

Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Tema

**La construcción de la definición de héroe en la serie The Boys
desde la perspectiva de la audiencia**

Brenda Paulina Malagón Sánchez

Índice

Introducción	6
Capítulo 1	8
Planteamiento del problema	8
1.1 Antecedentes	8
1.2 Preguntas de investigación.....	11
1.3 Objetivo general.....	11
1.4 Objetivos específicos	11
1.5 Justificación.....	11
Capítulo 2	13
Estado del arte	13
2.1 Estudios de recepción.....	14
2.2 Análisis de series.....	18
2.3 Construcción o análisis del mensaje.....	20
2.4 Consumo audiovisual.....	23
2.5 Super héroes.....	24
Capítulo 3	25
Marco teórico	25
Recorrido por los Estudios Culturales.....	25
3.1 Una nueva mirada desde la tecnología	26
3.2 Mirar la comunicación desde tres elementos: recepción, mediación y audiencia.....	27
3.3 La nueva mirada de la audiencia	30
3.4 Las plataformas de streaming y sus narrativas.....	31
3.4.1 Los héroes en las producciones audiovisuales.....	32
Capítulo 4	33

Estrategia metodológica.....	33
4.1 Diseño de investigación.....	36
Capítulo 5	43
Sistematización y análisis.....	43
Capítulo 6	58
Resultados de la investigación.....	58
Capítulo 7	61
Conclusiones	61
Bibliografía	64



Universidad Autónoma de Querétaro
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

La construcción de la definición de héroe en la serie The Boys desde la perspectiva de la audiencia.

Tesis individual

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Licenciada en Comunicación y Periodismo

Presenta:

Brenda Paulina Malagón Sánchez

Dirigida por:

Dra. Vanesa del Carmen Muriel Amezcua

SINODALES

Mtro. Benjamín Islas de León

Mtra. Paulina Pereda Gutiérrez

Dr. Carlos Alberto Rode Villa

Mtra. Alejandra Zenteno Sobrino

Centro Universitario
Querétaro, Qro. Mx.
Diciembre del 2022

Agradecimientos

Primeramente a mis padres Carmen y Luis, quienes toda mi vida han sido mi guía, mi fortaleza y mi motor, los que me han brindado un apoyo incondicional, los que día a día me motivaron para llegar hasta este punto. A ellos les debo todos mis logros porque son mi ejemplo para ser fuerte, perseguir mis sueños y siempre salir adelante. Gracias por tanto amor y por siempre creer en mí, los amo infinitamente.

A mi hermano mayor, de quién siempre he sentido mucha admiración, quién siempre desde pequeña fue mi ejemplo a seguir y mi cómplice de vida, siempre apoyándome, protegiéndome y haciéndome saber que si me lo propongo, lo puedo realizar. El que siempre está en las buenas y en las malas, y quien muchas veces cuando lo necesitaba ahí estuvo y estará siempre, te amo Luigio.

A toda mi familia, por siempre ser mi motor e impulsarme en todo, A mis ángeles en el cielo, que yo sé que siempre están conmigo, mi Tatán, mi abuelita, mi tío Orlando y sobre todo a mi tío (mi segundo papá) Pablo, por quien tuve el coraje, la fuerza y determinación de muchas de mis metas en la vida, entre ellas esta tesis, cada uno está en mi corazón por siempre.

A la Universidad Autónoma de Querétaro, por brindarme una segunda casa, por llenarme de conocimientos y experiencias, un lugar en el que conocí personas que me marcaron y dejaron un pedacito de ellos en mí, amigos, compañeros, profesores increíbles; en especial mi asesora de tesis Vane, gracias por estar conmigo en todo este proceso, por el apoyo y comprensión, por motivarme a realizar una tesis, mucho de este mérito, también es suyo, gracias.

Y por último a mis amigos incondicionales que siempre han estado ahí para apoyarme, que me impulsaron cuando llegue a flaquear, quienes siempre me motivan a ser mejor persona y profesionalista.

Introducción

A lo largo de los años, los medios y en especial las empresas cinematográficas o audiovisuales, nos han presentado a los héroes, seres dispuestos a salvar al mundo de cualquier caos, poniendo sus vidas en riesgo por salvar a la humanidad y velar por ella; sin embargo, nunca nos hemos puesto a pensar si realmente los héroes seguirían siendo esos imaginarios sociales que siempre hemos visto y reflexionar acerca de, cómo serían viviendo en nuestra sociedad actual.

La presente investigación tiene como fin, analizar la serie *The Boys*, contenido original de la plataforma *Prime Video*, una serie que sale de todas las estructuras y rompe con la idea de creer que los héroes son seres utópicos, presentándolos más humanizados junto con la imagen que venden dentro de las redes sociales y ante la sociedad.

A su vez, se analiza la percepción de los espectadores ante la serie al ver el choque de paradigmas que se les presentan, para conocer su opinión sobre los nuevos héroes en un contexto más real, a partir de una concepción de que los héroes no siempre son los seres perfectos y sin errores.

En un principio, cuando comencé a ver la serie, me empecé a preguntar varias cosas como audiencia, principalmente en los momentos en que se ven inmersos dichos héroes, y en donde el recuerdo me hacía pensar en los héroes que todos conocemos como son los de Marvel, por ejemplo. Fue entonces cuando me surgió la duda de si dicho concepto podía afectar a una persona conocedora de estos seres perfectos, en contraste con los héroes que presenta la serie *The Boys*; cómo una cultura mediática podía cambiar dichas ideas y cómo las plataformas de *streaming* se veían inmersas en la decisión de las personas para ver ese tipo de series audiovisuales.

La tesis está dividida en cinco capítulos: en el primero se da cuenta de la presencia que han tenido las plataformas streaming en la vida de las personas, así como la modificación de hábitos y preferencias que han provocado en la sociedad. También se analizan las ventajas que tienen y el modelo de negocio que éstas utilizan para llegar a más espectadores, además de los desafíos que presentan para llamar la atención de la gente. De igual forma se encontrará la pregunta de investigación junto con los objetivos generales y específicos de la tesis.

En los capítulos dos y tres se presenta primeramente la revisión documental que conforma el estado del arte y en el siguiente capítulo se exponen temas que permiten

entender mejor el contexto de las series audiovisuales, al igual que estudios relacionados con la recepción de los espectadores y el mensaje que reciben de dichos productos audiovisuales, enfatizando en nuevos conceptos mediáticos.

En el capítulo cuatro, se describe el tipo de investigación, el resumen de la serie junto con su ficha técnica, la descripción de todos los personajes que aparecen en la serie The Boys y el diseño de investigación dividida por fases a realizar.

En el penúltimo capítulo, se discute la sistematización y análisis de la implementación, empezando por una descripción detallada de los héroes elegidos que se tomaron como modelo para el análisis del nuevo concepto de héroe presentada por la serie.

Finalmente, en el capítulo seis, se muestran los resultados de toda la investigación, del mismo modo que las conclusiones generales.

Capítulo 1

Planteamiento del problema

1.1 Antecedentes

Desde hace algunos años las plataformas streaming han entrado en nuestras vidas para modificar preferencias y hábitos en los espectadores, generando a su vez nuevas perspectivas; empezando por dejar de lado a los medios tradicionales como la televisión y pasar a un nuevo contexto para poder ver series y películas cuando se quiera, donde se quiera y ver lo que al usuario más le guste. Con ese nuevo surgimiento, los consumidores están modificando la dinámica actual de la industria cinematográfica (Castillo, 2019).

Gracias a toda esa evolución mediática, de igual forma, los medios, entre ellos la televisión, cambia su forma de producción, pues los grandes atracones televisivos exigen nuevas formas de crear más contenido y de atraer a la gente a estos, un ejemplo se ve en la interactividad con la que cuentan ahora las compañías de televisión por paga, ofreciendo además, la suscripción gratis a alguna plataforma streaming para contratar sus servicios.

Dichas plataformas digitales suman cada día a más usuarios, provocando un nuevo patrón de consumo en series y películas, esto se debe a que son más rápidas, accesibles y dinámicas. Además, la gran ventaja de este tipo de servicios es que los pagos para tener una cuenta son hasta cierto punto accesibles e incluso llega a ser más barato que tener cable, de igual forma, el contenido en cada plataforma es variado, tanto las producciones originales, como las películas o series externas que se comparten por este medio. De igual forma se puede encontrar series y películas que se adaptan al gusto de niños, jóvenes y adultos (Velásquez, 2018).

Por otra parte, la accesibilidad de poder mirar el contenido audiovisual es mejor, debido a que las personas ya no tienen que estar sujetas únicamente a la televisión, ahora, se puede ver en los celulares, tabletas y laptops, permitiendo que las plataformas audiovisuales se puedan consumir en múltiples pantallas.

El modelo de negocio que utilizan estas plataformas representa la combinación de las economías de escala, con las últimas tendencias en tecnología y reproducción de contenidos audiovisuales. Han conseguido crear una combinación perfecta, en la que ofrecen contenidos de calidad, como pueden ser música, los últimos

estrenos, series y películas de moda, al alcance de cualquier persona que disponga de un dispositivo conectado a Internet. (Montes, s.f, párr. 3)

Gracias a la digitalización de las series y su alcance global, es que se propicia una interactividad mayor con la audiencia, permitiendo que se centren en un contenido audiovisual específico, esto se puede ver reflejado en que las series pueden verse en distintos idiomas o subtítulos, cambiando la forma de ver las series o películas y propiciando más su consumo, asimismo, la relación que se llega a construir entre la serie y la audiencia, puede motivar o crear una especie de adicción por parte de esta, para ver una temporada completa en cuestión de un fin de semana, un día u horas. (Velásquez, 2018)

Actualmente para evitar lo anterior, las plataformas han optado por seguir el modelo de televisión clásica, es decir, esperar cada siete días aproximadamente y lanzar un nuevo episodio, de esa forma se genera mayor interés en el consumidor.

Una de las estrategias que las plataformas streaming han considerado y que les ha permitido tener éxito son los contenidos originales, de esta forma intensifican la competencia frente a otras plataformas y se ha probado que las historias originales son más atractivas, pues funcionan como diferenciador y al contratar el servicio se genera la exclusividad y fidelidad por parte de los suscriptores. (Putruele, 2017)

El desafío principal de los productores de dichos servicios es buscar talentos excepcionales que tengan una historia única para contar, ya sea de una forma narrativa, por la estética cinematográfica o formas diferentes de producción audiovisual, lo anterior debido a que la audiencia cada vez más pide ver producciones con mayor profundidad. Brian Wright, vicepresidente de Series Originales de Netflix mencionó que no piensan en el presupuesto, más bien buscan encontrar las mejores historias y los mejores realizadores para poder llevarlas a la pantalla. (como se cita en Putruele, 2017)

Un ejemplo claro que pone en práctica lo anterior es la plataforma de Netflix, reconocida por sus contenidos originales, algunos de los cuales se han vuelto muy populares alrededor del mundo, sin embargo, con el pasar de los años, fueron surgiendo nuevas plataformas, trayendo consigo características nuevas o simplemente poniéndose en competencia con Netflix, tal es el caso de Amazon Prime Video en donde puede observar contenido diverso junto con sus producciones originales, además de poder suscribirse en canales, para poder tener acceso a más contenido, como HBO, Paramount, MGM Channel, STARZPLAY, entre otras.

En el marco de la cultura mediática, desde hace tiempo se nos ha presentado la idea de que un superhéroe es una persona con superpoderes, dispuesta a siempre a ayudar al necesitado, anteponiendo en muchas ocasiones, su propia vida. Los super héroes fueron una creación norteamericana que se remonta a los años 20, de ahí en adelante, fueron apareciendo con el objetivo en común de ayudar al mundo y luchar por el bien, es por eso por lo que la humanidad siempre ha querido creer, utópicamente, en esa persona dotada con superpoderes que está ahí siempre que se necesita. (Gómez, 2012)

Pero ¿por qué a partir de su aparición han tenido un impacto en la sociedad?, primero porque son historias universales, estas pueden ser contadas con una infinidad de contextos, sin perder el vínculo emocional. Es de esa forma que tocan y exploran las dinámicas inconscientes de la humanidad; la segunda razón se debe a cuestiones que se dan dentro de las historias, el enfrentamiento entre opuestos, la lucha contra lo imposible o el viaje emocional de superación de cada persona al principio y final de su historia, es por eso que muchas veces las personas se sienten identificadas, no solo por querer tener sus poderes, si no por la esencia de cada uno.

Asimismo, “los seres humanos somos criaturas literarias, en otras palabras, organizamos y damos sentidos a nuestro mundo a través de la narrativa” (Rodríguez, 2015, p.6). Por medio de esas historias de fantasía y ciencia ficción, es que muchas de las problemáticas en las que se ven inmersos los super héroes conectan con las preocupaciones y angustias de las personas, proyectando sus deseos en ellos.

Como ya se mencionó anteriormente, se ha tenido la percepción de que los super héroes son personas magníficas, fuera de este mundo, los cuales se dieron cuenta que, con tales poderes, podían hacer de la Tierra un lugar mejor y seguro para las personas, sin embargo The Boys marca una nueva perspectiva donde se presentan a esos super héroes con defectos y un toque de malicia. Este nuevo enfoque podría afectar la percepción en los espectadores, para así generar una nueva idea de lo que es un superhéroe.

1.2 Preguntas de investigación

En función de la serie: ¿A partir de qué elementos narrativos-audiovisuales, se construye la idea de héroe en la serie The Boys?

En función de las audiencias: ¿Cuáles son los referentes de la serie The Boys, a partir de los cuales las audiencias construyen la noción de héroe?

1.3 Objetivo general

Analizar las formas de actuar de los héroes en la serie “The Boys” y conocer la percepción de la audiencia.

1.4 Objetivos específicos

- Identificar los personajes vinculados a la figura del héroe en la serie The Boys.
- Analizar los comportamientos de los héroes durante la primer y segunda temporada
- Conocer la percepción de la audiencia ante la nueva construcción del héroe.

1.5 Justificación

El ser humano ha vivido siempre en constante evolución, siempre viendo cómo satisfacer necesidades para poder subsistir; no obstante, actualmente, dichas necesidades tomaron un rumbo distinto, ahora la gente está más direccionada por ser parte del mundo digital y poder interaccionar desde ahí con nuevas perspectivas.

Uno de los inventos que más ha permeado en la vida de las personas, como se mencionó anteriormente, son las plataformas de streaming; comúnmente las investigaciones que se hacen refieren a Netflix por ser una plataforma que tiene más tiempo, sin embargo, al llegar Amazon Prime Video al mercado en el 2011 (Solís, 2019), se ha convertido en la competencia directa de Netflix al contar con series, películas, documentales o programas, además de poder estar vinculada con otros canales para poder tener mayor contenido no obstante una particularidad de la plataforma es que comienza a generar producciones propias y de interés general, una de ellas es la serie *The boys*.

Vivimos en una cultura en donde el superhéroe tiene ciertas características y es el que resuelve todo, no tiene problemas, es el bueno de la historia y en esta serie, sigue siendo el bueno, pero los personajes, no son los típicos héroes que estamos acostumbrados a ver.

En cada época se han renovado las visiones que se tienen con respecto a los super héroes, primero con la liga de la justicia en 1961, donde como su nombre lo indica, mostraban nuevos pensamientos ante lo que era justo y bueno. Después con los héroes de Marvel, aunque sus cómics aparecieron en 1939 llegó a la televisión hasta 1980, los *Avengers* se puso en común una forma de mirar a los héroes como personas que están dispuestas a arriesgar sus vidas por asegurarse de que la humanidad esté bien. Ahora, en años recientes, se presenta a otro tipo de héroes en la serie *The Boys* quienes ante las cámaras y redes sociales, son todo lo que siempre se ha prometido, sin embargo, en el mundo real, cuando nadie los ve, muestran formas de actuar muy distintas: soberbios, egoístas, envidiosos, vengativos, corruptos, hasta el punto en que se puede notar que la sociedad, es lo que menos les importa.

Lo característico de la serie, es que la segunda temporada fue presentada con la dinámica de un programa de televisión (parecido en su momento a la serie *Game of Thrones*), es decir, se publicaba un capítulo cada semana, el día viernes, desde el 4 de septiembre, concluyendo el 9 de octubre del 2020. Gracias a esta nueva técnica de pasar la temporada, la serie llegó a ser la más vista en aquel entonces dentro de la plataforma de Prime (Ruíz, 2019).

Finalmente, es importante reconocer que la relevancia que tiene este trabajo en el campo de la comunicación está puesto en el análisis del mensaje, el discurso dentro del contenido audiovisual y los estudios de recepción ante la propuesta de la serie, al introducir un nuevo concepto de héroe, más realista y adaptado a la era digital en la que estamos inmersos.

Asimismo, a pesar de haber series que han sido investigadas, aún no se tienen muchos registros de documentos que hablen acerca de la construcción o análisis de los héroes dentro de los productos audiovisuales, a pesar de haber muchas películas o series que tratan el tema.

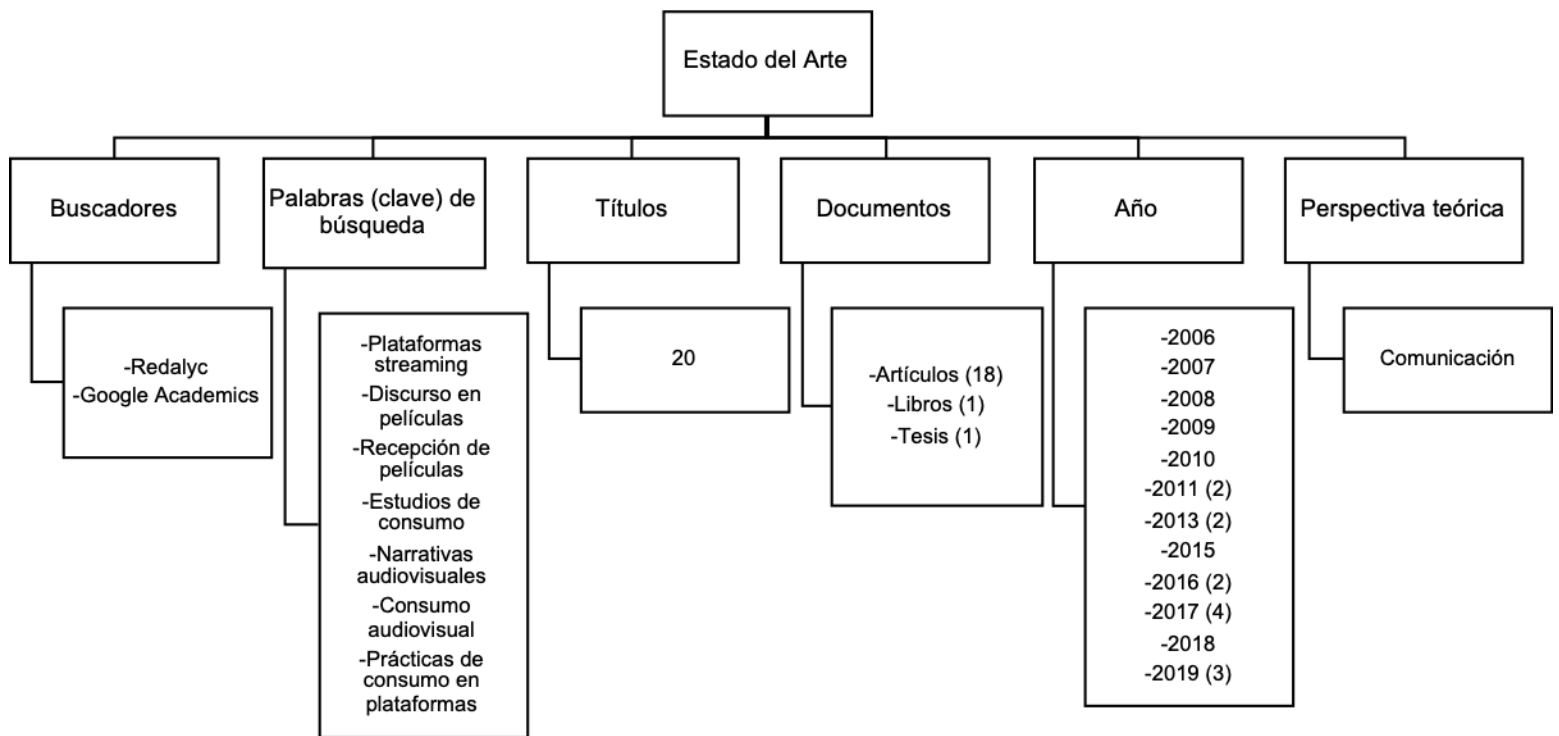
La importancia de estudiar este fenómeno radica en conocer el punto de vista de la audiencia, quienes crean y cambian sus perspectivas ante los nuevos conceptos que se observan dentro de la serie, se apropian del contenido y van generando sus propias interpretaciones de la serie, esta puede llegar a romper con ciertos mitos e imaginarios sociales construidos a través de los años, que se tienen sobre los héroes.

Capítulo 2

Estado del arte

Después de la investigación documental que se realizó, a través de Redalyc y Google Academics, para el desarrollo de este capítulo, se consideraron 20 documentos con el fin de contribuir a la investigación sobre análisis audiovisual a partir de cómo se construye un héroe en la serie The Boys e identificar la recepción por parte de los espectadores.

De los veinte textos anteriormente referidos, se registraron 18 artículos, 1 libro y 1 tesis, abarcando de los años 2006 hasta el 2009, brindando información y perspectivas para el tema en cuestión.



Para la selección de los documentos se tomaron en cuenta cinco unidades de análisis: estudios de recepción, análisis de las series y la construcción o análisis del mensaje, consumo audiovisual y super héroes.

Se pudo notar que a lo largo de los años en que se publicaron los documentos, existen más investigaciones en torno a la apropiación de discursos audiovisuales y el análisis del

mensaje, en su mayoría en películas, sin embargo, con la producción de más series en los últimos años, empiezan a surgir nuevas formas de análisis para poder detectar la recepción que podrían llegar a tener los espectadores ante los productos audiovisuales.

A continuación se presentarán los textos recopilados de acuerdo con cada una de las unidades de análisis.

2.1 Estudios de recepción

Los estudios de recepción más importantes encontrados en el Estado del Arte, fueron los siguientes. En “El vínculo entre el espectador y las series audiovisuales como generados de lealtad”, Noelia Araújo y Antonio Fraiz (2016) mencionan la importancia de que las series se han tenido que readaptar de acuerdo con la demanda y preferencias que tienen los consumidores, debido a que son ellos quienes deciden el momento de consumir el producto audiovisual, tomando en cuenta el interés y gusto que tenga el consumidor, de esa forma las series empezaron a adquirir características propias, como el carácter serial, suspensión por fin de temporadas, las transformaciones que tiene los personajes a lo largo de la trama, entre otras; con el fin de poder crear un vínculo de lealtad con ellas.

Después de lo anterior se realizó una recolección de datos primarios con una técnica cuantitativa, para poder medir la lealtad de las series y poder confirmar dicho valor hacia los productos audiovisuales. Para ello aplicaron cuestionarios en función de la edad, sexo y ocupación, a un sector de la población de España, delimitado por zonas geográficas, contando con un total de 484 encuestas.

La conclusión a la que llegan muestra los porcentajes de mujeres (57%) y hombres (43%), con el intervalo de 25 a 44 años, en cuanto al grado de ocupación; la muestra tiene un nivel formativo elevado pues 49% tiene o cursan niveles universitarios. Al final se observa que los grupos de menor edad tienden a desarrollar mayor identificación y lealtad con una serie, en específico estudiantes.

Por su parte César Bárcenas (2015) en “El espectador cinematográfico en un contexto digital. Cambios y continuidades en las prácticas y hábito” habla de las características del espectador cinematográfico dentro de un contexto digital y analiza principalmente el proceso de digitalización para descubrir el nivel de interacción en diferentes plataformas, además de hacer énfasis en nuevos hábitos o prácticas culturales para ver de una nueva forma cine o contenidos audiovisuales. Da sustento de que la digitalización es un factor clave para el desarrollo de nuevas formas de distribución cinematográfica y repercute de manera directa en las prácticas y hábitos de las personas. Por esas nuevas condiciones

por parte del consumidor es que la convergencia tecnológica desarrolla nuevas relaciones de poder, dentro de las cuales, las empresas de medio de comunicación establecen condiciones de producción y distribución cultural.

Mediante encuestas realizadas a 785 personas que asistieron a la Cineteca Nacional de la Ciudad de México, se comprobó que los usuarios prefieren cada vez más los dispositivos digitales: computadores, tabletas y celulares, para disfrutar de películas o series, estos les permiten ver más contenido audiovisual por la movilidad y comodidad que les proporcionan, sin embargo, los resultados no fueron homogéneos, pues depende del género, edad y nivel socioeconómico. Al final da cuentas, la tecnología ha sido un factor de cambio en la forma de ver y vivir la experiencia cinematográfica en general y repercute principalmente en los hábitos de la sociedad.

Otro trabajo que recupera la noción de recepción es el de Verónica Marín (2017) en el artículo “Los valores transmitidos por las mujeres de las películas Disney”. A medida que el cine de animación fue cobrando relevancia y despertando interés en la sociedad, es que se puede analizar los filmes para poder ver la percepción que va generando en la sociedad, en este caso, con las figuras femeninas de la empresa cinematográfica *Disney*.

En el estudio se hizo un análisis descriptivo correlacional con algunas princesas de *Disney* y el número de valores que podrían llegar a transmitir a las personas, a través de un cuestionario, donde se utilizó la escala de Likert, se determinó la consistencia de los valores. En la conclusión se pudieron evidenciar los valores más comunes como: el amor, respeto, lealtad, entre otros; para después pasar al desglose de valores que tuvo cada princesa.

Otro de los textos revisados fue “Un modelo de análisis de la recepción de series de ficción: el papel de las reacciones afectivas y las creencias” de Cristina Etayo (2019), el cual se centra en indagar las creencias que los espectadores tienen sobre las series de televisión y las relaciones afectivas que van provocando a medida que avanzan las temporadas. Lo anterior se puede ver influenciado por las creencias, diálogos, tramas, actores, personajes, originalidad y variedad que contenga la serie en su contenido.

Se describe cómo los estudios sobre la recepción televisiva han tenido avances importantes en el entendimiento de proceso sobre los cuales los espectadores reciben e interpretan el consumo de programas y pueden ir modificando su percepción.

La autora realizó una encuesta telefónica a mil hombres y mujeres entre los 25 y 65 años, dónde les pedía que valoraran los aspectos de producción, cadena, género, nacionalidad y temporadas de emisión de cinco series españolas y cinco norteamericanas elegidas en función del grado de popularidad.

Al final de la investigación, la autora menciona que las creencias influyen más en la calidad percibida, los aspectos en los que más se fijan las personas son los diálogos, actores y personajes; con relación a las reacciones afectivas, apenas hay un vínculo con la actitud general o preferencia de la serie, pero recalca que no existe una única configuración que dé lugar a las percepciones positivas o negativas de calidad, ya que depende de cada sujeto.

Por su parte, Rolando Pérez y David Torres (2011) en el artículo “Recepción de series televisivas y formación de esquemas cognoscitivos asociados a sus personajes: un estudio con niños y adolescentes costarricenses”, muestra la formación de esquemas en cuanto a la recepción de series en niños y adolescentes, junto con la relación de intensidad del uso televisivo, la valoración de la serie visionada y cómo se asocian los espectadores con los personajes de las series, considerando las competencias narrativas.

Retoma los modelos sociocognoscitivos dentro de la recepción mediática, en dónde considera los marcos interpretativos individuales del receptor y la asociación mediática, es decir, las redes compartidas para la comprensión del mensaje. Para ello, explica el encuadre narrativo de las series, el cual se caracteriza por el perfil que muestran los personajes de forma estereotípica a lo largo de las series; al interior de los encuadres narrativos, la construcción de los caracteres se relaciona con las personas de la vida real, esto favorece la identificación con el personaje.

Otro proyecto que aporta información con respecto a la recepción, es el artículo de Carmen Lazo (2008) titulado, “El proceso de recepción televisiva como interacción de contextos”, en él explica que la recepción no se basa únicamente en el acto de codificación y descodificación del mensaje, más bien es un momento efímero en el que el espectador observa el contenido audiovisual y se crea un proceso de interacción más dilatado en el tiempo que interviene en el contexto de vida de la persona y en sus conocimientos, patrones, actitudes, opiniones y valores.

Todo lo anterior repercute en la forma y grado de lectura del mensaje, a partir de que se comienza a mirar un contenido, es cuando se da la negociación del significado en los contextos, “no como un individuo aislado, sino como alguien inserto en la sociedad,

alguien con experiencia pasada, afiliaciones presentes y expectativas futuras". (Lazo, 2008, p.36)

Posteriormente habla de la competencia mediática e interacción con los mensajes televisivos, los contextos en que interfieren específicamente en la negociación del texto, poniendo como factor de más importancia a la cultura.

El marco de cultura se establece en el modo en que un grupo humano vive, piensa, siente, se organiza, celebra y comparte la vida. La cultura es a su vez una integración del conjunto de «vivencias, pensamientos y sentimientos», algo intangible, que se concreta en algo tangible, organizaciones, celebraciones... Virtualidad y presencialidad juntas. (Lazo, 2008 p.38)

Al final describe el proceso por el cual, los niños y adolescentes se van viendo inmersos ante contenido televisivos y explica los motivos para educar la mirada de los niños.

En el siguiente documento escrito por Beatriz Inzunza (2011), se expone la tesis titulada "Recepción de series norteamericana de televisión en México: Lecturas de aceptación y rechazo de la serie "Lost" entre jóvenes que habitan en Monterrey".

La tesis se basa en el estudio de recepción que tuvo la serie norteamericana Lost pero vista desde los estudios culturales. Los objetivos planteados fueron la identificación y relevancia de la recepción de mensajes hegemónicos y alternativos, así como la propagación de estereotipos a través de los personajes.

La metodología fue de corte cualitativo, se organizaron cinco grupos de discusión entre jóvenes de la ciudad de Monterrey, a partir de los cuales se pudo dar cuenta que factores como: la religión, nacionalidad, sistema de valores, entre otros, influyen mucho en el proceso de interpretación.

En la parte donde se describe la serie, se explican las distinciones de los tipos de aficionados a programas televisivos y se toma como referencia la clasificación de Abercrombie y Longhurst, posteriormente explica lo transmedia que ha alcanzado Lost en distintas plataformas y explica los tipos de series que se pueden encontrar en las programaciones, para finalmente dar una síntesis sobre la serie, resumir algunos capítulos y dar algunos datos de la producción.

Algunas personas encuentran un sentido espiritual al final de la serie, esto se relaciona con ser practicantes de alguna religión, otros admiran cualidades de liderazgo en algunos personajes, en tanto que otra parte expresó su inconformidad por cómo se refleja la

ciencia dentro de la serie, pues tenían interés en las leyes de la física. Al final, a partir de los resultados, se pudo identificar una mayor o menor aceptación por la serie.

Por último, para cerrar esta primera unidad de análisis, se revisó el artículo de Susana Rodríguez (2016) titulado “Foros en páginas web: un instrumento de análisis de la recepción de series de ficción históricas. El caso de la Señora”. El objetivo del artículo era conocer cómo los espectadores interpretan las ficciones históricas y la relevancia que tienen en los elementos dramáticos. Se describen qué son y cómo funcionan los foros en las webs con respecto a las series y cómo son tomados como una herramienta por las cadenas para promocionar productos.

Por otra parte, se analiza la percepción de la serie La Señora, a través del foro oficial de su página web, para ello se examinaron 5,423 comentarios y se seleccionaron los 270 más significativos por los componentes narrativos. Se centran principalmente en el análisis de la recepción a través de las opiniones y se infieren sus gustos y expectativas.

En las conclusiones se observa que el espectador centra su atención en el triángulo amoroso que se muestra en el contenido audiovisual y deja en segundo plano los elementos históricos, por último, se aprecia la lectura del relato que predispone el enjuiciamiento de personajes femeninos.

2.2 Análisis de series

En esta segunda unidad de análisis se revisaron documentos que abordan el análisis de alguna serie, centrándose en exponer elementos de éstas, para un estudio o investigación. En “Teleseries y digitalización: ¿estrategia del medio para enfrentar la crisis?”, Claudia Benassini (2017) muestra la caracterización de las series de televisión, pero ahora con la nueva perspectiva del marco de la digitalización, principalmente con la convergencia, la transmedialidad y la multipantalla, de este modo se consideran las características que poseen las nuevas audiencias ante las nuevas modalidades de poder ver contenidos audiovisuales.

Resalta el uso de las plataformas de streaming y cómo han logrado poner a disposición de los usuarios el contenido audiovisual, librándose de los horarios de programación y con la posibilidad de tener acceso a los contenidos a la hora que quieran o de una manera móvil con el uso de laptops, tabletas o teléfonos inteligentes.

Retomando autores como Cascajosa o Carles Lamelo, es que logra llegar a la conclusión de que los avances tecnológicos han facilitado el acercamiento de los contenidos a la

gente, permitiendo un distanciamiento del medio como la televisión y construyendo por el otro lado, un acercamiento a los gustos de géneros que ahora se pueden disfrutar muy fácilmente.

Finalmente se llega a una reflexión de la migración de series a hiperseries, donde se basan en una propuesta narrativa, solidez de los personajes y el manejo cinematográfico, además de la relación que se construyen con las audiencias, la cual puede ser adictiva a un punto donde una persona puede consumir una temporada completa en un solo día, es de esta forma que el medio también va pensando en las características del usuario para dirigir contenido de su interés.

En este mismo orden de ideas, el artículo de Eli Cornelio (2018) titulado “Spiderman Choco traduce Game of Thrones: cultura participativa en la recepción de una serie global”, se basa en la cultura participativa de Henry Jenkins y los estudios de la recepción de las audiencias de Martin Barker, para analizar las prácticas de un grupo de fans de la serie “*Game of Thrones*”, centrándose en la séptima temporada y utilizando las reseñas del Youtuber Spiderman Choco, transmitidos en 2017.

La metodología empleada para el reclutamiento de las respuestas fue mediante un cuestionario con 24 preguntas que buscaban conocer los puntos de vista de los espectadores con referente a la narrativa y discursos de la serie, para ello se combinaron preguntas tipo escala de Likert (escalas de clasificación para conocer el nivel de acuerdo o desacuerdo por las personas ante un tema), mismas que se compartieron a través del portal www.questeros.org.

Los resultados obtenidos fueron que los fans dieron indicios de la recepción local que tienen en una serie de fantasía de carácter global, contando para ello con un carácter híbrido en el consumo cultural; también se relacionó la serie de HBO con el melodrama, una de las mediaciones que más se da en la cultura latinoamericana.

Este caso de estudio es un ejemplo claro de cómo los miembros de las culturas locales se apropian de los productos de la cultura mediática de alcance global, integrándolos en modos sumamente creativos, como desde hace décadas lo han notado los teóricos de la comunicación latinoamericana. (Cornelio, 2018, p.80)

En las conclusiones, varios de los encuestados expresaron su interés por diversas temáticas abordadas en la serie como la mafia del poder, muchachas ricas, la corrupción de funcionarios o personas en el gobierno, jóvenes que abandonan los estudios, médicos

negligentes, etc.; que les permitieron a los fans, crear un vínculo más fuerte con la serie y con sus personajes.

Otro artículo que retoma el análisis de una serie es el de Miriam Bayón y Joaquín Sotelo (2009), “Los menos y las series de ficción: Investigando con los Serrano”, en donde mencionan que, a pesar de la aparición de nuevas tecnologías, la televisión sigue siendo uno de los medios principales que ve la familia; uno de los contenidos que está muy presente en la televisión son las series de ficción, dentro de estas, los jóvenes o niños, son los principales espectadores. En el artículo se muestra los resultados de una investigación en la que se estudiaron las posibles influencias de la serie de ficción española “Los serrano”, sobre un grupo de niños y jóvenes que rondan entre los cuatro y diecisiete años.

La técnica utilizada fue poner un episodio de la serie, ante el grupo seleccionado, y recabar información mediante un test para analizar las opiniones. Se describe posteriormente el por qué se eligió dicho capítulo, ya sea porque aparecen personajes específicos o se marcan ciertos temas para observar la posible identificación entre los actores y los espectadores, además se explica la historia de la serie, las principales características y se describen detalladamente los personajes.

Después se procedió a la aplicación de un cuestionario al grupo seleccionado, preguntándoles si les gustaba la serie, quién era el personaje elegido y por qué, si les gustaría parecerse a algún personaje, si algunas acciones de la serie influenciaban las decisiones de las personas para saber qué hacer en algunas situaciones, si reconocían las marcas que aparecían en la serie, entre otras preguntas.

Las conclusiones a las que se llega es la notable identificación de algunos espectadores con los personajes así como el reconocimiento de algunas marcas.

2.3 Construcción o análisis del mensaje

Para el análisis de un contenido audiovisual, es importante tomar en cuenta la construcción o análisis de los mensajes que se presentan, dado que existen varias formas de analizar una película o serie, desde los personajes, hasta las formas de introducir una nueva perspectiva o pensamiento con respecto a una persona, sociedad o concepto existente.

El artículo “La contribución de los mundos ficticios en la construcción de la transmedialidad de las series de televisión” por Claudia Benassini (2019), ofrece un

acercamiento a lo que son los mundos ficticios y cómo es que se desarrollan conforme avanza una serie. Remarca la importancia de conocer las diferentes ventanas de medios por las que circulan y se construyen los mundos ficticios, haciendo énfasis en el proceso de fenómenos transmedia y a la necesidad de acercarse a esas ventanas, pues son procesos de interacción que contribuyen a la construcción de dichos mundos en las series, pero esta vez resaltando su expansión y como trasciende por medio de plataformas.

En la conclusión expresa que las series populares tienen la habilidad para generar lazos afectivos en los espectadores, además introduce una visión amplia de la narrativa transmedia que permite a los productores ir creando nuevos textos en diferentes medios, así como darle la importancia a la audiencia que crea esos procesos de inmersión e interacción con las series.

Por su parte, Sergio Aguilar (2019) en el artículo “Niveles narrativos cinematográficos” aborda la construcción de los niveles narrativos a partir de cuatro conceptos: diégesis, historia, argumento y narración. También aborda el paso de la diégesis a narración y de ahí a las particularidades de la narración cinematográfica en espacios específicos, principalmente utilizando como referentes a teóricos como: David Bordwell, Étienne Souriau, Mieke Bal y Edward Brinigan, con la finalidad de establecer un modelo de cuatro niveles que puede ser útil para el estudio y análisis de cualquier discurso audiovisual.

Muestra una articulación de la ficción y narración, primeramente, exponen los factores que construyen una película, como al argumento (hechos que se narran con un orden secuencial y causal); seguida de la narración (la articulación del lenguaje cinematográfico para dar a conocer el argumento específico); la diégesis (hace referencia a todo el universo fílmico donde tiene lugar la historia) y aclarar las posibilidades hipertextuales de ciertas plataformas.

Al comprender los conceptos antes mencionados, el autor comenta que se obtienen herramientas para entender mejor los hechos internos que se observan en las películas, así como los referentes para la evaluación de los personajes y sus acciones.

Estos modos de entender las dimensiones que se circunscriben en un filme suponen un mapa en el que el espectador se ve inmerso y que tiene que navegarlo para que la narración tenga sentido. (Aguilar, 2019, p.51)

En el artículo de Lucía Bustamante (2013) llamado “Análisis textual de la película *Hombre mirando al sudeste*”, la autora utiliza la técnica del delecto para hacer un análisis textual de la película, *Hombre mirando al sudeste*. Para dicho análisis seleccionó distintos fragmentos mostrando el tema central de la investigación, en este caso la religión, para ello se basó, principalmente, en la teoría psicoanalítica de Freud.

A lo largo del texto y una vez empezado el análisis, utilizó una ficha videográfica en donde describe el tema de la película, así como alguna de sus características: director, duración y el año en que fue estrenada la película. Seguido de esto se plantea el género discursivo y la situación de comunicación, es decir, el análisis central religioso que se retoma de las escenas elegidas, describiéndolas detalladamente, para después pasar a la influencia del psicoanálisis.

Asimismo, Mercedes Medina (2006) en “Los mensajes en las series: eslóganes en las imágenes”, analiza la influencia del comportamiento en el pensamiento. Después se describe algunas características de las series en general, haciendo énfasis en la opinión que tienen guionistas y productores de los contenidos audiovisuales, para terminar con la aplicación de una encuesta sobre las series más populares de ese momento.

Otro trabajo que analiza una serie es el artículo de Erika Fernández (2010), “Análisis del product placement en la serie “Los hombres de Paco””, en este documento se centra en el análisis del *product placement* de la serie en tendencia, así como en identificar las diferencias con otro tipo de programas, para dar cuenta del por qué muchas empresas o anunciantes encuentran en el tiempo de la serie, la mejor herramienta para poder transmitir sus mensajes.

Para la parte de la metodología se describe información obtenida de documentales, libros, páginas web de la serie y búsquedas de internet, después se explica cómo es vista la serie por los espectadores a lo largo de las temporadas, dando a conocer las características generales de ésta, para finalmente hacer un análisis de contenido del episodio escogido.

Se llega a la conclusión de que la ficción muchas veces es lo que más llama y permite fidelizar al espectador, permitiendo desarrollar más vínculos con éste.

2.4 Consumo audiovisual

Los documentos que se encontraron sobre el consumo audiovisual, fueron los siguientes, primeramente, el artículo escrito por Yasnier Hinojosa (2017), “El consumo audiovisual de los jóvenes universitarios” en el que el autor menciona que a partir de la llegada de los productos audiovisuales, la vida y hábitos de consumo del hombre crecieron y se desarrollaron ante el avance tecnológico, aunado a esto, se crearon nuevas características culturales que generaron nuevas interacciones entre las personas.

El artículo describe detalladamente lo que es un producto audiovisual, así como sus ventajas y desventajas, incluyendo los aspectos que se han desarrollado tanto de las plataformas y los productos, como de las formas de actuar o pensar del ser humano. De igual forma se analiza el acercamiento afectivo y emotivo de las y los estudiantes con respecto al mundo audiovisual.

Autores como Carmen Lazo y Antonio Gabelas (2013) aportan a este eje un análisis sobre “Hábitos de consumo televisivo de ficción entre los universitarios que estudian comunicación”. Los autores analizan los modos de consumo en cuanto a productos de ficción, en jóvenes universitarios que estudian la carrera de comunicación. Para la muestra utilizaron una encuesta que se presentó ante jóvenes seleccionados de las ramas de la carrera: Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Comunicación, de igual forma se preguntó el tipo de pantalla que prefieren y el género de interés, así como los estilos narrativos y de series.

En el apartado metodológico mencionan, que existen muchas variables que pueden influir en la recepción de mensaje mediáticos como las características sociodemográficas, la edad o el nivel de estudios que cursa. Para ello diseñaron una encuesta a manera de diagnóstico, para obtener información sobre los usos y consumos; la muestra total fue de 612 estudiantes.

El artículo concluye mencionando que los estudiantes eligen más el cine o series de ficción, muchas veces con fines informativos; el soporte más utilizado para el consumo de las series fue la televisión y el internet y prefieren ver dicho contenido en tecnología portátil, preferentemente el celular.

En esta misma unidad de análisis, Giancarlo Capello (2017) hace un aporte a través del texto “Televisión, narración y espíritu de los tiempos”, el autor explica cómo las teleseries tienen la capacidad de construir comunidades. Plantea que además de la narrativa que se presenta en la historia, siempre hay otros discursos subyacentes, ya sea por la

presentación de ciertas prácticas o por comportamientos que van haciendo que el espectador construya una visión particular del mundo.

Responde a preguntas como: ¿qué cuentan las historias en la era dorada?, ¿cuánto dicen del mundo, de las personas o los conflictos cotidianos que se presentan dentro de las prácticas narrativas?, ¿cuánto toman en cuenta la sensibilidad de los espectadores?, entre otras.

2.5 Super héroes

En este último eje de análisis se encuentra el artículo de Giancarlo Cappello (2017), “Configuración y tiempo del antihéroe”, en donde describe qué ha pasado con el héroe en la modernidad. Comienza la investigación desde el tiempo y características de los personajes actuales y vistos como no heroicos, quienes a pesar de ello se han ganado el aprecio o apoyo de los espectadores.

Utiliza como referente a Mieke Bal y su concepto de héroe, desde la función y cualidad del personaje visto a medida que avanza la acción en la historia, así como las funciones asignadas a lo que debería de hacer un héroe.

Después comienza a hacer las comparaciones entre héroe y antihéroe, enfatizando que el antihéroe al final solo es un hombre con defectos, pero también con virtudes y recalca que muchas veces no quieren la gloria, simplemente sobrevivir ante ciertas situaciones.

Lo presentado en este capítulo permite tener un panorama general sobre lo que se ha estudiado y escrito en función del tema de interés. Los artículos revisados son una muestra del interés que hay sobre el análisis no sólo de las producciones audiovisuales, sino también del reconocimiento de las audiencias quienes determinan y a su vez son determinadas por los contenidos que se ofrecen en las diversas plataformas de streaming. Se destaca el papel de los dispositivos digitales, principalmente los celulares inteligentes, así como la pertinencia de estudiar y reconocer los aspectos emocionales y afectivos que influyen en las formas de consumir productos audiovisuales.

Capítulo 3

Marco teórico

Recorrido por los Estudios Culturales

Iniciando por un acercamiento a los estudios culturales (EC), el término se empieza a utilizar en 1964, como parte del discurso de Richard Hoggart en Birmingham, en donde se realizaban estudios sobre la cultura y la sociedad, junto con sus tensiones entre lo simbólico, institucional, histórico, literario, ideológico, académico, estético y lo formal.

Los estudios culturales nacieron con el objetivo de abrir fronteras del conocimiento a problemáticas que estaban siendo silenciadas en aquellos años, centrándose en la cultura popular, obrera y cotidiana, donde su principal enigma, era dar respuesta de cómo los productos culturales eran consumidos por dichas clases, explicándolo desde las conductas de la cultura, la publicidad, la música y en general, los medios de comunicación de masas. (Pagés, s.f)

Retomando planteamientos centrales que tuvieron otros autores acerca de los estudios culturales, como Thompson y Raymond (2010), muestran cómo la cultura ha sufrido un proceso de degradación dentro de las sociedades del capitalismo, derivado de las características y condiciones mismas en que se producen; las potencialidades expresivas, creativas, la calidad del lenguaje y las potencialidades liberadoras habían desaparecido. Se avanzaba a un mundo que se caracterizaba por imprimir una marca a los productos simbólicos.

De la mano de la estandarización del estilo está la trivialización de las temáticas y los contenidos: la selección de motivos sencillos, la descontextualización y el tratamiento superficial de los problemas y la banalización de situaciones humanas. Todo ello con el fin de hacer digerible por las amplias masas de espectadores los productos ofrecidos. Se trata, para los de Frankfurt, de producir cultura fácil para los pobres; arte ligero, que sería la contraparte del arte serio. (Briseño, 2010, p. 62)

Debido a lo anterior, la industria estimulaba y formaba cierto tipo de consumidores, propiciando inclinaciones, gustos, necesidades y exigencias por parte de la audiencia, que las mismas producciones debían ir satisfaciendo. Los receptores no se relacionaban con la industria cultural sin haber sido mediados por ella antes. Pasando al contexto de dichos estudios en Latinoamérica, el objeto de estudio pasó a las producciones simbólicas

y las experiencias de la realidad social, con todo producto que tuviera un significado simbólico.

Después de los años ochenta, la atención de los EC se fue centrando en las modalidades de la recepción de los medios por distintos públicos, uno de los objetivos principales era observar las reacciones ante la difusión de ciertos programas de televisión, ese fue el inicio del campo de estudio sobre la recepción de los medios y el impulso de los conceptos de codificación-descodificación. Asimismo, se mezclan e incorporan cuestiones de comprensión, reconocimiento, interpretación y reacción, tanto en las relaciones en la familia, como del espectador individual, introduciendo la técnica de *focus groups*. (Mattelart & Neveu, 2004)

Por los mismos años, James Lull (2004) estudió los usos sociales de la televisión, así como las audiencias activas, en específico con los hogares, para observar directamente a los espectadores desde China hasta Brasil y gracias a él, se fueron construyendo los inicios del estudio de los usos y gratificaciones de las audiencias.

3.1 Una nueva mirada desde la tecnología

Con la llegada de nuevos enfoques y tecnologías, las industrias culturales han tomado un nuevo rumbo donde la creatividad es el referente principal para entender las ahora llamadas industrias creativas o industrias de contenido, estas son aquellas que unen la creación, producción y comercialización de contenido, ya sea en bienes o servicios. (Lebrún, 2014)

Las industrias culturales que emergieron después del siglo XIX, como la prensa, la radio o la televisión, se caracterizaban por transformar un valor simbólico en uno económico y por su deber constante de renovación, llegó la creación de nuevos mercados, por lo tanto, de nuevos consumidores y como consecuencia, trajo cambios en los sectores económicos, sociales y culturales, gracias a esos cambios llegaron también nuevas formas de subjetividad.

A partir de la aparición y evolución de las tecnologías de información y comunicación (TIC), se empiezan a proponer cambios ante las propuestas de producción, en donde entran en juego nuevas dinámicas de acercamiento a esas producciones audiovisuales, como lo es el cine, la publicidad, la radio, los periódicos, revistas o la televisión, pues con la inclusión social y demanda por parte de la audiencia, se va modificando su forma de percibir su realidad y estar en el mundo.

Los autores del concepto industrias culturales no vivieron en una época en que podrían plantear la posibilidad de que el receptor dejara de recibir únicamente informaciones de forma vertical y unilateral para pasar a ser una persona (o grupo de personas) que tiene la oportunidad de construir y reconstruir las informaciones y contenidos que reciben. Es más, a partir del uso de las tecnologías digitales, las personas tienen la oportunidad de producir contenidos en diferentes plataformas digitales y también tienen la posibilidad de hacerlos públicos mundialmente. (Lebrún, 2014, p.52)

Gracias a los estudios culturales y las industrias creativas, es que se empieza a profundizar y tomar más en consideración a las audiencias, junto con sus formas de apropiarse del contenido de los medios, dando paso a la profundización de los estudios de recepción.

3.2 Mirar la comunicación desde tres elementos: recepción, mediación y audiencia.

A partir de los años ochenta, se crea una nueva corriente que estudia los procesos dentro de los cuales la audiencia va construyendo significados a partir de su exposición a los medios, estos están determinados a partir de las mediaciones que intervienen entre los medios y el contexto, de esa forma, se le otorga un carácter activo a la audiencia, capaces de apropiarse del contenido y darle un nuevo sentido. (Corominas, 2001)

Hace algunos años, el trabajo de muchos investigadores de la comunicación era observar y saber cómo los medios masivos iban manipulando a la sociedad; en años posteriores, el modo de ver la realidad cambió a observar el sentido que el público le da a su vida a través de la comunicación y los medios.

Guillermo Orozco (1996) explica que, ante el televisor, los miembros de la audiencia entran en una secuencia interactiva, donde se ven inmersos en la relación que hay entre el emisor, las mediaciones y ellos, esto genera una producción de sentidos y percepción de contenido televisivo, donde se encuentra la atención, comprensión, selección, valoración, almacenamiento e integración y por último, la apropiación y producción de sentido que se da de distintas formas en un proceso sociocultural. Cabe resaltar que, ante tal proceso, existe la polisemia, es decir, la pluralidad de significados que la audiencia puede tener.

Los ER siguen siendo una opción para entender no sólo a los sujetos sociales contemporáneos en las interacciones varias que entablan con los medios y tecnologías de información, sino también mucho de los procesos socioculturales, políticos y económicos mayores de los cuales participan. (Orozco, 2003, p.3)

Uno de los objetivos que tienen los estudios de recepción es poder articular los dos niveles de la constitución de la sociedad, por un lado, está el macrosociológico, es el campo de la política, economía, ideología y la cultura; por el otro lado está el microsociológico, es el campo de las interacciones humanas, como la familia, amigos, trabajo, vecinos, entre otros. (Corominas, 2001)

De esa forma, autores como James Lull (1992), exponen que la teoría social debería analizar cómo la gente interactúa con los medios y a su vez entre ellos, y cómo resignifican las actividades en condiciones sociales; lo anterior debido a que los estudios de recepción se desarrollan y procesan en el entorno inmediato del individuo y sus relaciones personales directas; estos reciben dicha información que les llega por parte de los medios y a la par, participan en la vida social, donde entrarían los sectores de la macrosociología. Los medios de comunicación pueden considerarse una de las maneras de mayor importancia que dispone la audiencia para autorreproducirse. (Corominas, 2001)

En todo acto de comunicación siempre existirá una mediación para poder comprender el mundo y su realidad, lo mismo pasa con la vinculación de la tecnología con la audiencia, es la mediación por la cual, los espectadores pueden irse relacionando y apropiando de los productos audiovisuales, propiciando en los sujetos el irse construyendo de una forma personal y cultural con su realidad, a través de las mediaciones con las que interactúan en su vida diaria.

De acuerdo con Martín Barbero (1987), la mediación es un proceso comunicativo, donde mediante el intercambio, la negociación y la apropiación, se da un lugar de interacción propiciado por la participación del emisor y receptor; de esa forma, la sociedad usando los medios en dimensiones políticas, culturales y comunicacionales puede entender y explicar su realidad.

Fue entonces, que los fenómenos comunicativos pasaron a ser vistos desde la mediación de los medios y la vida de los espectadores; fue un reconocimiento, un desplazamiento y un volver a ver el nuevo proceso de comunicación, visto desde la recepción de las audiencias, debido a que no se puede entender lo que pasa en la cultura, sin antes

entender a la masa, su experiencia y uso; así se configura un cambio a la modernidad desde el espacio de la percepción.

Es de esa forma, que el objetivo de las mediaciones no solo se centra en estudiar la relación entre los mensajes y sus efectos, más bien, busca generar un análisis del consumo y entender el conjunto de los procesos sociales de apropiación de dichos productos audiovisuales.

Dentro de la mediatización, existe una incidencia creciente de los medios y las tecnologías en la vida cotidiana, y a través de los efectos o impactos que lleguen a provocar se crea una interacción comunicativa en las sociedades contemporáneas.

Gracias a la mediatización como actividad directa y necesaria, es que las audiencias modifican e intercambian su estar y ser en el mundo, al interactuar con la información que llega a partir de las nuevas tecnologías como lo son las múltiples pantallas, mediante las cuales, siempre estamos conectados y es por estas, que se define a la audiencia actual.

La audiencia no es un ente aislado para los medios, está en constante encuentro y vínculo con las diversas mediaciones, a su vez estas cumplen una función crucial para el desarrollo cultural y de las mismas personas. A partir de esas mediaciones es como se vinculan a otros mecanismos actuales, como las redes sociales o la llegada reciente de las plataformas streaming, donde la producción a través de esos espacios permite a los espectadores interactuar, construir e ir generando contenido específico para ellos.

Ser audiencia significa tener una transformación sustancial en la estructuración en su relación con la televisión o los medios, puede llegar a forjar segmentos donde se encuentren los intercambios simbólicos, gustos, subjetividades, sensibilidades, emociones o gratificaciones y placeres.

Por otro lado, las audiencias modifican el vínculo existente entre ser un sujeto social, con su entorno y las fuentes de información y cultura establecidos, en donde el estilo de vida de las personas cambia por completo a un mundo de pantallas, donde lo social se vuelven chats, los viajes se vuelven navegaciones, la forma de interactuar se vuelven llamadas o videollamadas y se pasa a un mundo virtual para conocer, aprender y sentir. (Orozco, 2001)

De esta forma, los vehículos tecnológicos frente a los ojos de los espectadores van generando modos de percepción, apropiación, producción y circulación, tanto de gustos, actitudes, saberes, conocimientos y pensamientos, que van poco a poco transformando

los usos sociales de lo que perciben ante las pantallas y lo producido, al igual, por las audiencias. (Orozco, 2001)

3.3 La nueva mirada de la audiencia

Los avances tecnológicos y digitales han redefinido a las audiencias ya que se va generando un cambio en las actividades humanas como, la llegada de nuevas redes sociales o nuevos espacios donde la gente puede verse inmersa e interactuar con los contenidos, dando pie a nuevas prácticas sociales.

Dichas prácticas son importantes y por ello es necesario tomar en cuenta, lo anterior porque construyen soportes y se van amoldando a nuevas circunstancias, por lo general en el espacio público social como: los comportamientos, conductas, participación en actividades o los usos sociales. Esto a su vez, va generando nuevas perspectivas para el mercado como el análisis del control, del contenido, del medio, de los espectadores y de los efectos que causan en éstos.

En los recientes años, se ha transformado la forma de entender a una audiencia, ya que existe una nueva reconfiguración en las modalidades para poder observar las pantallas, un claro ejemplo son las plataformas streaming.

Desde hace algunos años las plataformas streaming han entrado en nuestras vidas para modificar preferencias y hábitos, generando a su vez nuevas perspectivas; empezando por dejar de lado a los medios tradicionales como la televisión y pasar a un nuevo contexto para poder ver series y películas cuando se quiera, donde se quiera y ver lo que al usuario más le guste. Con este nuevo surgimiento los consumidores están modificando la dinámica actual de la industria cinematográfica, generando una nueva modalidad de consumo.

Dichas plataformas digitales suman cada día a más usuarios, generando un patrón, distinto al tradicional, de consumo de series y películas, debido a la forma más rápida y dinámica, con que pueden acceder a éstas. Además, la gran ventaja de este tipo de servicios es que los pagos para tener una cuenta son accesibles e incluso más baratos que tener cable, además de la fácil contratación y cancelación, esto provoca que el servicio se vea más llamativo a diferencia de la televisión por cable; aparte de que el contenido en cada plataforma es muy variado para los diversos públicos. (Velásquez, 2018)

Por otra parte, la accesibilidad de poder mirar el contenido audiovisual es más eficiente, debido a que las personas ya no tienen que estar sujetas a ver únicamente la televisión, ahora, se puede ver desde las múltiples pantallas como lo son los celulares, tabletas y laptops, permitiendo que su visualización se pueda dar en cualquier lugar, ya sea en la sala, en el dormitorio, en la oficina, en un coche, en el transporte público, avión, incluso desde el baño.

3.4 Las plataformas de streaming y sus narrativas.

Las plataformas de streaming, con sus múltiples contenidos, van creando diferentes narrativas para poder persuadir al espectador, tomando en cuenta que las narrativas son toda serie de eventos que se conectan entre sí para conformar un relato. Las narrativas que se pueden observar en las plataformas dependen en primera instancia de la objetividad e intención que quiera mostrar el autor, porque al final, todo lo que cuente una historia es narrativa; y en segunda, de la perspectiva e intención que tenga el usuario para apropiarse de la historia, personaje o situación que vea dentro del contenido audiovisual. (Lachat, 2012)

Estos esquemas no son universales, sino que dependen de factores genéticos, culturales e individuales, entre ellos la propia experiencia audiovisual del espectador. Pero, aunque la percepción sea individual, genética y físicamente nuestras diferencias son mínimas, casi irrelevantes. (Lachat, 2012, p.97)

Los sujetos estamos en constante contacto con nuestra realidad y a su vez vamos configurando dicha realidad, esto genera referentes para interpretar y comprender lo que nos rodea. Los receptores, pasan a ser un sujeto activo, puesto que van tomando acciones y decisiones; es así como la mediación permite repensar a esa audiencia que actúa en consecuencia de esa realidad.

Reforzando la idea sobre la llegada de las plataformas de streaming a la vida cotidiana de las personas, éstas pasan a ser una mediación más en los sujetos, forman parte de ese grupo de instituciones que van mediando la perspectiva y forma de ver la vida de la audiencia, y le dan más participación al usuario.

Antes la producción audiovisual consistía en ir a ver la película al cine o rentar/comprar las películas para poder verlas en la televisión; con la llegada del streaming ya no se tiene que ir a ningún lado, desde la comodidad de la casa, a la hora y lugar que desee el usuario puede ir viendo las series o películas a través del dispositivo de su preferencia,

pues ahora las plataformas se pueden ver en cualquier pantalla que cuente con dicha aplicación; es ahí cuando la dinámica de la audiencia se va transformando.

3.4.1 Los héroes en las producciones audiovisuales.

Ahora bien, los contenidos en las plataformas, también permiten a sus audiencias configurar maneras de definir aspectos de una realidad apegada a la ficción, tal es el caso de los elementos audiovisuales que refieren a los héroes. Gracias a las producciones audiovisuales, nos han pintado y dado a conocer a los héroes que todos conocemos como seres místicos, increíbles, con poderes sobrenaturales en algunos casos, que siempre van a estar ahí para salvar al mundo de cualquier villano o fenómeno natural, dichas narrativas, fueron creando a los seres humanos perfectos que cualquier persona desearía ser o tener cerca.

Sin embargo, el concepto de héroe viene a ser puesto a prueba con la serie *The Boys*, contenido original que lanzó Amazon Prime en julio del 2019, donde cambian por completo la idea del héroe con super poderes, sobrenatural, bueno y bondadoso que siempre conocimos, por el héroe más humanizados, es decir, que tienen tanto virtudes como defectos, tienen emociones que los pueden llevar a actuar incorrectamente y en algunos casos, ser los mismos villanos de la humanidad, sin que la gente de la serie se dé cuenta.

Es por lo anterior, que el medio (plataformas de streaming) construye una idea en donde entra en juego la serie y nuevas formas de construir a los personajes y la percepción de los públicos quienes tienen la posibilidad de redefinir su idea sobre lo que es un héroe o si solo miran esta idea como una narrativa más y deciden mantener la concepción ya construida.

Es justo en ese punto donde la perspectiva de parte del emisor (la plataforma) y del receptor (la audiencia) interactúan y se van reconstruyendo poco a poco, pues dichas plataformas van transformando los ámbitos y formas de ver y vivir la cotidianidad.

Capítulo 4

Estrategia metodológica

Con el objetivo de poder responder las preguntas de esta investigación sobre ¿cuáles son los referentes de la serie The Boys, a partir de los cuales las audiencias construyen la noción de héroe? y ¿a partir de qué elementos narrativos-audiovisuales, se construye la idea de héroe en la serie The Boys?, la presente investigación, definida por su objetivo será una investigación básica, debido a que acrecienta el conocimiento de un tema, en este caso la percepción y análisis de una serie audiovisual.

En función del nivel de profundidad, es una investigación descriptiva ya que responde a preguntas y describe un fenómeno; asimismo, se propone un diseño metodológico de enfoque mixto para lo cual se aplicó una encuesta que permitió conocer las prácticas de consumo de cierto tipo de audiencia, en específico, espectadores de la serie The Boys. Posteriormente, a partir de un grupo de discusión, se indagó sobre la percepción que las personas participantes tuvieron sobre los personajes, así como las reacciones o emociones ante la propuesta de héroe que da la serie.

Para esta investigación se retoman principalmente los estudios de recepción, dichos estudios se caracterizan por la exposición que va teniendo la audiencia ante los medios y cómo van construyendo significados, lo anterior está determinado a partir de las mediaciones que intervienen entre los medios y el contexto para así otorgarle un carácter activo a la audiencia, es decir, son capaces de irse apropiando del contenido y darle un nuevo sentido. (Corominas, 2001)

Pasando al eje central de la investigación, nos enfocamos precisamente en los espectadores de la serie, quienes compartieron sus percepciones, reacciones, e interpretaciones sobre el tipo de héroe que presenta la serie, haciendo énfasis en escenas o personajes específicos de la producción audiovisual.

Consultando la página oficial de Prime Video, se identificó la ficha técnica de la serie The Boys, la cual se tomó como caso este trabajo, así como la sinopsis de los personajes principales, información que a continuación se presentará.

La serie The Boys, fue desarrollada por Eric Kripke, Evan Goldberg y Seth Rogen, quienes adaptaron la obra del cómic creado por Garth Ennis. Se estrenó en julio del 2019 como contenido original de la plataforma de Prime Video, los capítulos tienen una duración aproximada de 60 minutos; dicha serie pertenece al género de fantasía, acción,

drama, comedia negra y al mundo de los super héroes; actualmente existen tres temporadas, no obstante cuando se realizó este trabajo solo había dos temporadas, ambas con ocho capítulos.

The Boys está ambientada en una época parecida a la actual con excepción de muchos avances tecnológicos y en donde los superhéroes siempre están al servicio de la sociedad, en específico siete de ellos, que reciben el nombre de “Los Siete”, conformado por distintos héroes con diversos poderes cuyo “objetivo principal” es mantener a la sociedad segura y a salvo, sin embargo, existen ciertos héroes que a pesar de tener la admiración y respeto de toda la gente, dentro de la corporación para la cual trabajan (Vought Internacional), no son tan buenos como todo el mundo piensa.

A lo largo de la serie, se comienza a notar lo corruptos, arrogantes, egoístas y malas personas que pueden ser los héroes más representativos de la corporación, dejando ver que la humanidad en ocasiones es lo que menos les importa, siendo la “buena” imagen que tienen ante las cámaras y redes sociales una completa mentira. Existe también un grupo llamado “The Boys” quienes hartos y lastimados por dichos héroes deciden cobrar venganza y tratar de exponer al mundo lo que verdaderamente son, exigiendo justicia y respuestas ante muchos casos que se desarrollan en diferentes capítulos.

La investigación solo se enfocará en cuatro de los héroes, sin embargo, se dará una pequeña sinopsis de todos los personajes más representativos.

Personajes principales

The Boys:

Billy Butcher, líder del grupo, es un antiguo agente de la CIA, quien desconfía de todos los héroes, ansioso de justicia y venganza, en especial de Homelander, a quién culpa por la desaparición de su esposa.

Hughie, es un joven que vive una vida aburrida, se une al grupo después de que A-Train matara a su novia y no se hiciera responsable por arreglar la situación, desde entonces se vuelve importante para el grupo en busca de justicia, llega a entablar una relación con Starlight.

Frenchie, asesino a sueldo, traficante de armas, drogadicto, un complemento para el grupo pues suele conseguir material para ciertas misiones, aunque su carácter impulsivo muchas veces termina siendo un problema, especialmente con Mother`s Milk, con quien

guarda un odio de años pasados, sin embargo, al conocer a Kimiko, vuelve a sacar su lado humano.

The Female (kimiko Miyashiro), es una persona muda que era prisionera en un sótano, con poderes de fuerza y curación regenerativa, fue parte de un plan para crear terroristas con superpoderes, se une al grupo después de que la rescatan y tiene un vínculo especial con Frenchie.

Mother`s Milk (Leche materna), segundo al mando del grupo, estuvo varios años con ellos hasta que decidió renunciar para llevar una vida mejor, trabajaba rehabilitando jóvenes problemáticos y junto con su esposa e hija, llevaba una vida normal y tranquila hasta que Butcher lo convence de regresar al grupo, después de ver la determinación que tiene Butcher para acabar con Homelander, teme por la vida de los que más ama.

Los Siete (héroes):

Homelander (Vengador), es el ser más poderoso y líder de los siete, el más popular ante la gente con su imagen de noble héroe dispuesto siempre a luchar por el bien, sin embargo, esconde muchos secretos, entre ellos ser sádico, hambriento de poder, egoísta, convenenciero, etc. a quien no le importa el bienestar de nadie que no sea el de él.

Starlight (Annie / Estrella), una heroína con poderes de luz que ingresa a Los 7 y es la única que cree en el bienestar de la sociedad, de la justicia y del bien, quien al enterarse de la maldad que hay en su grupo, decide convertirse en una agente de The boys para ayudar a descubrir la verdad y quien mantiene una relación con Hughie

A-Train (Audaz), un héroe con super velocidad, obsesionado con siempre ser el más rápido del grupo y del mundo, pero cae ante una droga que lo vuelve más rápido y lo hace cometer acciones fuera de control.

Black Noir (Noctámbulo), un sigiloso y silencioso ninja, con sus sentidos super agudizados, miembro del grupo, tiene un traje que nunca se quita, jamás ha mostrado su cara.

The Deep (Profundo), a pesar de sus poderes acuáticos como hablar con toda especie marina y respirar bajo el agua, es despreciado por sus compañeros, quienes lo hacen sentir menos por su físico, este como venganza abusa de Starlight al entrar al grupo, posteriormente ella lo denuncia y evidencia ante el público, razón por la cual es despedido, por el bien de las relaciones públicas.

Queen Maeve (Reina Maeve), una mujer luchadora, feminista, guerrera con gran fuerza física, al principio creía en todos principios de ser una buena heroína, aunque para llegar a formar parte del grupo tuvo que renunciar a muchas cosas y personas, ahora es una persona cínica que sufre por ver en lo que se ha convertido su vida.

Translucent (Translúcido), posee poderes de invisibilidad e inmunidad contra balas, aunque cuando llegan a haber peleas, siempre se desentiende de los problemas, tiene gusto por entrar a duchas y vestuarios de mujeres para verlas en secreto.

4.1 Diseño de investigación

Como parte del proceso de investigación, fue necesario definir las categorías que guiaron el diseño del presente trabajo. Se plantearon tres fases, dos con enfoque cuantitativo para tener un acercamiento a la audiencia y las prácticas de consumo y uno con enfoque cualitativo como referente para el análisis de los espectadores sobre la serie y la noción del héroe.

Cuadro 1. Categorías de investigación y análisis

Concepto	Categoría	Subcategoría	Observable	Instrumento
Audiencia	Gustos y preferencias	Gusto por el género de superhéroes	Ha visto otras producciones audiovisuales sobre héroes	Encuesta
		Gusto por las series	Tiene el gusto o hobby por ver series	
		Socioeconómicos / Socioculturales	Escolaridad / Ocupación	
			Años	
Prácticas de consumo	Razones de consumo	Visto por curiosidad	Encontrada de forma aleatoria	Encuesta
		Por recomendación	Por amigos o familia	
			Por la plataforma	
		Por trailers	Vistos en medios audiovisuales	
	Tiempo de consumo	Tiempo dedicado a ver la serie		
	Interacción con la plataforma	Tiempo en la plataforma		
	Razón de ver la serie en dicha plataforma	Utiliza la plataforma que la promueve		
Utiliza otras plataformas				
Percepción	Experiencia		Cómo evalúan la serie de principio a fin ¿Cambió su noción de héroe? Les gusto / No les gusto la serie ¿Entendieron la trama?	Observación Grupo de discusión
	Interpretación de la serie	Sobre los personajes	Cuál es la interpretación a partir de la serie sobre qué es y no es un héroe	
		Sobre el concepto de héroe		
	Reacciones/ Emociones		Cómo reaccionan ante la propuesta de héroes que da la serie	

La organización de las fases se llevó a cabo de la siguiente manera:

Fase 1

Con el objetivo de saber y analizar los gustos y preferencias que tiene la audiencia que han visto la serie, así como sus prácticas de consumo, se realizó una encuesta, ésta como técnica de investigación recoge datos a través de la interrogación a sujetos generalmente de una forma anónima, con la finalidad de obtener de manera sistemática, medidas acerca de conceptos que se derivan de una problemática de investigación (López & Fechelli, 2015).

Para efectos de la investigación funcionó porque permitió un acercamiento a cierta información de las audiencias, la cual fue relevante al momento de decidir quiénes serían las personas que participarían en el grupo de discusión.

El instrumento se aplicó de manera online, a través de la plataforma Google Forms, fue una encuesta con preguntas abiertas y cerradas, dirigida a todas aquellas personas, sin importar la edad, género u otro factor, que hubieran visto la serie The Boys.

Se hicieron un total de trece preguntas y la encuesta se dividió en dos partes, en primera instancia se preguntó acerca de los gustos y preferencias, así como las prácticas de consumo en cuanto a series y producciones audiovisuales y la segunda parte enfocada únicamente a cuestiones relacionadas con la serie de The Boys, como el tiempo que tardaron en verla, si habían visto las dos temporadas, cómo se habían enterado de dicha serie, etc. Al final se hizo la invitación abierta a quienes quisieran participar en el grupo de discusión.

Se planeó dejar en circulación la encuesta por un tiempo de dos semanas máximo, para conseguir suficientes respuestas y más adelante poder formar los grupos. Asimismo, se distribuyó en grupos de fans de la serie mediante las redes sociales como Facebook, WhatsApp e Instagram.

Imagen 1. Diseño y formato de encuesta



Encuesta

Esta encuesta tiene como objetivo analizar las formas de actuar de los héroes en la serie "The Boys", y conocer la percepción de la audiencia.

La encuesta es parte de mi tesis de licenciatura

Las respuestas de la encuesta serán estrictamente confidenciales, ¡muchas gracias por su tiempo y apoyo!

GUSTOS Y PREFERENCIAS

Descripción (opcional)

1- Edad

Texto de respuesta corta

2- Sexo

- Masculino
- Femenino

3- Escolaridad / Ocupación

- Secundaria / Preparatoria
- Licenciatura
- Maestría
- Doctorado
- Profesionista

4- ¿Te gusta ver series?

- Sí
- No

5- Considerando los siguientes géneros, enumera del 1 al 6 el orden de tu preferencia (1 el de menor gusto y 6 el de mayor gusto)

	1	2	3	4	5	6
Ficción	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suspense	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Romance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Superhéroes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6- Del 1 al 5 considerando que 1 es poco y 5 mucho, ¿Cómo calificarías tu gusto por el género de superhéroes?

	1	2	3	4	5	
Muy poco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Es mucho

7- Has visto otras producciones audiovisuales sobre héroes, ¿cuáles? (Ej. Marvel, DC, X-men) Puedes especificar 2 o más:

Texto de respuesta larga

PRÁCTICAS DE CONSUMO. Todo es con referente a la serie The Boys

Descripción (opcional)

8- ¿Has visto las dos temporadas que existen actualmente?

- Sí
- Me quede en la primera temporada

9- ¿Por qué empezaste a ver la serie The Boys?

- Por curiosidad
- Por recomendación de la plataforma
- Por recomendación de amigos, familia o pareja
- Por tráilers vistos en medios audiovisuales

10- ¿Qué plataforma usaste para ver la serie?

- Prime Video
- Otra...

11- ¿Cuánto tiempo a la semana dedicaste, para ver la serie The Boys?

Texto de respuesta corta

12- ¿Te gustaría participar en un grupo de discusión, con la finalidad de conocer tus impresiones, comentarios e ideas acerca de la serie que contribuirán a la investigación?

Sí

No

13- En caso de responder "sí", escribe tu correo electrónico para poder contactarte posteriormente

Texto de respuesta larga

Fase 2

Como segunda fase se propuso el análisis de la serie y los personajes seleccionados. Para ello se diseñó un instrumento a partir del cual se pudo identificar, para su descripción, el comportamiento de los personajes, cómo se desenvuelven y el contexto en el que actúan; así como la descripción de sus características físicas, sus poderes y su imagen.

A partir de observar y analizar cada uno de los personajes, se decidió que Homelander (Vengador), Queen Maeve, A-Trian (Audaz) y Starlight (Estrella) serían los apropiados para la investigación porque sus características físicas y de personalidad atendían más a los propósitos del análisis, además de que son los que más aparecen y los que tienen más desarrollo de personaje durante la primera y segunda temporada.

Posteriormente, se seleccionaron algunas escenas de la primera y segunda temporada en donde aparecían los personajes seleccionados y donde se aprecia de mejor manera sus características físicas, de imagen, sus poderes, comportamiento general y cómo se desenvuelve solo, con los medios y con los demás, así como los contextos y situaciones en los que actúan, para poder identificar el nuevo concepto de héroe que construye la serie y discutirla posteriormente en el grupo de discusión.




Imagen 2. Instrumento







Personajes						
Nombre	Caract. físicas	Caract. de poderes	Caract. de imagen	Comportamiento general	Cómo se desenvuelve solo, con compañeros y con la gente o medios	Contexto en el que actúa
Vengador						
Estrella						
Reina Maeve						
Audaz						

Escenas				
Capítulo	Temporada	Tiempo exacto	Quién aparece	Qué es lo que sucede exactamente

A continuación se muestra la selección de escenas dividida por capítulos, temporada, tiempo exacto, quién aparece y una breve descripción de lo que sucede en dicha escena, de esta forma se puede apreciar mejor los comportamientos que permiten ver lo bueno y lo malo de cada personaje.

Imagen 3. Selección de escenas

Cap 1	1	Al inicio del capítulo	Vengador y Queen Maeve	Aparecen deteniendo a unos asaltantes y salvando a dos jóvenes. 
Cap 3	1	27:57	Audaz	Audaz se siente inseguro sobre su carrera con Detonador, pues si pierde la carrera era probable que lo despidieran de los 7 y decide drogarse para poder ganar la carrera. 
Cap 4	1	27:14	Vengador y Queen Maeve	Vengador vuelve a provocar que se caiga un avión, Maeve intenta dar soluciones para rescatar a las personas, pero Vengador no hace nada por tratar de salvar a la gente y los deja morir. 
Cap 5	1	45:00	Estrella	Estrella denuncia ante el público en un evento social cristiano como abusaron de ella cuando se unió a los 7 y menciona que ya no se quedará callada. 

Cap 6	1	10:00	Estrella	<p>Le admiten que los superhéroes en realidad no existen como todos lo creen, son un invento de los medios para hacerlos ver siempre populares y famosos, por lo cual le piden que deje de actuar como si aún existieran los héroes, pero ella se niega y se revela.</p> 
Cap 8	1	34:00	Estrella y Queen Maeve	<p>Maeve le admite a Estrella que cuando se unió al grupo de los 7 era igual a ella, con los mismos pensamientos de proteger a la humanidad y ser alguien honesta, aunque poco a poco fue corrompida por la clase de personas que manejan la institución y por sus mismos compañeros, por lo cual, le dice que no deje que nadie la cambie y que siga pensando en que los héroes aún pueden existir.</p> 
Cap 1	2	43:45	Estrella	<p>Estrella extorsiona a Geco para que le consiga el compuesto V.</p> 
Cap 2	2	31:42	Queen Maeve	<p>Queen Maeve habla con Elena acerca del miedo que le tiene a Homelander y que no quiere que le suceda nada</p> 
Cap 3	2	18:39	Vengador	<p>En su afán de poder desatar los poderes de su hijo, lo empuja por el techo y lo comienza a provocar, diciéndole cosas que hieren a su mamá.</p> 
Cap 7 y 8	2	A lo largo de los episodios	Homelander Queen Maeve A-train Starlight	<p>Homelander se une a Stormfront para ser una especie de nazis, a la vez que sigue en su intento por llevarse a su hijo para hacerlo como él.</p> <p>A-train le da el arma a Starlight para poder sacar ventaja de la situación y desprestigiar a Stormfront haciendo "las paces" con ella y después regresa a los 7.</p> <p>Queen Maeve por fin se revela contra Homelander, lo amenaza en que si no los deja tranquilos a ella, Elena, Starlight y su hijo, mostrará un video que encontró de cuando Homelander dejó que cayera el avión para que nadie vuelva a amarlo y se gane el odio de todos.</p> 

Fase 3

En esta última fase, se realizó un grupo de discusión con los participantes que contestaron la encuesta, recordando que para participar en el grupo, debieron haber visto la primera y segunda temporada de la serie. En función del número de personas se crearon diferentes grupos con los cuales se trabajó

El grupo de discusión es una técnica de investigación que permite recolectar información mediante la interacción que se desarrolla en un grupo sobre un tema específico de interés para el investigador, en su implementación se cuenta con la participación de un moderador que controla la participación de los integrantes, pidiendo que contesten preguntas determinadas y escuchando u observando las reacciones y comentarios de las personas. (Arboleda, 2008)

El grupo de discusión fue útil debido a que de esta forma se pudo conocer la interpretación que las audiencias habían tenido sobre la serie, sobre el tipo de héroes que se presentan y si ésta influyó en la manera de ver en general a los héroes.

Los temas considerados para trabajar en estos grupos fueron: Construcción del héroe, comportamiento de los héroes, espacio para ver los elementos audiovisuales, opinión en cuanto a las escenas, percepción de la serie y sobre el contexto social en el cual se desarrolla la trama.

Capítulo 5

Sistematización y análisis

Después del trabajo de campo, la aplicación de la encuesta y el grupo de discusión se procedió a la sistematización de los datos extraídos, dividiéndolos en función de las mismas fases descritas anteriormente, pero en esta ocasión, empezando por la descripción más detallada de los personajes que se escogieron para el análisis, seguido de los datos de la encuesta y terminando con la información que se obtuvo del grupo de discusión.

Fase 1: Descripción de los personajes

A lo largo de la investigación se eligieron cuatro héroes de la serie sobre los cuales se iba a trabajar más a fondo una descripción para ver su desarrollo en ambas temporadas, así como sus características físicas y de comportamiento en diferentes ámbitos; los héroes elegidos fueron Homelander, A-train, Starlight y Queen Maeve.



Comenzando por Homelander, un hombre blanco, alto, fuerte, de tez blanca, esbelto, su imagen podría ser parecida a la de Superman, es un ser indestructible, cuyos poderes son muchos, aunque los que más se muestran a lo largo de la serie es su habilidad de volar, sacar rayos X por los ojos, tener una fuerza sobrehumana e inmunidad contra las balas.

Ante los medios es visto como un ser todopoderoso, incluso percibido como un nuevo mesías que llegó para salvar a toda la humanidad de la maldad, sin pensar por un minuto, que detrás de cámaras y con sus compañeros de equipo es todo lo contrario, se vuelve una persona soberbia, oportunista, egoísta, perversa, mentirosa y siempre con un complejo de superioridad, constantemente buscando conseguir lo que quiere, sin importarle si causa daño a otras personas o incluso la muerte de inocentes, su único objetivo es seguir siendo venerado por la gente y los medios.

Con sus fans se muestra como una persona amable y la mejor de todas, suele actuar en contextos donde hay disparos, asaltos y uno de sus objetivos en la primer temporada era

entrar al ejército, para tener más poder con las personas, aunque en la segunda temporada, se le ve haciendo alianza con una nazi, creyendo efectivamente que su raza es superior, además, al enterarse que tiene un hijo, una de sus misiones será interactuar con él y ser el mejor padre del mundo para después poco a poco, volverlo a su imagen y semejanza, un ser malvado y despreciable para así, seguirse ganando a la humanidad.



Siguiendo con A-train, un hombre moreno, de estatura media, fornido, posee el poder de la velocidad, actúa principalmente en persecuciones o asaltos, cuando está con sus compañeros, muchas veces se aleja, no se siente tan unido a ellos, aunque se siente muy intimidado por Homelander y a la vez, se refugia en él con algunos de sus problemas; es mentiroso, aprovechado y chantajista. En la primera temporada se da a notar su drogadicción con el compuesto V, un líquido que le permitía tener más velocidad, pues su mayor miedo es ser derrotado por otra persona con velocidad y quedar fuera de Los 7. Uno de sus principales

objetivos era seguir siendo el hombre más rápido del mundo.

A pesar de haber cometido errores en la primer temporada como matar a la novia de Hughie, nunca se le ve arrepentido por sus acciones; llega a tener una rivalidad muy fuerte con Starlight al involucrarse con su novia y provocar que A-train la tuviera que matar por revelar cierta información del compuesto V. Al final de la temporada, por consecuencia de su drogadicción, llega a tener problemas muy fuertes del corazón que casi lo matan.

En la segunda temporada, regresa de su estado de recuperación y decide vengarse de Starlight, chantajeándola y provocándola, pero al perder su puesto en Los 7, ingresa a un culto religioso, donde lo ayudan a convertirse en una “buena persona”. Tras esta transformación, decide ayudar a Starlight contra Stormfront y al final de la serie, logra unirse nuevamente a Los 7.



Pasando con otro personaje, llegamos a Starlight, una chica rubia, de estatura media, delgada, sus principales poderes son controlar la luz y la electricidad. Ella al principio de la serie, entra a los 7 con la idea de que los super héroes son como siempre nos los han pintado en medios audiovisuales, seres ejemplares que ayudan siempre a las personas y ven por el bien de la humanidad y del mundo; pero todas sus ilusiones se van rompiendo conforme conoce a sus compañeros de equipo y se da cuenta que son todo lo contrario, empezando por el hecho de que uno de ellos abusó físicamente de ella el primer día que llegó a trabajar;

a partir de ahí entra en un conflicto interno, pues se da cuenta que al igual que sus compañeros, sus agentes de publicidad y su jefa, solo quieren explotar esa imagen angelical y buena que tiene ante la gente, sabiendo que los héroes no son como los pintan.

Ella comienza a rebelarse ante algunas cosas, para intentar mostrar que su vida no es tan perfecta como todos creen, llega a tener la amenaza de ser expulsada, pero al darse cuenta la organización que las personas la empezaban a seguir más, se abstuvieron de hacerlo.

Llega a formar una pequeña conexión con Queen Maeve, pues ella también le revela que cuando se unió a los 7, era exactamente como ella, tan inocente, con las mismas ideas de ser justa y buena, así que le da el consejo de que no se rinda, a partir de ahí, Starlight siente una pequeña esperanza.

Llega a entablar una relación con Hughie, él siendo parte del grupo de los chicos, aprovecha la confianza para sacarle información de los otros héroes, en especial de Homelander, sin que ella se diera cuenta de los planes que tenían para acabar con ellos. Al enterarse de todo y del engaño de Hughie, termina con él y se aleja, pero al reflexionar que podía ser una buena opción para enseñarle al mundo que los héroes no son como los medios los exponen, regresa para ayudarlos, porque a pesar de todo, ella seguía creyendo en todos los valores que debe tener un héroe.

Al final de la primer temporada y después de recibir ayuda de Queen Maeve y A-train, sigue siendo parte del equipo y con una nueva fuerza por creer que todo podría cambiar para los 7, después de matar a Stormfront y amenazar a Homelander con dejarlos en paz.



Finalmente encontramos a Queen Maeve, una heroína de tez blanca, pelirroja, alta y de complexión delgada; sus poderes principales son la fuerza sobrehumana y usar su cuerpo como un escudo, es decir, no la dañan las balas. A primera vista nos podría recordar a la mujer maravilla. Suele participar en situaciones de robo, altercados donde se involucren disparos y persecuciones, usualmente trabaja en equipo con Homelander, pues él ve en ella a una perfecta cómplice; llegaron a tener una relación hace años, aunque se da a entender, que fue por beneficios de marketing.

Ante los medios siempre es vista como una persona bondadosa, tierna y amable, preocupada por proteger al prójimo, aunque su personalidad es muy distinta, pues es chantajista, aunque en algunas ocasiones es vulnerable por todos los problemas que carga y nunca cuenta a nadie, además de ser fácil de convencer, en especial por Homelander, ya que también la tiene intimidada. Siempre tiene un aspecto de depresión y ansiedad por ello.

Con sus compañeros suele ser indiferente, nunca se le ve conviviendo con ellos, pues prefiere estar por su cuenta y trabajar con ellos solo cuando el trabajo así lo indique, a excepción de cuando Starlight llega a Los 7, ya que simpatizan y logran tener una conexión y complicidad.

Durante toda la primer temporada es afectada por las acciones que suele cometer junto con Homelander, ella sin poder rebelarse contra él y a la vez es humillada, nunca le dice nada, ni lo confronta, hasta la segunda temporada cuando se empieza a meter más con ella y con su pareja, pues Queen Maeve siempre había mantenido su relación oculta ante los medios, ya que si la empresa de Vought se enteraba que tenía novia, afectaría su imagen ante los medios y no solo de ella, sino para toda la compañía, es hasta ese momento que comienza a formar un plan para que las deje tranquilas y a su vez, no se

meta más con los otros integrantes de su equipo, en especial Starlight, y se limite a ser un héroe más y no un líder opresivo.

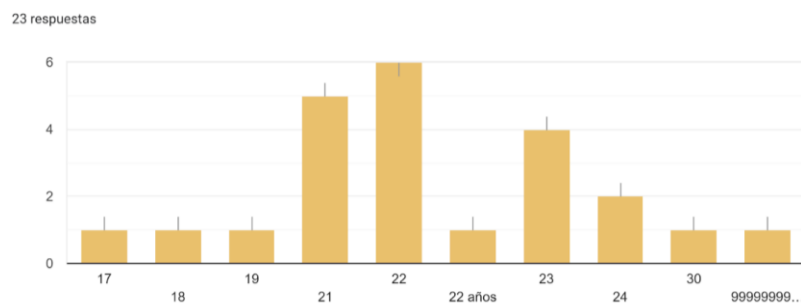
Fase 2: Encuesta

Se aplicó una encuesta con la finalidad de conocer los gustos y preferencias, así como las prácticas de consumo de la gente que ha visto la serie, se realizó a través de una encuesta de Google Forms y se distribuyó en redes sociales como Instagram, WhatsApp y Facebook, debido a la interacción que tiene las personas con dichas redes, al ser de las más usadas.

Se dejó abierta del 9 al 27 de agosto del 2021, es decir, tres semanas, debido a que las primeras dos semanas (como se tenía contemplado, debido a la estimación de contar con respuestas rápidamente) no hubo muchas respuestas por parte de los espectadores, tal vez porque aún no había mucha difusión en cuanto a la serie o por la desconfianza de participar en dicha encuesta. A continuación se describirán los resultados obtenidos de dicha encuesta:

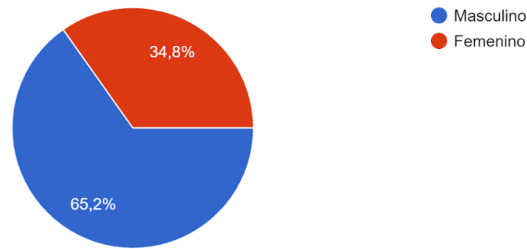
Se obtuvo un total de 23 respuestas, de los cuales 8 fueron mujeres y 15 hombres; en cuanto a las edades, varió desde los 17 años hasta los 30, aunque las edades que más se repitieron fueron 5 personas de 21 años, 6 de 22 y 4 de 23. En cuanto a la ocupación que tenían las personas encuestadas hubo 20 con licenciatura, 2 cursando la preparatoria y una persona con doctorado. A continuación se muestran las gráficas correspondientes a los datos anteriores.

Gráfica 1. Edad de los encuestados



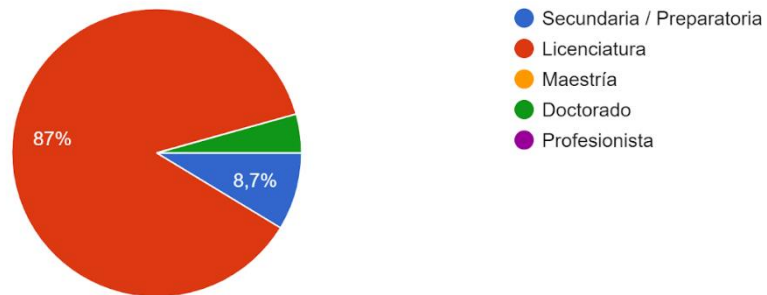
Gráfica 2. Sexo de los encuestados

23 respuestas



Gráfica 3. Escolaridad/ocupación

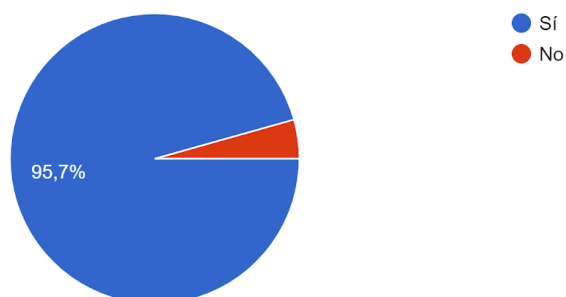
23 respuestas



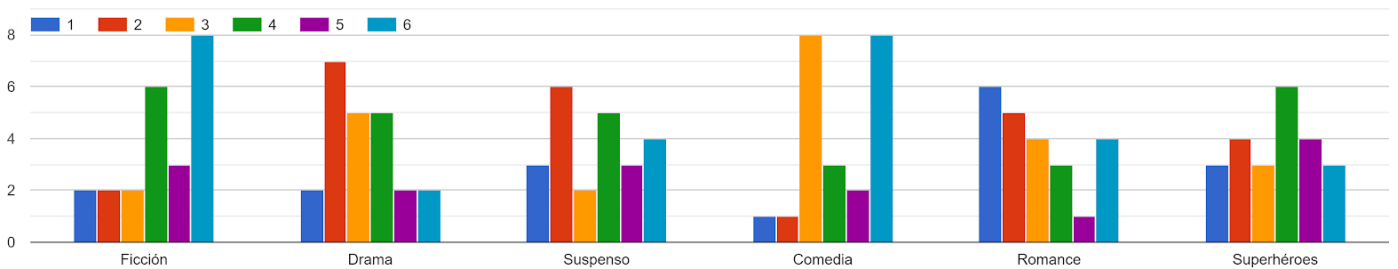
Del total de encuestados, 22 respondieron que les gusta ver series y solo una persona contestó que no. Con respecto al género preferido, se le pidió que enumerarán del 1 (poco) al 6 (mucho), el orden de su preferencia con respecto a los géneros de ficción: drama, suspenso, comedia, romance y super héroes; de los cuáles el de mayor preferencia fue ficción, seguido de comedia, suspenso y super héroes.

Gráfica 4. Gusto por las series

23 respuestas



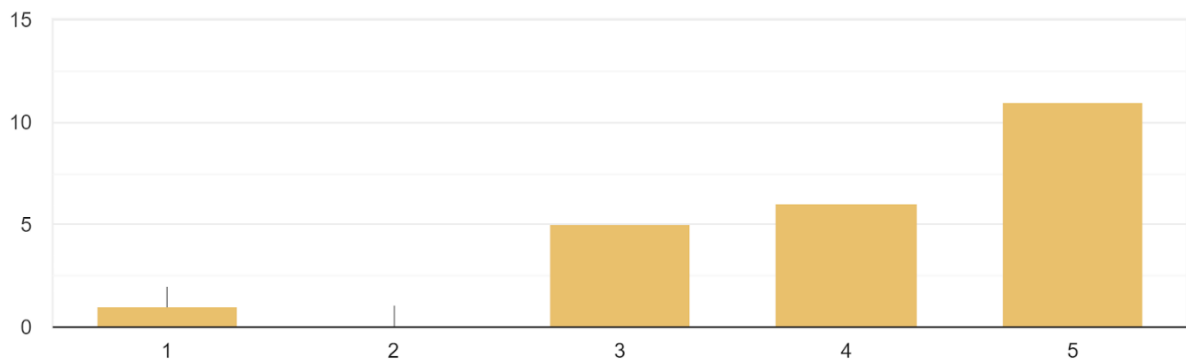
Gráfica 5. Género de preferencia



Posteriormente, se les preguntó únicamente por su gusto por el género de los super héroes en una escala del 1 (poco) al 5 (mucho), donde 11 respondieron 5, esto indica, que a la mayoría de las personas encuestadas, les gusta el género de los super héroes.

Gráfica 6. Gusto por el género de superhéroes

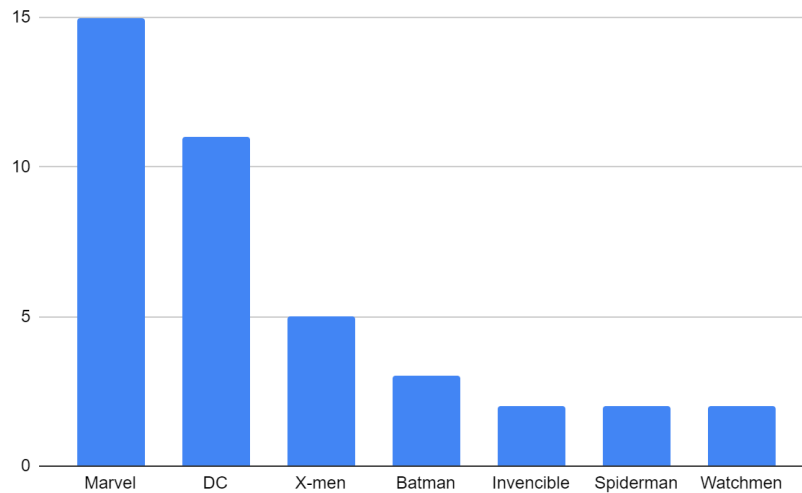
23 respuestas



Por último, en la sección de hábitos y preferencias, se les preguntó si habían visto otras producciones audiovisuales sobre héroes, para conocer un poco sobre sus gustos en cuanto a este género. De todas las respuestas, las producciones que más se repitieron fueron el MCU (Universo Cinematográfico de Marvel) con 15; el mundo DC con 11; X-men con 5; Capcom (empresa japonesa desarrolladora de videojuegos) con 2; y de manera

individual se mencionaron héroes y series en específico como Batman con 3, la serie Invencible con 2 y Spiderman con 3.

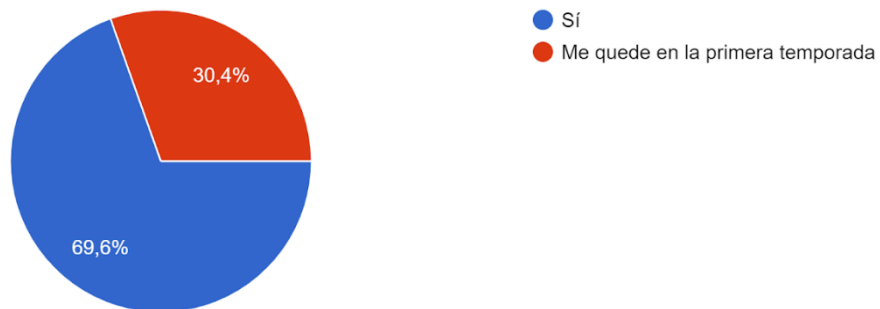
Gráfica 7. Producciones audiovisuales sobre super héroes más vistas



En el segundo apartado de la encuesta, se abordó el tema de consumo; se realizaron preguntas más específicas sobre la serie The Boys, empezando por saber si había visto la serie. De los 23 encuestados, 16 personas ya habían visto la serie completa, es decir las dos temporadas y 7 se quedaron en la primera.

Gráfica 8. ¿Viste la serie The Boys?

23 respuestas



Asimismo, se demostró que 14 de los espectadores comenzaron a ver la serie por tráilers vistos en los diversos medios audiovisuales y 9 por recomendación de familia, amigos o pareja, poniendo de manifiesto que los medios siguen teniendo un impacto mayor en la toma de decisiones de las personas encuestadas.

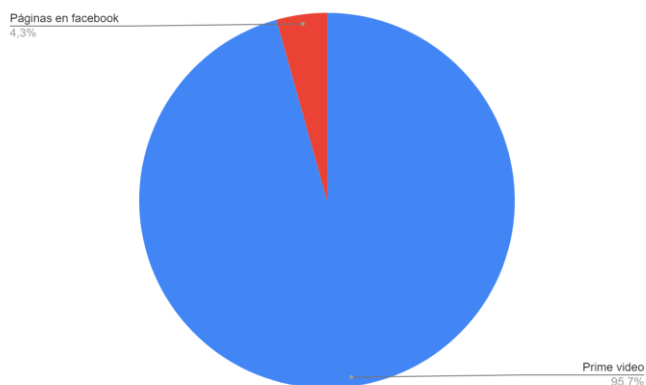
Gráfica 9. Razones por la que vieron la serie

23 respuestas



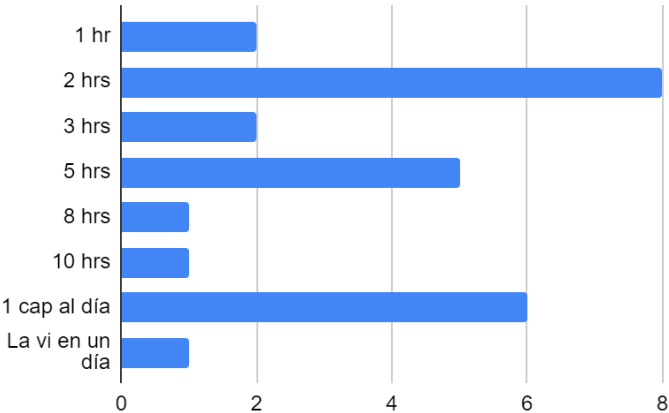
La plataforma principal por la que se vio la serie fue Prime Video, siendo un contenido original de ésta, con excepción de una persona, la cual, respondió que vio la serie por páginas de Facebook.

Gráfica 10. Plataforma por la que se vio la serie



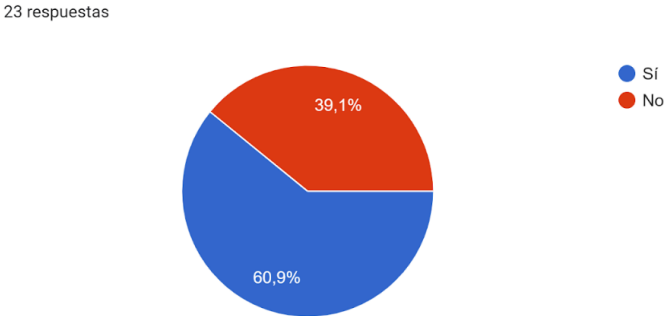
En cuanto al tiempo que le dedicaron, a la semana, para ver The Boys, la respuesta más repetida fue dos horas, por lo que se entiende que aproximadamente veían dos capítulos a la semana, dado que los episodios duran en promedio una hora. La segunda respuesta más repetida fue un capítulo al día, de ahí las horas variaron desde 3 hasta 10 horas a la semana y hubo solo una persona que mencionó que vio la serie en un día.

Gráfica 11. Tiempo dedicado a ver la serie



Por último, se les preguntó si estaban interesados en formar parte de un grupo de discusión con la finalidad de conocer sus impresiones, gustos y opiniones en torno a la serie. Era una pregunta totalmente opcional, de las 23 personas, 14 respondieron que sí y dejaron sus correos para que los pudiera contactar para los grupos.

Gráfica 12. ¿Participaría en un grupo de discusión?



Como podemos
la encuesta nos

observar,
permitió

tener un panorama, donde nos percatamos que las series son un tipo de producción audiovisual que le interesa a mucha gente. En particular la serie The Boys es una producción que se consume más por gente de mayor edad, debido a su alto contenido violento y sexual explícito, igualmente porque muestra un consumo de sustancias nocivas para la salud.

Fase 3: Grupo de discusión

Hubo 14 personas interesadas en participar en el grupo de discusión, por lo tanto, se programaron dos grupos de discusión de siete personas cada uno, no obstante, el segundo grupo por razones de disponibilidad, falta de interés o desconocimiento por cómo se realiza un grupo de discusión, no se pudo llevar a cabo, así que se trabajó con los resultados de un solo grupo, el cual se llevó a cabo el 2 de septiembre a las 18:00 horas, a través de la plataforma de zoom.

Con base en el temario que se planteó anteriormente, se organizó el grupo de discusión para que se fuera siguiendo tema por tema, pasando por la proyección de las escenas, hasta la opinión de los participantes.

El grupo de discusión comenzó con la presentación de todos los participantes, fueron 6 hombres en un rango de edad entre los 18 a los 22 años y una mujer de 21, enseguida se hicieron las primeras preguntas sobre qué es un héroe para ellos, qué características deben tener o cómo deben comportarse, a lo que las respuestas en general fueron las siguientes:

Un héroe en términos ficcionales o de personaje es una persona que se destaca entre las demás por sus habilidades, poderes o intenciones, busca lograr inspirar a otros para hacer el bien o ser mejores en términos de valores como justicia, honor, igualdad, entre otros. Asimismo, se mencionó que un héroe no siempre debe tener una habilidad especial, simplemente nació con una especie de brújula moral, sabe definir el bien del mal y entra en acción dependiendo de dichos valores o de la gente que tienen alrededor y que le enseñó a obrar bien (ejemplo como Superman que fue educado por su padres adoptivos en la tierra y gracias a ellos llegó a ser una buena persona) y que no se beneficie de esas acciones, más bien que busque el beneficio de los demás.

Posteriormente se proyectaron las escenas antes mencionadas de la primera y segunda temporada. Terminado los videos, se pasó a la discusión sobre si hubo alguna mejora o

retroceso en los héroes de la primera a la segunda temporada, aparte de saber qué ideas les dan los personajes sobre el concepto del héroe y si las acciones de Homelander o Starlight son justificadas.

Algunos de los participantes comentaron que los personajes como Homelander o Queen Maeve, efectivamente se parecen o son una copia de los héroes de Marvel o DC (Superman, Capitán América, La Mujer Maravilla, etc), en el caso específico de Homelander, es el típico personaje que representa a Estados Unidos y todo lo bueno, o al menos eso cree él, que todos lo tienen que adorar porque se siente una clase de Dios y nadie le quita ese pensamiento, todo se tiene que hacer a su modo.

Uno de los participantes, comentó que en el caso de A-train, un personaje que muchos olvidan para la segunda temporada, tiene un arco de mejora, dado que al final de la primera temporada, tiene actos de compasión por los demás, pues su historia gira en torno a cómo paga las cosas malas que hizo en la primera temporada; contrario a Homelander, el cuál es el peor de todos, en la primera solo se enfoca en su necesidad de ser adorado y en la segunda vemos como se descarrila, desde que mató a su jefa, en palabras del participante “llega a ser todo lo detestable de una persona en el mundo moderno” y en lugar de hacer las cosas diferentes y mejorar, hace todo lo contrario.

Después de dichos comentarios, se preguntó si aún con las acciones de los personajes, se seguían considerando héroes, esto llevó a un punto de vista en la que todos unánimemente estuvieron de acuerdo en que con tales acciones y desde un principio, se deja claro que no son héroes.

Empezaron hablando sobre las películas, mencionando que por lo general siempre nos han enseñado que tiene que haber un daño primero para que exista un bien, en este caso los super héroes de las distintas compañías (Marvel, DC, X-men, etc) logran hacer justicia o salvar las vidas involucradas; dentro de la serie The Boys, los héroes se justifican con el hecho de decir que salvaron 50 vidas, es verdad, murieron 10 o 20 en el intento pero al final salvaron a la mayoría porque hicieron lo que la mayoría esperaba que hicieran y al final lo que ya no saben hacer o se sale fuera de su “control”, se lo dejan a la compañía para que ellos se hagan cargo, oculten lo que deba de ser y manipulen a las víctimas dándoles dinero para que no hablen y todo siga normal.

Es verdad, su objetivo siempre es salvar a la sociedad, desde ese punto de vista son los típicos héroes pero también vemos el trasfondo que es el defecto, algo que otras producciones no enseñan de los personajes, los humanos aunque somos poderosos, aún

tenemos defectos, adicciones, emociones, entre otros, cosa que logran enseñar de estos personajes en la serie.

Un defecto por su parte, es una característica muy importante en el personaje literario ficticio, todos los héroes tienen algún tipo de defecto que logran vencer, como los héroes de Marvel o antihéroes, la diferencia es que todos en algún punto logran superar sus debilidades, miedos o enojos y logran mejorar a partir de ahí. En el caso de The Boys, como menciona uno de los participantes del grupo, ninguno de los personajes por más redención que tengan deben ser considerados héroes o personas admirables o siquiera humanos, sí son personajes corruptos, sí tienen el trastorno malvado, ególatra, egoísta, deplorable, porque ellos son conscientes de sus acciones y saben cómo funciona el mundo y lo reconocen, la audiencia tendría que ser ciega para creer que pueden mejorar, porque están ahí para hacer el mal.

Aún con el personaje de Starlight que fue la única del grupo de Los 7 que entró siendo justa y buena, no es considerada como héroe, dado que los participantes mencionan que simplemente fue una víctima en todos los ámbitos y más que nada en el mundo corporativo, gracias a los medios fue que creyó en todos esos valores que los héroes deben tener, por eso entra siendo como un cordero blanco que aún no sabe nada, pero después de conocer el trasfondo de todos sus compañeros, no evita completamente que cambien o no logra hacer un cambio en la sociedad para que los vean diferentes, porque no puede y no hubiera sido tan fácil que la sociedad aceptará ese hecho y al contrario, comienza a cambiar de perspectiva para incluso chantajear a sus mismos compañeros u otras personas.

En el siguiente apartado del grupo de discusión, se les preguntó sobre la percepción de la serie, donde el punto más importante que se buscaba indagar era conocer si cambió su noción de héroe y saber con qué concepto de héroe se identifican o prefieren.

A lo largo de la evolución de los héroes, han existido parodias o series de este estilo, donde conoces otra perspectiva del concepto del superhéroe, sin embargo, la perspectiva de ellos como mayores de edad, ya es otra. Es verdad que simpatizaron con algunos personajes, porque desde pequeños tienen ese concepto en mente, como el hecho de haberles encontrado semejanzas físicas o de poderes con personajes de otras producciones, pero no cambió la perspectiva que ya tienen, es decir, experimentan nuevas historias que tal vez ignoraban como The Boys pero eso no cambia la forma de pensar que ya tenían arraigada.

Mencionaban como ejemplo, si tú pones a un niño de 6 a 8 años a ver esta serie, es lógico que su perspectiva del concepto de héroe va a cambiar drásticamente, debido a que aún no conoce bien el concepto o contexto con otras películas, algo que para los participantes, entra como algo nostálgico, como el hecho de admirar desde pequeños a Spider-man, Iron man o a Batman.

La serie no cambia esa percepción del héroe en mayores de edad porque ya están acostumbrados a que los buenos personajes son únicos, están habituados a historias de héroes porque es un medio que tiene casi 100 años de estar en constante evolución y en el caso de las personas de 20 o más años, ya no solo ven al villano porque es malo, porque sí y ya, sino, van viendo una interpretación que por fortuna no los sacude o los deja perplejos, simplemente es una historia más.

Y en parte por eso tiene una clasificación TV-MA (apta solo para mayores de edad) porque precisamente para los niños que se están formando ese concepto nuevo, no sería algo bueno para ellos, al final es una interpretación adulta y cruda de la noción del héroe en narraciones audiovisuales, por lo que, a manera general de conclusión se dijo que la perspectiva del héroe ha ido evolucionando con los años, no cambia, sino que se construye una nueva perspectiva.

Como último punto para tratar, se les preguntó, si los héroes vivieran en este mundo, serían a partir de su percepción como los héroes de producciones audiovisuales, donde siempre salvan al mundo y son perfectas personas o creen que actuarían como en la serie.

El grupo se quedó pensando por un tiempo, para después uno de ellos comentar que cualquier persona a la que le dan el poder siempre acaba siendo corruptible, lo mismo pasaría con los héroes, llegaría un momento en que el poder los cegaría, a pesar de ese comentario, hubo varios que dijeron que no se sabría a ciencia cierta cómo sería un héroe en tiempos modernos, como podríamos tener a un Homelander, cómo podríamos tener a un Superman.

No obstante, todo dependería de la persona que los críe, como ejemplo dieron a dos personajes, uno como se mencionó anteriormente fue Superman, quién fue criado por granjeros humildes, ellos le enseñaron los valores justos y buenos para que no se dejará guiar por la maldad, contrario a Megamente, un personaje animado, quien al caer en una cárcel y ser criado por los delincuentes, no conoció nunca lo que era bueno, pues para él, hacer el mal era algo normal, orillándolo a convertirse en un villano. Al final la respuesta

concreta para poder saber con certeza cómo sería un héroe en esta sociedad, sería la suerte de dicha persona.

El grupo de discusión duró una hora y 15 minutos, después de las últimas respuestas por parte de los participantes, nadie agregó un comentario extra, se les agradeció por su participación y se fueron retirando de la sesión por Zoom.

Capítulo 6

Resultados de la investigación

A lo largo de esta investigación se planteó una pregunta y objetivos con relación a los referentes de la serie *The Boys* a partir de los cuales la audiencia construye la noción del héroe y qué elementos de la producción audiovisual construyen esa noción.

Empezando por el consumo de las plataformas streaming, estas se centran en adaptar sus contenidos al gusto e interés que tienen los consumidores. Dichos espectadores gracias a esa mediación reciben e interpretan el contenido para a su vez construir una percepción sobre lo que están viendo y que en algunas ocasiones los interpela.

Tal es el caso de la plataforma Amazon Prime Video, la cual desde hace algunos años, empezó a producir sus contenidos originales, se centraron en generar adaptaciones de historias con relación a los super héroes, que como bien se sabe, las historias de super héroes han estado circulando por los medios desde hace años.

Es entonces cuando puso a prueba su creatividad, creando un choque de paradigmas al mostrar héroes más humanizados, con una nueva visión más realista adentrada en nuestra sociedad, como lo es *The Boys*.

“Amazon Prime tiene un fetiche con ridiculizar al superhéroe, entrega producciones de personajes poderosos pero que son horribles, nefastos” (Informante 1G)

Es por esa razón que rompe mitos o imaginarios sociales construidos a través de los años sobre los héroes debido a que crea una nueva oleada de crítica, mostrando que efectivamente es un concepto poco realista, pero no por los superpoderes que se muestran o las habilidades que puedan tener los personajes, sino por cómo se comporta el héroe.

Ello se puede notar en los elementos narrativos que va marcando la serie, donde fingen enfrente de la gente y los medios poniendo una cara buena, aunque detrás puedan ser todo lo contrario. Es la misma corporación para la que trabajan (Vought) quien diseña la información, campañas e incluso la misma imagen de los héroes para que sean vistos por la sociedad, pero no como héroes, más bien como celebridades.

La sociedad es primordial para que los héroes sigan en el medio, debido a que ellos saben el poder que tienen para desprestigiarlos, tal es el caso de Homelander, quien al

final de la serie acepta dejar tranquilos a todos, por el miedo a que la gente se voltee contra él y perder lo único que en un principio le enseñó la corporación, el amor de sus fans, o ser admirado.

De igual forma, también hubo ciertos elementos narrativos que permitieron a los espectadores identificarse con algún personaje como Startlight. En el grupo de discusión se mencionó que ella era un personaje con el cual se podían empatizar, debido al hecho de que ella sale al mundo creyendo que solo con esfuerzo todo será sencillo de obtener, cuando la vida es un tanto más compleja que eso, siempre nos topamos con personas buenas o malas en el mundo laboral o personal, tal como ella enfrenta un abusado en su mismo trabajo y es humillada por sus mismos compañeros de equipo, dejando de creer que la vida es sencilla y que todas las ideas que creía sobre la justicia en los héroes en realidad eran un mito.

La serie es una crítica que está hecha para gente adulta, como se vio en la encuesta, el rango de edades que se tuvo fue de los 17 a 30 años, predominando la mayoría de edad, con un grado académico desde preparatoria, pasando por licenciatura hasta llegar a un doctorado, *The Boys* no es una serie que contiene a simple vista héroes y villanos, es una serie con un contenido que invita a hacer una crítica, no solo por lo que ahí se muestra, sino por la manera en cómo puede interpelar la misma realidad.

Debido a lo anterior, es que también se pueden observar escenas que no son aptas para menores, el hecho de mostrar contenidos sexuales, hasta una violencia cruda puede ser contenido fuerte y que no está necesariamente vinculado a lo que estamos acostumbrado a ver en las series y películas de superhéroes.

Con respecto a la propuesta del concepto del héroe, se identificó que sí hay una construcción del ser y hacer del héroe, pero no lo marca la serie, más bien los espectadores construyen y refuerzan sus ideas de lo que es un héroe pero siguen manteniendo esa creencia.

Cabe resaltar que hubo más participación por parte de los hombres que de las mujeres, lo anterior se refleja en los resultados de la encuesta, hubo 15 hombres que la contestaron y 8 mujeres. En el grupo de discusión fueron 6 hombres y 1 mujer, dejando ver que el mayor interés por este tipo de contenidos, al menos para esta investigación, fue por parte de los hombres.

De igual forma la mayoría de ellos, en el grupo de discusión, mencionaron que la nostalgia era lo que los movía más para ver este tipo de producciones y mencionaron que no cambió su idea sobre lo que es un héroe. Crecieron con los héroes buenos y bondadosos que siempre están dispuestos a arriesgar sus vidas para proteger a los demás, desde niños fueron construyendo un significado de lo que es ser un héroe a partir de su exposición a los medios audiovisuales, pero la serie no tuvo un impacto en ellos como para hacerlos cambiar de opinión, simplemente se apropiaron de dicho contenido y lo usaron como referente en el marco de su misma construcción del concepto que ya se habían formado desde antes.

“Tu perspectiva de grande ya es otra, ya no te desilusionas, obviamente si empatizas con el superhéroe porque supongo que aquí la mayoría conoció a los super héroes desde que estábamos pequeños/chicos, pero fue una de las primeras cosas que vimos, por ejemplo a mí me gustaba mucho Spiderman, pero no cambia mi perspectiva, experimento nuevas historias que pueden dar en conclusión algo que yo no entendía o yo no tenía la perspectiva de ello, *The Boys* me dio la perspectiva de que un superhéroe puede apantallar ser lo más bueno posible en las pantallas, pero detrás puede haber otro tipo de cara, yo sé que no todas las personas son buenas.” (Informante 2G)

Tanto la historia como los personajes y para aquellos que se adentran en el mundo de los héroes, solo visualizan de una manera distinta la lógica de los super héroes, dejando ver que *The Boys* es una forma más en que los contenidos los hacen percibir, ver y entender un nuevo concepto audiovisual.

Capítulo 7

Conclusiones

Durante todo este proceso de investigación, cuyo objetivo era analizar de cerca los elementos narrativos audiovisuales con los cuales la serie construye la idea de lo que es un héroe y cómo es que los espectadores reciben y transforman dicha información para posiblemente cambiar su percepción, se puede concluir lo siguiente.

Todo este proceso fue muy pesado, debido a que no solo se hizo el ejercicio de analizar fragmentos de una serie, sino que además, se trabajó de cerca con la percepción de los espectadores; aunado a que inició la pandemia lo cual complicó, en un principio, la realización del trabajo de campo por ejemplo, en el caso específico del grupo de discusión, fue un poco más difícil organizarlo en sesiones por Zoom, sin embargo, se tuvo ciertas ventajas como poder encontrar un horario adecuado para que todos se conectaran, sin importar si era durante la mañana o la tarde, dado que no tenían que asistir al lugar físicamente; otra ventaja fue que al poder grabar las sesiones, se pudo revisar con más detenimiento, las respuestas obtenidas por los participantes para su correspondiente análisis crítico.

Esta tesis, de igual forma, me permitió dar cuenta de cómo las plataformas streaming han llegado a cambiar prácticas tradicionales de consumir contenidos audiovisuales; son herramientas mediáticas que van creando nuevos contenidos para empatizar o para atraer a los espectadores. En un principio, me pareció muy interesante el hecho de que las plataformas empezarán a trabajar con los contenidos originales, cosa que conforme avanzó la investigación, me fui dando cuenta que cada una, caracterizaba un poco sus contenidos, en el caso de Amazon Prime Video, se pudo notar su determinación por sacar series donde justamente ponían en evidencia un nuevo rol o noción de los héroes, vistos desde otra perspectiva, como seres malos o humanizados.

Desde mi punto de vista, se necesita un poco más de información en ese campo, es decir, de las plataformas streaming, dado que hay pocas investigaciones enfocadas en ellas, así como poder estudiar más a fondo las causas o efectos que provocan en los espectadores, ya sea por género, por edad o por gustos en distintos temas audiovisuales actuales.

Desde la comunicación la serie por sí misma te deja algo, sin embargo, hay mucho que se puede estudiar de los medios audiovisuales, más allá de si son consumidos o si gustan o

disgustan a los consumidores. La serie pone de manifiesto ciertas prácticas que quienes las reciben, tienen la posibilidad de interpretar y quizá transformar.

Otro punto que puedo enfatizar para ser estudiado posteriormente es en los contenidos que se presentan en las plataformas, en específico del tema de los héroes; por ejemplo, el papel de las heroínas en las series o películas recientes, ya que han tenido mucha participación, desde los claros ejemplos como Estrella o Queen Maeve, hasta heroínas de otros mundos heroicos como Capitana Marvel, Agente Carter, entre otras.

De igual forma se pueden desprender temas para análisis con distintas series o películas, donde se dé a conocer distintas narrativas sobre el comportamiento de los héroes para poner en contraste con *The Boys*, o cómo las plataformas streaming empiezan a transformar las prácticas de consumo ante contenidos específicos y cómo pueden cambiar nociones o perspectivas del público, incluso en temas que antes eran tabú.

Al iniciar esta investigación mi interés estaba puesto justamente en eso, en pensar si efectivamente era posible que un contenido audiovisual tuviera el poder de cambiar dichas nociones de los héroes, cuando muchos crecimos viendo a los héroes perfectos. Y saber cómo *The Boys*, pudo haber transformado esa forma de verlos, no obstante, no contaba con que la mayoría de las personas que contestaron la encuesta eran mayores de edad, pensé que serían más jóvenes entre los 15 a 18 (secundaria/prepa) cuando al final el mayor interés lo mostraron personas estudiando en universidad, con carreras e incluso con doctorado.

Fue muy interesante escuchar cada una de sus opiniones y conclusiones para darme cuenta que a veces, esas ideas que fuimos generando desde pequeños con productos audiovisuales de aquellas épocas, siguen vigentes en sus pensamientos y sentimientos, aun cuando cambien con los tiempos, las series o películas, siempre tienen presente dichos recuerdos sobre los héroes, a pesar de que se sigan sacando nuevas películas de los mismos (como el caso con las películas de Spiderman y sus múltiples versiones, la misma historia, con distintos actores).

Lo que más me sorprendió de toda la investigación, es haber visto como en el mundo de los héroes, siempre van a seguir saliendo nuevas historias, nuevas versiones, nuevos puntos de vista, que continúen con la historia de dichos héroes que tienen años en el mercado, así como la creación de nuevos personajes, pero siempre cambiando de narrativa.

La serie nos deja ver una figura de héroe y se reconoce por la audiencia y por los participantes del grupo de discusión que dichos personajes no son héroes, que definitivamente no están ahí para hacer el bien, sino todo lo contrario; y el hecho de que la serie maneje ideas violentas de mucha burla, humor negro y sarcasmo, no necesariamente provoca cambios en la audiencia, simplemente fue un medio de atracción para que las personas se interesaran y vieran la serie. Cambia el medio y reconocen dicho concepto pero no se apropian de él.

El objetivo principal no fue buscar si realmente hubo un cambio en la audiencia, lo que se indagó fue ver si tenía incidencia en cómo podría entenderse ahora esta nueva idea del héroe a propósito de lo que se conoce hasta ahora, lo que se encontró fue que el medio no determina como las personas entienden esa noción ya que sigue manteniéndose pero si reconocen que se están haciendo más producciones, más contenidos parecidos a The Boys, con esas transformaciones en el concepto de héroe.

Al final del día, las mismas plataformas streaming por el rating que tienen, siguen creando ese tipo de contenidos, aunque la noción de héroe se mantiene, lo cual comprueba que el medio no determina, al menos en este caso, esas perspectivas, pero si genera una dinámica diferente en las audiencias para mirar nuevos tipos de series.

Bibliografía

Aguilar, S. (2019). *Niveles narrativos cinematográficos*. Revista Iberoamericana de Comunicación (No.37). 29-54

Alonso, M. y Sotelo, J. (2009). *Los menores y las series de ficción: Investigando con los serrano*. Revista de la SEECI. (No. 18) 148-161

Arájuzo, N. y Fraiz, J. (2016). *El vínculo entre el espectador y las series audiovisuales como generador de lealtad*. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXIII. (núm. 1), 1-22.

Arboleda, Luz M. (2008). El grupo de discusión como aproximación metodológica en investigaciones cualitativas. Revista Facultad Nacional de Salud Pública, 26(1),69-77. [fecha de Consulta 9 de Mayo de 2021]. ISSN: 0120-386X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12026111>

Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones. México: Ediciones G.Gili

Bárceñas, C. (2015). *El espectador cinematográfico en un contexto digital. Cambios y continuidades en las prácticas y hábitos*. Versión, estudios de comunicación y política (No.36). 23-41.

Benassini, C. (2019a). *La contribución de los mundos ficticios en la construcción de la transmedialidad de las series de televisión*. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (No.31). 24-35.

Benassini, C. (2019b). *Teleseries y digitalización: ¿estrategia del medio para enfrentar la crisis?* Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación XXIV. 1-30.

Beruben, E. (2016). *La evolución del hombre y la tecnología*. Recuperado de: <https://culturacolectiva.com/historia/la-evolucion-del-hombre-y-la-tecnologia>

Briseño, Y. Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales, vol. 16, núm. 3, septiembre-diciembre, 2010, pp. 55-71. Universidad Central de Venezuela

Bustamante, L. (2013). *Análisis textual de la película Hombre mirando al sudeste*. Cuadernos de Lingüística Hispánica (No.23). 103-118

Capello, G. (2007a). *Configuración y tiempo del antihéroe*. Contratexto (No. 16). 171-181

Capello, G. (2017b). *¿Qué cuentan las historias en la tele?* En Capello. G (Ed), *Televisión narración y espíritu de los tiempos* (13-19). Lima, Perú: Fondo Editoria

Castillo, F. (2019). *¿Es el 'streaming' el futuro del entretenimiento?* Recuperado de: <https://blogthinkbig.com/es-el-streaming-el-futuro-del-entretenimiento>

Cornelio, M. (2018). *Spiderman Choco traduce Game of Thrones: cultura participativa en la recepción de una serie global*. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (No. 29). 70-81.

Corominas, M. (2001). *Los Estudios de Recepción*. Recuperado de: http://ateneu.xtec.cat/wikiform/wikiexport/_media/cursos/curriculum/interniv/dv36/modul_4/documents/estudiosrecepcion.pdf

Etayo, C. (2019). *Un modelo de análisis de la recepción de series de ficción: el papel de las reacciones afectivas y las creencias*. Palabra Clave (No.22) pp. 1-25

Fernández, E. (2010). *Análisis del Product Placement en la serie "Los Hombres de Paco"*. Revista de Ciencias Sociales. (No. 4). 1-32.

Gómez, J. (2012). *El origen de los super héroes*. Recuperado de: <https://sobrecomic.com/2008/08/12/el-origen-de-los-superheroes/>

Hinojosa O'farrill, Yasnier (2017). *El consumo audiovisual de los jóvenes universitarios*. Atenas, 1 (No. 37). 77-92.

Inzunza, B. (2011). *Recepción de series norteamericanas de televisión en México: Lecturas de aceptación y rechazo de la serie "Lost" entre jóvenes que habitan en Monterrey*. (Tesis de maestría). Tecnológico de Monterrey, Monterrey, Nuevo León.

Lachat, C. (2012). *Percepción visual y traducción audiovisual: La mirada dirigida*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/272798711_Percepcion_visual_y_traducccion_audiovisual_la_mirada_dirigida

Lazo, C. (2008). *El proceso de recepción televisiva como interacción de contextos*. Revista Científica de Educomunicación (No. 31) pp. 35-40

Lazo, M. y Gabelas, A. (2013). *Hábitos de consumo televisivo de ficción ente los universitarios que estudian comunicación*. Revista de Comunicación de la SEECI (No.

Lebrún, A. (2014). *Industrias Culturales, creativas y de contenidos*. CONSENSUS (2)

López, P y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cualitativa*. Barcelona, España: Bellaterra.

Lull, James (1992a): *"La estructuración de las audiencias masivas"*, in *Diálogos de la comunicación*, núm.32, (Consulta: febrero de 2001).

Marín, V. (2017). *Los valores transmitidos por las mujeres de las películas Disney*. CS (No. 23)

Mattelart, A., y Neveu, É. (2004). *Introducción a los estudios culturales*. PAIDÓS: España

Medina, M. (2006). *Los mensajes de las series: eslóganes en imágenes*. Revista Científica de Comunicación y Educación (No. 26). 61-68

Montes, S. (s.f). *Plataformas de streaming: la revolución del mercado del consumo de TV*. Recuperado de: <https://www.marketinginsiderreview.com/plataformas-streaming-mercado-consumo-tv/>

Orozco, G. (1996): *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Orozco, G. (2001). *Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la "televidencia" y sus mediaciones*. Revista IBEROAMERICANA de educación (No.27)

Orozco, G. (2003). *LOS ESTUDIOS DE RECEPCION: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a mucho modos*. Recuperado de: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/3629/4400>

Pérez, R. y Torres, D. (2011). *Recepción de series televisivas y formación de esquemas cognoscitivos asociados a sus personajes: un estudio con niños y adolescentes costarricenses*. UNIV. PSYCHOL (No.4) pp. 1291-130.

Putruele, M. (2017). *Contenido original, el arma secreta de las plataformas streaming*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/tendencias/2017/01/08/contenido-original-el-arma-secreta-de-las-plataformas-de-streaming/>

Rodríguez, S. (2016). *Foros en páginas web: un instrumento de análisis de la recepción de series de ficción históricas. El caso de La Señora*. Comunicación y Medios (No. 34) pp. 22-35

Ruíz, A. (2019). *"The Boys", una de las series más exitosas de Amazon Prime*. Recuperado de: <https://www.gndiario.com/the-boys-serie-amazon>

Solís, A. (2019). *El milagro de Amazon Prime*. Recuperado de: https://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/el-milagro-de-amazon-prime_622640_102.html

Velásquez, S. (2018). *Netflix y las plataformas de streaming: la revolución del consumo de series y películas*. Recuperado de: <https://somosperiodismo.com/netflix-las-plataformas-streaming-la-revolucion-del-consumo-series-peliculas/>