuperado el 5 de mayo de 2013. Disponible en: [http://www.egeda.es/documentos/PANORAMA\\_AUDIOVISUAL\\_2012.pdf](http://www.egeda.es/documentos/PANORAMA_AUDIOVISUAL_2012.pdf)

- Fernández, C. (2012). Jóvenes espectadores de violencia en los medios: cuestiones que sí importan. *Revista Electrónica de Psicología Social, Poiésis*, nº24. Recuperado el 14 de octubre de 2013. Disponible en: <http://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/poiesis/article/view/513/478>
- Galán, E. y Herrero, B. (2011). *El guion de ficción en televisión*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Garrido, M. (2004). *Violencia, televisión y publicidad*. Sevilla: Alfar.
- González, P.; Medina de la Viña, E. y López, N. (2013). Los jóvenes españoles demandan una televisión con más ficción y entretenimiento. Ámbitos: *Revista Internacional de Comunicación*, nº22. Recuperado el 27 de marzo de 2014. Disponible en: <http://ambitoscomunicacion.com/2013/los-jovenes-espanoles-demandan-una-television-con-mas-ficcion-y-entretenimiento/>
- González, P. y López, N. (2011). La generación digital ante un nuevo modelo de televisión: contenidos y soportes preferidos. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, nº44. Recuperado el 10 de junio de 2013. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/248760/333006>
- Grisolía, J. S. (1998). Nuestra oscura fascinación por la violencia, en Sanmartín, J.; Grisolía, J. S. y Grisolía, S. (Eds.). *Violencia, televisión y cine* (pp.33-41). Barcelona: Ariel.
- Huesmann, R. (1998). La conexión entre la violencia en el cine y la televisión y la violencia real, en Sanmartín, J.; Grisolía, J. S. Y Grisolía, S. (Eds.). *Violencia, televisión y cine* (pp.87-132). Barcelona: Ariel.

López, N. (2010). Preferencia juvenil en nuevos formatos de televisión: tendencias de consumo en jóvenes de 14 a 25 años. *Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital, Ocendi*. Recuperado el 29 de julio de 2014. Disponible en: <http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/359.pdf>

López, N. Y Gómez, L. (2013). La dieta mediática de los jóvenes españoles. *Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital, Ocendi*. Recuperado el 21 de febrero de 2014. Disponible en: [http://www.ocendi.com/descargas/la\\_dieta\\_mediatica\\_de\\_los\\_jovenes\\_espanoles.pdf](http://www.ocendi.com/descargas/la_dieta_mediatica_de_los_jovenes_espanoles.pdf)

Naval, C. Y Sádaba, Ch. (2005). Introducción: Juventud y medios de comunicación frente a frente. *Revista de Estudios de Juventud*, nº 68. Recuperado el 18 de enero de 2013. Disponible en: [http://www.injuve.es/sites/default/files/revista68\\_1.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/revista68_1.pdf)

Nebreda, B. Y Perales, A. (1998). Jóvenes, violencia y televisión. *Estudios de Juventud*, nº42. Recuperado el 16 de septiembre de 2012. Disponible en: <http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista42-2.pdf>

Ocendi. Observatorio del Ocio y el Entretenimiento Digital. Disponible en: <http://www.ocendi.com/>

Portal oficial de *Águila Roja*: <http://www.rtve.es/television/aguila-roja/>

Portal oficial de *El Barco*: <http://www.antena3.com/series/el-barco/>

Portal oficial de *El Internado*: <http://www.antena3.com/series/el-internado/>

Portal oficial de *Hispania*: <http://www.antena3.com/series/hispania/>

Portal oficial de *Sin tetas no hay paraíso*: <http://www.telecinco.es/sintetasnohayparaiso/>

Reinares, P. (2010). Jóvenes y televisión generalista en España: ¿es Internet responsable de una audiencia perdida?. *Revista de Estudios de Juventud*, nº 88. Recuperado el 19 de mayo de 2013. Disponible en: <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-06.pdf>