



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Facultad de Ciencias de la Comunicación.

**Análisis del modelo del antihéroe
desde la perspectiva de la sociedad
mexicana: 2015-2020**

Tesina presentada para obtener el grado de
Licenciatura en Comunicación

Presenta

Daniel Verdad Campuzano

Director de tesina

Mtro. Helios Valencia Ortega

H. Puebla de Z. febrero 2025

Índice

| | |
|--|-----------|
| Introducción..... | 6 |
| 2 Capítulo I. Marco Histórico Contextual | 10 |
| 2.1 Incidencias de la comunicación y la sociedad en América latina | 10 |
| 2.2 Referencias del México de los 2015 a 2020..... | 12 |
| 2.2.1 La fuga de 'el Chapo'..... | 12 |
| 2.2.2 El triunfo 'bronco'..... | 12 |
| 2.2.3 Se cae la "verdad histórica" | 13 |
| 2.2.4 La SFP y su conclusión sobre la Casa Blanca | 13 |
| 2.2.5 Sismo en México de 2017 | 13 |
| 2.2.6 Trump presidente | 13 |
| 2.2.7 Amlo presidente..... | 14 |
| 2.2.8 Declaración de emergencia por COVID-19..... | 14 |
| 2.2.9 Aprobación de la "Ley Olimpia" a nivel federal..... | 14 |
| 2.2.10 Manifestaciones feministas | 14 |
| 2.3 Normatividad de la comunicación en México | 14 |
| 2.4 Transición de la televisión al streaming..... | 17 |
| 2.5 Consumo de series streaming en México..... | 18 |
| 2.6 Representación del antihéroe en las series de streaming..... | 19 |
| 2.7 Series mexicanas de 2015 a 2020 | 21 |
| 2.7.1 Club de Cuervos (2015-2019)..... | 21 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 2.7.2 | <i>La Reina del Sur (2011 a la actualidad)</i> | 21 |
| 2.7.3 | <i>El Chema (2016-2017)</i> | 21 |
| 2.7.4 | <i>Narcos: México (2018 a la actualidad)</i> | 22 |
| 2.7.5 | <i>Señora Acero (2014-2019)</i> | 22 |
| 2.8 | Percepción del antihéroe en latino América | 22 |
| 2.9 | La figura del antihéroe en la sociedad mexicana | 23 |
| 3 | Capítulo II. Perspectivas teóricas de la comunicación visual | 25 |
| 3.1 | Teorías y modelos de la comunicación en masas | 25 |
| 3.2 | Comunicación audiovisual | 30 |
| 3.2.1 | <i>Funciones del lenguaje audiovisual</i> | 31 |
| 3.3 | Teoría del comportamiento | 32 |
| 3.4 | Teoría del líder de opinión | 37 |
| 3.5 | Proceso de la percepción | 39 |
| 3.6 | La figura del antihéroe | 40 |
| 3.7 | Características de los antihéroes | 43 |
| 3.8 | Estereotipos del antihéroe | 45 |
| 3.8.1 | <i>El Superviviente</i> | 45 |
| 3.8.2 | <i>Antihéroe canalla</i> | 46 |
| 3.8.3 | <i>Antihéroe lunático</i> | 46 |
| 3.8.4 | <i>Antihéroe solitario</i> | 46 |
| 3.8.5 | <i>Antihéroe bicho raro</i> | 47 |
| 3.8.6 | <i>Antihéroe sublevado</i> | 47 |

| | |
|---|-----------|
| 3.8.7 Antihéroe psicópata | 47 |
| 4 Capítulo III. Análisis del modelo del antihéroe desde la perspectiva de la sociedad mexicana | 48 |
| 4.1 Metodología de investigación | 48 |
| 4.2 Marco metodológico | 48 |
| 4.2.1 El método de investigación | 48 |
| 4.3 Estructura de investigación..... | 48 |
| 4.4 Transversales | 49 |
| 4.5 Muestra | 49 |
| 4.6 Instrumento | 50 |
| 4.6.1 Cuestionario..... | 50 |
| 4.7 Variables, dimensiones e indicadores | 51 |
| 4.8 Cuestionario..... | 52 |
| 4.9 Conclusiones | 61 |
| 5 Bibliografía..... | 68 |

Índice de figuras

| | |
|---|-----------|
| Tabla 1: Operación de variables cuenta de antihéroe, elaboración propia, 2023..... | 51 |
| Figura 1: Conocimiento de antihéroe, elaboración propia, 2023 | 53 |
| Figura 2: Conocimiento de antihéroe, elaboración propia, 2023 | 53 |
| Figura 3: Distinción del antihéroe, elaboración propia, 2023 | 54 |
| Figura 4: Característica del antihéroe, elaboración propia, 2023 | 55 |
| Figura 5: Violencia en las series mexicanas, elaboración propia, 2023 | 56 |
| Figura 6: Conocimiento de antihéroes mexicanos, elaboración propia, 2023 | 57 |
| Figura 7: Narcos los antihéroes mexicanos, elaboración propia, 2023 | 58 |
| Figura 8: Los antihéroes la sátira de la sociedad, elaboración propia, 2023 | 59 |
| Figura 9: Empatía con el antihéroe, elaboración propia, 2022 | 60 |
| Figura 10. Diagrama de la perspectiva del antihéroe en México | 65 |

Introducción

La presente investigación pretende analizar la perspectiva del antihéroe que es manejada durante 2015 a 2020 y el impacto que produce en la sociedad mexicana. Esta tesina se procura examinar como el antihéroe, que se maneja en cada medio donde se expresan a estos personajes son destacables al igual que sus cualidades y como obtienen impacto entre la sociedad mexicana. La cual llega a empatizar con el antihéroe.

En México se ha generado un movimiento donde la crisis de valores sufrida por la generación de la posguerra, dio pauta en México para el surgimiento de una sociedad y principalmente, el consumo de esa violencia se lleva a la vida cotidiana, haciendo énfasis en los antihéroes como personajes de ficción. Las causas y constituciones que estos protagonistas son bien recibidos en el país; es debido a la cultura que adoptan su personalidad en automático aquello que se asume y se vive con frecuencia, muchas veces van de la mano con una identidad propia e intereses que se han ido construyendo y a la vez se vuelven parte de nuestra vida cotidiana.

Este proyecto se centra en conocer, ¿Cuáles son los aspectos de impacto que la representación del antihéroe llega a influir en la sociedad mexicana?

La hipótesis fue: Las cualidades prácticas más mensurables tanto del “impacto y consecuencias que tiene al observar la figura de antihéroe manejada en los medios ya sean: históricas, estéticas, funcionales, etc.”. teniendo el imparcial de mostrar su impacto en la actualidad. Donde buscaremos estipular definiciones concretas que se destaquen de los descubrimientos y hallazgos que concretemos durante el desarrollo de esta tesina. Para después proseguir la argumentación, la cuál es la relación entre las técnicas principales y el desarrollo de la conclusión(es) obtenidas por la pregunta planteada.

El objetivo de esta investigación es “Analizar los aspectos representados del antihéroe de 2015 a 2020 y conocer los rasgos que crean empatía en la sociedad mexicana”.

Para conseguir dicho cumplimiento, se debe:

*Analizar los aspectos de la figura del antihéroe (comportamiento, personalidad, imagen) de impacto que atraen a los mexicanos.

*Reconocer el tipo de antihéroe que hay en México proyectados en las series (tv o *streaming*)

*Identificar los rasgos de realidad que tiene el antihéroe en las series de TV y *streaming*

Dicha investigación quiere destacar en la ciudadanía mexicana, debido a que este tipo de personajes es atractivo para los vecindarios mexicanos, los cuales resultan complejo crear una respuesta eficaz a la interrogante, debido al constante cambio de los métodos que la rodean. Después abordaremos las prácticas tanto del “antihéroe” como el mostrar su entendimiento y semejanza que mantienen con la sociedad de la actualidad.

En este caso estos personajes siempre son reconocidos por estar en obras visuales, convirtiéndose en un modelo a seguir. Causando así el debate que se generara al poner en controversia la relación de dichos términos. Las características detalladas que nos dejan las lecturas de estos protagonistas, para estudiar el concepto y las ideas que estas nos dejan. Gracias al continuo reto que se ejerce en este sentido, la relación que hay entre el mundo ficticio y el real.

Estableceremos un estudio tomando la información que tomemos de las series mexicanas y el personaje del antihéroe que se ha desarrollado hasta 2020. La documentación, archivos o contenidos que extraeremos será de publicaciones en inglés y español, sin aparta que podamos utilizar algún

instrumento en otro idioma con el objetivo de complementar la investigación. Cada uno de los datos que iremos tomando se estructurarán en cada uno de los diferentes apartados creados y también recalcaremos como se vinculan entre sí. Para establecer de forma coherente facilitar el entendimiento y conseguir avances explicativos para esta tesina. Así, este asunto se ira formando poco a poco hasta tener un método de investigación separado en las cinco fases que son: selección, categorización, recopilación, intersección y análisis; de los cuales expondremos los resultados logrados.

En la fase de selección iremos indagando aportes que de mejor manera encajan en el contenido más completo y que den el mejor entendimiento sobre el tema destacando cada uno de las propuestas hechas. Lo conseguiremos, examinando cada uno de los puntos destacables que se encuentran en la indagación de todas las fuentes. Además, no involucraremos las publicaciones que no resulten ser válidos.

Siguiendo en la etapa de cruce y análisis de datos se irán colocando el conjunto de información recolectada, para ponerla en cada uno de los esquemas que se ve reflejado en el índice. La estructura se ira cambiando dependiendo de la adaptación de los nuevos avances que se vayan descubriendo y complementados con ejemplos e imágenes.

La recopilación la desarrollaremos tomando en cuenta las cuestiones de la vigencia en la actualidad. Tomado en cuenta lo anterior recopilaremos una extensa bibliografía; De la cual descubramos y tomamos en cuenta diferentes textos, artículos, enlaces, testimonios y otros contenidos solventes. De los diferentes medios “impreso, audiovisual o digital”.

Por último, trabajaremos con los resultados obtenidos, destacando los datos logrados del estudio; llevándolos a un análisis y exponiéndolos en parte las conclusiones que crearemos. En esta fase, finiquitaremos con las repuestas, descubrimientos, crearemos una propuesta y conclusiones finales. Tomada solamente en la información recolectada durante el desarrollo de este proyecto.

La presente tesina está dividida en tres capítulos. El capítulo I muestra el marco histórico contextual junto con el registro de las de cómo estas llevan a cabo su proceso para que en el cause una buena retroalimentación sobre el mensaje que se maneja por medio de los sucesos históricos, las series de *streaming* y la relación que llega con la sociedad con la comunicación. En el capítulo II se hablará de las perspectivas teóricas que influyen en el comportamiento de las masas y los factores que la hacen resaltar dentro del campo de la comunicación, al mismo tiempo desglosar cada uno de sus consecuencias que esta crea y su desarrollo en la sociedad destacando como es usada por la misma. El capítulo III mostrará cómo el antihéroe en las plataformas de *streaming* tiene un impacto en la sociedad con base a la metodología los instrumentos de investigación y sus resultados. Estos nos permiten ver la perspectiva de los ciudadanos y su relación con los antihéroes manejados en las obras ficticias se relacionan con la sociedad mexicana.

1 Capítulo I. Marco Histórico Contextual

1.1 Incidencias de la comunicación y la sociedad en América latina

Dentro de algunos contextos la comunicación no es una ciencia. En textos de Sanches (2002) tampoco es una disciplina, por lo menos en el sentido fuerte que denota analogía de disciplina con ciencia, aunque incluye los dominios humanísticos. “Es un objeto de estudio privilegiado de prácticamente todas las ciencias y/o disciplinas sociales o humanas, puesto que no hay probablemente nada humano ni social, que no pueda entenderse mejor sin tomar en cuenta la comunicación entre los humanos”.

“el enfoque que ha prevalecido en los análisis latinoamericanos de medios ha sido el político”. (Marques de Melo 2002)

En cierto sentido, las tendencias han sido como un péndulo que se mueve, si se me permite la caricatura, de los “apocalípticos” a los “integrados” y viceversa. (Eco 1975)

(Gutiérrez 1998). Aun hoy en día, mientras que Estados Unidos dedica 2.66% de su producto interno bruto (PIB) al gasto en ciencia y tecnología, en América Latina y el Caribe le destinamos el año 2000 en promedio apenas un poco más de medio punto porcentual (0.54%).¹⁵ Este es un primer grado de marginalidad. Entre las ciencias, una queja constante y tradicional es que las ciencias sociales y humanidades a su vez tienen menos peso en el reparto de presupuestos y en términos de poder y prestigio (ciencias “blandas” versus ciencias “duras”).

Ruiz (1992) explica sobre los medios son objetos complejos que pueden darse a entender, los cuales operan socialmente desde diversas dimensiones (económica, política, cultural, social, tecnológica, organizacional, profesional, etc.), articuladas en un mismo entramado histórico social, que se desenvuelven en el transcurrir del tiempo histórico. Ruiz también describe la forma preferida de indagación y moda intelectual de los noventa fueron los estudios culturales, que se ha escrito y se enriquecieron el entendimiento de los procesos de comunicación en las sociedades contemporáneas, pero que al devenir moda, obstaculizaron otras miradas complementarias e, incluso, sin proponérselo obscurecieron las miradas críticas tradicionales de las ciencias sociales

latinoamericanas.

“La comunicación es una modalidad de la interacción social que consiste en la intervención intencional sobre los sistemas cognitivos y axiológicos de los actores sociales mediante la disposición de información codificada, también conocida para otra terminología, mediante la producción de mensajes que, en el marco de cierta comunidad cultural, aporta a la significación de la realidad. En este sentido, es una práctica social que toma como referencia a otras, e incluso a ella misma”. Luna (1991)

Contreras (1979) Repasa que esa tensión constante del investigador que se quiere también comprometido que en definitiva le duele su sociedad, la sueña distinta y que aprecia “las complejas urgencias concretas de nuestras realidades comunicacionales” esa tensión entre el ser “cientista”, el asumir compromisos (y de qué modo específicos) y la valoración de los problemas reales y urgentes que a veces parecerán al teórico algo triviales, quizá si por concretos, nos llama a hacer, más que a hablar o a lamentamos. De investigación hablamos más de lo que hacemos.

La lucha por conquistar un espacio epistémico e institucional propio para la disciplina, muy justificable en cuanto a la ruptura de dependencias teóricas, metodológicas y profesionales, tuvo y sigue teniendo la nefasta consecuencia de reducir el estudio de la comunicación a una dimensión instrumental, o bien alimentar la pretensión de construir -independientemente de cualquier consideración del entorno sociocultural- una imposible ciencia autocontenida y universal. (Navarro 2008)

Fuentes (1990) estipula sus sapiencias disponibles sobre lo circunscripto de la comunicación, especialmente los concernientes a las dimensiones socioculturales de escala amplia en que se inscriben necesariamente los procesos y los sistemas de comunicación, es de una enorme utilidad académica y social. Sin ellos no podría ubicarse el estudio de la comunicación. Pero en sí no constituyen estos enfoques la herramienta teórico-metodológica necesaria para comprenderla y operarla específicamente.

1.2 Referencias del México de los 2015 a 2020

Durante cada época, hay un conjunto de eventos especiales que marcan o destacan durante dicha estancia. Estos sucintan los cambios, las problemáticas y avances que la población se enfrenta. En esta investigación buscaremos principalmente las notas más destacadas o que han causado gran impacto en la sociedad mexicana. En esta ocasión tomaremos en balance todos los eventos más representativos del 2015 al 2020, los cuales han causado cambios en la sociedad y que siguen sacando secuelas en actuales tiempos.

1.2.1 La fuga de 'el Chapo'

“Sin duda, la noticia del año en el país fue cuando el líder del cártel de Sinaloa, el narcotraficante Joaquín el Chapo Guzmán , escapó la noche del 11 de julio de su celda en el penal de máxima seguridad del Altiplano, por un túnel de 1.5 kilómetros en el Estado de México. Al salir del túnel, el capo escapó en una camioneta rumbo a Querétaro y de ahí tomó un avión hacia sierra de Sinaloa. Un mes después, Monte Alejandro Rubido dejó de ser el titular de la Comisión Nacional de Seguridad (CNS), y continúan las investigaciones sobre funcionarios penitenciarios que pudieron colaborar con el criminal, por quien se ofrece una recompensa de 60 millones de pesos”. Ascención (2015)

1.2.2 El triunfo 'bronco'

“Por primera vez en México, un candidato independiente ganó una elección de gobernador. El 7 de junio los ciudadanos de Nuevo León eligieron como su mandatario estatal a Jaime Rodríguez Calderón, el Bronco, quién buena parte de su campaña la hizo a través de Facebook y Twitter. Los independientes también se anotaron triunfos con Manuel Clouthier, elegido como diputado federal, con Pedro Kumamoto, elegido como legislador local en Jalisco y con Alfonso Martínez, en Morelia”. Ascención (2015)

1.2.3 Se cae la "verdad histórica"

“No hay evidencia de que los 43 normalistas de Ayotzinapa hayan muerto quemados en el basurero de Cocula, tras ser atacados la noche entre el 26 y el 27 de septiembre, concluyó el 6 de septiembre el Grupo Interdisciplinario de Expertos Independientes (GIEI), lo que contrasta con la “verdad histórica” de quien era procurador General de la República, Jesús Murillo Karam, basada en declaraciones de detenidos. Esto, hizo que la PGR abriera otras líneas de investigación y se reiniciara la búsqueda de los estudiantes”. Ascención (2015)

1.2.4 La SFP y su conclusión sobre la Casa Blanca

“No hay conflicto de interés del presidente Peña Nieto y el secretario de Hacienda, Luis Videgaray, por comprar casas a contratistas del gobierno federal, entre ellos Grupo Higa, concluyó el 21 de agosto la investigación de la Secretaría de la Función Pública (SFP), a cargo de Virgilio Andrade. Expertos y políticos de oposición criticaron los resultados, y el hecho de que el propio Peña Nieto haya designado al funcionario que lo investigaría”. Ascención (2015)

1.2.5 Sismo en México de 2017

“El 19 de septiembre, un sismo de magnitud 7.1 sacudió la Ciudad de México, Puebla, Morelos, Guerrero, Oaxaca y el Estado de México, por lo que miles de personas se quedaron sin casa y perdieron a sus seres queridos.

Un alza en el precio de la gasolina provocó protestas, saqueos y bloqueo de vialidades; las autoridades detuvieron a más de 250 personas por robos y actos de vandalismo en todo el país”. BBC (2021)

1.2.6 Donald Trump toma posesión

“Trump inicia su mandato como presidente de Estados Unidos y firma decretos para renegociar el TLCAN y construir un muro en la frontera con México; en nuestro país se organiza una marcha en febrero que convoca a decenas de miles a manifestarse contra las políticas de Trump y contra los niveles de corrupción que se han alcanzado en los distintos gobiernos en México”.

Campos (2017)

1.2.7 AMLO presidente

“En su tercer intento por llegar a la Presidencia de México, Andrés Manuel López Obrador ganó las elecciones del 1 de julio como abanderado de la coalición de partidos Juntos Haremos Historia y con el 53% de la votación”. BBC (2018)

1.2.8 Declaración de emergencia por COVID-19

“El pasado 31 de marzo, el Consejo de Salubridad General declaró estado de emergencia sanitaria por COVID-19 a nivel nacional”. Vega (2020)

1.2.9 Aprobación de la “Ley Olimpia” a nivel federal

“El Senado de la República aprobó el 5 de noviembre la reforma conocida como *Ley Olimpia*. Esta reforma, modifica dos ordenamientos legales para castigar y erradicar la violencia digital”. Vega (2020)

1.2.10 Manifestaciones feministas

“A lo largo de 2020, las voces de miles de mujeres resonaron a lo largo y ancho de México exigiendo justicia por los feminicidios y la violencia sistemática cometida en contra de niñas y mujeres. Las manifestaciones feministas fueron una forma de visibilizar y captar la atención pública hacia esta preocupante problemática. Vega (2020)

1.3 Normatividad de la comunicación en México

Bertalanffy (1992) recalca que todo organismo viviente es un sistema, es decir un conjunto dinámico de partes y procesos que interactúan recíprocamente entre sí y con el contexto donde se halla inmerso.

En este orden de ideas, para Bouche (2003) la familia es un sistema dinámico, viviente sometido a un continuo establecimiento de reglas y de búsqueda de acuerdos a ellas.

El individuo, desde su personalidad y conducta, contribuye a las pautas familiares, pero al mismo tiempo estas moldean la personalidad y sus formas de actuar. Desde un punto de vista sistémico, la conducta se explica como una responsabilidad compartida, surgida de pautas que provocan y mantienen las acciones del propio individuo. Minuchin (2009)

La comunicación cobra importancia porque su sentido aparece dentro de un contexto y el estudio de las relaciones de las personas en ese contexto particular cumple una función simbólica (mensaje, información), que es percibida y donde tiene sentido y significado. (López, 1999)

Hernández (2005) Menciona que la adolescencia ocurre una serie de eventos psicológicos muy significativos para la persona. Estos sucesos influyen en sus relaciones familiares y sociales, en la búsqueda de autonomía, en el estilo personal de relacionarse y en la construcción de la identidad.

La primera pregunta apuntaría a un problema de comunicación y concienciación del problema. Es claro que no existe hoy una campaña consistente de concienciación de la población acerca del daño que el ruido ambiental puede generar en la salud de la población. Manzo (2015)

A partir de esta perspectiva meta-analítica, se han identificado diferentes tópicos que resaltan la necesidad y pertinencia de avanzar en el desarrollo de estudios comprensivos sobre la realidad compleja y el análisis sistémico de la dinámica, funcionamiento y estilos de vida emergentes en familias monoparentales. (Rozo, 2003)

Por ello, cobra fuerza investigar para precisar no solo los elementos planteados sino para comprender cómo los límites, las reglas y la comunicación definen la estructura y la organización de la familia monoparental, contribuyendo o no al desarrollo psicológico de todos sus miembros. Silva (2014)

La norma en realidad describe un método de medición, especializado, y establece límites máximos permisibles, que con la modificación que ha sufrido de la emitida y publicada. Manzo (2015). La historia de la humanidad puede ser, por tanto, explicada a través de las transiciones que se expresan en los diferentes estadios del desarrollo de la comunicación humana: la era de los signos y las señales, la era del habla y el lenguaje, la era de la escritura, la era de la imprenta y, finalmente, la era de los medios de comunicación de masas cuyo inicio se produce a principios de siglo XIX y que parece solaparse -en estos últimos años- con una nueva era, la de los ordenadores.

Si presentáramos la cuestión a académicos, a periodistas o trabajadores de los medios y consumidores, sobre estos medios a los que nos referimos tienen realmente la posibilidad de comunicar masivamente, con toda probabilidad, mostrarían en sus respuestas una irresoluble variedad conceptual. Bretones (2008)

En América Latina cuatro grupos mediáticos resultan paradigmáticos en el proceso que estamos señalando: O Globo (Brasil), Televisa (México), Cisneros (Venezuela) y Clarín (Argentina). Estos son los grupos que, con conexiones con los otros sectores productivos y grandes grupos multinacionales globales de comunicación, se extienden sobre diferentes países de la zona, y cubren gran parte de los espacios comunicativos y toda la diversidad de industrias culturales de cuatro grandes países latinoamericanos. Parra (2008)

Si hablamos de Educación en Medios de Comunicación parece indispensable pararse a pensar sobre la comunicación interpersonal y grupal que suele acompañar al proceso de enseñanza-aprendizaje; en este sentido, si decimos a menudo que una de las metas de la EMCM es lograr unos usuarios más activos y críticos de los medios de comunicación. Martínez (2000)

- Si se le llama de masas es porque el producto está a disposición de un grupo muy numeroso de personas, que no tiene por ello que estar condenado a una actuación acrítica.

- La comunicación de masas, más que ninguna otra, promueve una amplia circulación pública de los productos simbólicos, con un alcance difícilmente limitable.

Desde el trabajo clásico de Marshall McLuhan (1964), los medios de comunicación de masas pueden ser considerados como extensiones de las propias facultades sensoriales del individuo o como el sistema nervioso de la comunidad en que se encuentran. Los medios de comunicación también son una industria o una empresa, un poder importante en el espacio individual, familiar y social; mediadores políticos que canalizan y crean opinión pública (elemento decisivo en el proceso de elaboración de las políticas públicas); instrumentos de cultura y vehículos de difusión de obras culturales; mecanismos a través de los cuales los individuos perciben el mundo que los rodea.

Desde principios de siglo hasta fines de la década del 1930, se defendió la idea de que los medios de comunicación de masas ejercían una poderosa influencia sobre las actitudes y conductas políticas de los individuos. Se afirmaba que eran significativamente potentes y que cualquier mensaje presentado adecuadamente producía efectos instantáneos y masivos sobre la audiencia. Flavia (2010)

1.4 Transición de la televisión al streaming

Hablar del streaming y la televisión, han evolución con el desarrollo de la tecnología que ha revolucionado por completo la forma de consumir contenidos multimedia en el siglo XXI. En la actualidad se ha convertido en un método popular y con mayor demanda al consumir contenidos; en la novedad las plataformas han mejorado el consumo al ofrecer un marco perfecto para retransmitir una mayor calidad y variedad de contenidos multimedia por internet.

De los consumidores de televisión abierta, el 47% consume noticiarios; 43% películas y 36% telenovelas. Los canales más vistos son “Las

Estrellas”, “Azteca Uno”, “Canal 5” y “Azteca 7”, propiedad de Televisa y Televisión Azteca. Zamarron (2020).

Las empresas de telecomunicación han entrado a la lógica de medios, así como las empresas de software y digitales. Estas se han convertido en distribuidoras de medios, como Google, Facebook, Netflix, Amazon, etcétera, que son los nuevos actores dominantes y de hecho los participantes de la infraestructura misma que sostiene la red para la televisión.

Ramón Lobato (2019) propone pensar la televisión más allá de considerar cómo Netflix permite o no la continuidad de la televisión. Lobato propone pensar en este modelo de acuerdo con una transformación de adentro hacia afuera, es decir, desde que empezó a digitalizarse en los ochenta dentro de un sistema de distribución en televisión que empezó a digitalizarse.

En el caso de los servicios de streaming, la estrategia está basada en una estrategia de audiencia (a quién hay que llegar) y una estrategia de adquisición de contenido, ligada a la audiencia a la que quieren llegar. La televisión había sido concebida siempre como la “caja idiota”. Pero ahora la televisión se ubica en el esquema del binge-watching, que recupera la idea de un texto narrativo más complejo que se está definiendo dentro del esquema de streaming como un consumo de alta cultura.

1.5 Consumo de series streaming en México

Las plataformas de streaming se han vuelto uno de los servicios favoritos de los mexicanos para consumir contenidos de entretenimiento. Este servicio, a diferencia se ha vuelto de la comodidad de los mexicanos a la televisión abierta, permiten que las personas elijan qué ver, en cualquier momento y lugar.

Las audiencias hoy en día pueden disfrutar, mediante una suscripción, de algunas plataformas de streaming. Hasta 2022, el menú de

posibilidades incluye Netflix, HBO Max, Hulu, Amazon Prime Video, Disney+, Apple TV+, entre otras; a nivel latinoamericano y ecuatoriano, destacan también Retina Latina, Zine.ec y Choloflix. El mercado, de hecho, está en constante crecimiento. Según Statista, hasta la primera mitad de 2021 había 93,7 millones de suscriptores de videos en plataformas en Latinoamérica; de ellos, Brasil tenía el mayor mercado de suscriptores.

Hasta 2020, a nivel mundial, el 65 % de la gente veía contenidos en la televisión y en computadoras, tablets y teléfonos (Elmokadem 2020). En estos últimos, hasta finales de 2021, las aplicaciones digitales eran del tipo Android en un 87,5 %, mientras que solo un 12,22 % eran iOS-Apple (StatCounter 2022b). El mercado de computadoras en dicho año en Latinoamérica era de un 48,77 %, mientras el de celulares era de 50,29 % y las tablets solo llegaban al 0,94 % (StatCounter 2022a). En el continente, el comportamiento de los usuarios para consumir contenidos de televisión y videos vía streaming se ubicó de manera fija en los teléfonos móviles hasta en un 90 %; en las pantallas conectadas a internet, hasta un 70 %; y en las computadoras, hasta un 65 %. Penthera (2021).

Hacia 2020, Brasil encabezaba la lista de los países latinoamericanos con más suscripciones a plataformas de streaming, con 19,88 %, seguido por México (14,91 %), Argentina (4,87 %), Colombia (3,90 %) y Perú (1,80 %).

1.6 Representación del antihéroe en las series de streaming

Si se atiende solamente a la morfología de la palabra, es de esperar que el prefijo “anti” al frente de esta denote un sentido de negación respecto al héroe, quizás, incluso, de contrariedad. Así, como señala Onega (1983, como se citó en Escribano, 1981), una parte de los personajes de la literatura son antihéroes si por ello entendemos «el personaje que encarna valores negativos y cuya fundación en la obra es sobre todo la de suscitar la repulsa o la mofa del público» como dice Morrell (2008)

Del mismo modo que Villegas (1978), quien opina que es mejor entender al antihéroe en la misma línea que se ha bosquejado el héroe; por lo tanto, como el portador de los valores no recomendados o negativos, es evidente que todas estas visiones han adoptado, como base sobre la que sustentarse, la moralidad que ofrece la figura mítica del heroísmo. Es decir, aquella que engloba cualidades como el honor, la justicia o la valentía. Para los autores citados, el héroe es el personaje bueno y, en consecuencia, el antihéroe, el malo.

Avanzando en este razonamiento aparece el punto de vista del guionista y profesor Giancarlo Cappello (2008) profesa que el antihéroe, a pesar de relacionarse erróneamente, con un papel antagónico como el de villano, este personaje también cumple la función heroica protagonista, aunque difiera en apariencia y valores.

En vista de que ya en tiempos helénicos, durante la Comedia antigua junto a la figura elevada, distinta, capaz de reunir las cualidades más excelsas y las virtudes más apreciadas de su época, la literatura se topó con un arquetipo heroico-bufonesco, representante de la ironía, que dejaba de salvar a la población para hacer una sátira de ella. (Kadiroğlu, 2012) en el cual es relacionado como hombres pequeños, los distintos y distantes de la matriz originaria y arquetípica de su era, ausentes de vocación colectiva; desarrollando a los antihéroes (Cappello,2008).

Ligado a esto, el profesor González Escribano (1981) mantiene que para que el antihéroe logre transmitir su mensaje, el nivel de efectividad en el agravio «antihéroe versus sociedad» que se presente deberá subordinarse, no solamente a la relación y a los valores en los que individuo y colectividad divergen, sino también a las concomitancias existentes en la cadena autor-personaje-lector.

1.7 Series mexicanas de 2015 a 2020

A continuación, mencionaremos algunas de las series más destacadas del rango que nos servirán para destacar la investigación y que describen el estilo que se está manejando y la aceptación que el público se les da. Hay que destacar que las series mencionadas algunas siguen en producción rompiendo el rango que hemos seleccionado.

1.7.1 Club de Cuervos (2015-2019)

Tras el fallecimiento de Salvador Iglesias, sus empresas y el equipo de fútbol los Cuervos de Nuevo Toledo deben pasar a manos de uno de sus dos hijos, Isabel y Salvador Iglesias Jr., quienes tienen personalidades sumamente diferentes y se enfrentarán en una guerra sin cuartel para alcanzar la presidencia del equipo.

1.7.2 La Reina del Sur (2011 a la actualidad)

La historia se centra en Teresa Mendoza, una mujer pobre que huye de México tras el asesinato de su novio y se refugia en España. Allí se enamora de un miembro de un cartel de drogas y se dedica al contrabando. Con su habilidad con los números y su innovación, forja una empresa de tráfico de drogas que se convierte en la más exitosa del sur de España.

1.7.3 El Chema (2016-2017)

Cuenta la historia de cómo el Chema Venegas y como empezó en el crimen organizado y subió por las filas para convertirse en la cabeza del cartel que dirige en la serie El Señor de los Cielos. El Chema empezó a violar la ley a una edad temprana, transportando marihuana a través de la frontera entre Estados Unidos y México cuando era un niño. Poco a poco, trabajó su camino hasta convertirse en un líder exitoso y hábil, ganando su lugar a través del derramamiento de sangre y la brutalidad, en la historia del tráfico de drogas. Desde que era un joven, El Chema ha sido uno de los enemigos públicos más

importantes tanto de los gobiernos de los Estados Unidos como de México.

1.7.4 Narcos: México (2018 a la actualidad)

Narcos: México es una serie original de Netflix que cuenta la historia del ascenso del cártel de Guadalajara y el inicio de la guerra contra las drogas en México en los años 80: La trama se centra en Miguel Ángel Félix Gallardo, líder del cártel, y Kiki Cameron, un agente encubierto de la DEA.

1.7.5 Señora Acero (2014-2019)

Señora Acero narra la historia de Sara Aguilar Bermúdez, una mujer extremadamente bella, carismática e inteligente que pasa de ser un ama de casa con una vida ordinaria, a ser la persona capaz de sacudirlos cimientos de un gobierno. Tras el inesperado asesinato de su marido Vicente Acero, Sara se entera de que su difunto esposo no era el hombre que ella pensaba. A partir de ese momento, su vida y la de su hijo, se convierten en una interminable carrera para evadir a las autoridades y los enemigos de su marido.

1.8 Percepción del antihéroe en latino América

Si comparamos el concepto de héroe o incluso el de villano, con el de antihéroe o antiheroína, observamos que este último carece de un profundo trasfondo histórico y cultural el cual puede considerarse, en gran parte ajeno a la teorización profunda por parte de la teoría de la literatura. González-Escribano (1981)

Según Escribano (1981) el antihéroe no es un contrario, sino, diferentemente, una alternativa, diferente de ver y contemplar el mundo. En consecuencia, lo que se debe esperar de él no es, bajo ningún concepto, es una antítesis del heroísmo como podrían serlo la ambivalencia en bondad frente maldad, generosidad frente a egoísmo, castidad frente a lujuria, etc. Todo lo

contrario, una positividad de carácter distinto. Vogler (2002),

el héroe no tiene fisuras ni contradicciones. El antihéroe, en cambio, se basa en la contradicción; por encima de todo, un hombre, con sus defectos y sus virtudes. El héroe, está muy lejos del hombre común porque encarna la metafísica de su tiempo, su ideología, sus valores, los ideales de una era. El antihéroe se desmarca de esta impronta al presentarse como un hombre de a pie, disfuncional con su época, diminuto en sus aspiraciones, o si acaso tiene pretensiones de grandeza, inoperante, negado para alcanzar la meta de sus proyectos, porque pertenece a una casta distinta. Cappello (2008)

Deberes, aspiraciones y normas sociales provocaban, según el autor, un malestar interior en los individuos que terminaba canalizándose en formas alucinadas, de histeria o en inclusiones verbales. Freud (1930) creía que el hombre debía de «despertar» del sueño de su destino, del imperio de sus pulsiones, de la represión ciega e irreflexiva, de la sacralización de los preceptos sociales y de la ilusión de la religión usando la razón.

1.9 La figura del antihéroe en la sociedad mexicana

En la cultura mexicana se ha creado un interés por el personaje del antihéroe, desarrollando una simpatía, un reconocimiento y una idolatría a la forma que dicho individuo actúa ante ciertas adversidades. Los antihéroes, como personajes, son personas comunes con más defectos que virtudes, con mala suerte capaces de complicar lo que parece sencillo. Estos protagonistas se han hecho presentes en el teatro, la literatura y el cine desde sus inicios. Se les conoce también como forasteros perdedores, marginados, apestados, no deseados. Ortiz (2011)

Se deduce de esta evolución, como anuncia Sosa (2014), que el antihéroe no es un compartimento estanco, sino que, efectivamente, consta de una versatilidad extraordinaria que no es otra que la respuesta al cambio cíclico de valores que discurre con el tiempo. Aguirre (1996) intenta justificarlo con la

hipótesis de que la sociedad engendra sus héroes a su imagen y semejanza, para ser más exactos, conforme a la imagen idealizada que tiene de sí misma.

El autor prosigue enunciando que el antihéroe ha sido damnificado por las represalias y expectativas de la comunidad en la que vive, y que, en respuesta a ello, desarrolla un discurso para exponer la situación de incompreensión en la que se encuentra y la prohibición de su existencia a una vida que la mayoría entiende por normal. Es más, el antihéroe refleja ciertas sensibilidades antisistema con las que se contrapone a personificaciones de la generación de padres hipócritas, visiones capitalistas, tecnocracias, etc. Simmons, (2008).

En suma, al contrario de la narrativa heroica tradicional, la clave para poder disfrutar de las historias antiheroicas es a través de la identificación con y la simpatía por desarrollada a partir de un alejamiento moral. Janicke y Raney, (2015) que permita el positivo balance entre el deleite humorístico y alegre Zdunkiewicz, (2019).

2 Capítulo II. Perspectivas teóricas de la comunicación visual

2.1 Teorías y modelos de la comunicación en masas

La cultura es un asunto de información y comunicación, pero no (sólo) en el sentido técnico (de flujos e intercambio), sino de conformación de redes y sistemas socioculturales, de producción de subjetividades y de relaciones de poder. El estudio de la cultura como información y comunicación nos permite observar no sólo las estructuras y las relaciones sociales, como en la tradición marxista, sino los imaginarios y las representaciones, en sintonía con la mirada postestructuralista; además nos permite hacerlo de manera situada o localizada, geopolítica y corporal o afectivamente, con lo que también podemos dar cuenta de las posibilidades, aunque a veces reducidas, de agenciamiento que constituyen las mediaciones que funcionan como escudos semióticos ante la imposición de los discursos dominantes. Araiza V (2020)

La comunicación pasó entonces al centro de la caracterización social y junto con esta transición crecieron las posibilidades de que se convirtiera en un campo socialmente relevante pese a que se diagnosticara su fracaso explicativo, tanto de lo social como de su dimensión intelectual, precisamente por la ausencia de un consenso conceptual y de un aparato. Vidales (2014)

Al menos a lo largo del último siglo que ha recorrido, tramo de tiempo en el cual la sociedad, lo social, comenzó a mostrar claros síntomas de incomunicación, o de mala o nula comunicación, por tan solo darle algún calificativo momentáneo y somero, lo que produjo a su vez y sigue produciendo (produciéndonos), algún tipo de preocupación reflexiva al respecto, es decir, reescribimos la comunicología recreando los mitos teóricos heredados. (Figueroa 2013)

La comunicación científica o didáctica adquirió su real importancia en el siglo XIX cuando la ciencia, con sus aplicaciones, se propuso construir una dimensión autónoma de la cultura antigua y cuando la ideología científica se volvió una ideología de Estado, sinónimo de la cultura occidental. A. Moles, (2015)

Maletzke, (1963), si bien éste añadió factores individuales al modelo de sistema social. Su modelo muestra más bien interacciones complejas entre las partes del proceso de comunicación. Con la ampliación de los modelos de comunicación hacia factores sociales, empezó una nueva búsqueda de elementos relevantes. El problema había sido: ¿qué hacen los medios con la gente? Diversos estudios acerca de los usos, gratificaciones y funciones de la comunicación.

Luhmann (1997) expresa que la sociedad es el término de que relata todo tipo de perturbaciones de la comunicación, las cuales son esperadas mientras la sociedad se organiza a sí misma en patrones y marcos recurrentes. Él escoge este término para dirigir la atención a la naturaleza reflexiva de una teoría de sistemas sociales, debido a que es una teoría elaborada dentro de la sociedad y que analiza la sociedad desde la distancia, a pesar de estar participando en ella...

La idea de socio-dinámica que describe Galeano (2014) viene del hecho de una interacción permanente entre “la cultura y el medio portador y los creadores que provocan la evolución”. La cultura es en sí misma un entorno artificial que el hombre se crea en el seno de sus actividades. Moles, para dar un poco de precisión a esta definición general, habla de dos tipos de cultura: La cultura individual, está constituida por el entorno artificial que él se ha creado por su educación, por los objetos y los seres con los cuales él se rodea, por los reflejos motores ya establecidos ante ciertas situaciones, que son el reflejo de su personalidad. La cultura colectiva, la de la sociedad formada por una cultura perteneciente a los grupos sociales institucionalizados y registrada en las diferentes memorias del mundo.

“Los estudios culturales no son una simple mirada cultural (simbólica, lingüística, discursiva, semiótica) sobre los temas sociales, sino que éstos tienen la misión de desvelar –en el análisis de fenómenos sociales variados– la conexión y la interacción entre cultura y poder”. Hall (2007)

Bateson (1976) habla sobre que la cultura se construye a base de

articulaciones de circuitos. En ese sentido, la comunicación es un conjunto de procesos, un conjunto de redes, que van desde lo intrapersonal e interpersonal hasta lo grupal o cultural.

El terreno del discurso social, el terreno de la cultura y la comunicación, son terrenos de modelaje de lo social y, por ende, un terreno de constantes disputas y negociaciones, conflictos y acuerdos del orden del sentido. (Figueroa 2013)

Participamos en una serie de ideo-escenas visuales y sonoras cuya estructura se inscribe dentro de la verdadera continuidad, pero las cristalizamos en nuestro lenguaje en elementos discretos, las congelamos en nuestra visión. (A. Moles, 2015)

Si bien la cultura es un concepto central para la disciplina de la antropología, no es la única en la que es necesario reflexionar sobre las prácticas culturales. Así, encontramos que Bateson, (1976) fue un pionero en distinguir la conexión entre comunicación y cultura. Mientras que Medécigo, (2020) percibió distintos debates interdisciplinarios, que nos ha parecido útil rescatar de cara a estas reflexiones.

“El estudio de la cultura parte de una noción de cultura más amplia y compleja que permite analizar los fenómenos sociales, propios de la era de la información, por cierto, desde una óptica interdisciplinaria que intenta revelar las conexiones que existen en dichos fenómenos, entre lo económico, político, social, psicológico, geográfico, lingüístico. Esto constituye un giro importante en las ciencias sociales que tradicionalmente habían estudiado las instituciones, organizaciones y estructuras sociales, y dejado un poco de lado los valores culturales”. Araiza A (2020)

Baecker (2014) formula un mensaje al ser comunicado y nunca habrá solo una unidad de comunicación participando, sino que siempre será una cantidad indefinida de mensajes y un indefinido número de unidades, a pesar que lo más estructurante y que más cultiva la comunicación (vale decir, construir expectativas para producir una estructura que valorar y revalorar expectativas para constituir una cultura) consiste en restringir el número de posibles mensajes y unidades.

En la percepción visual el ojo se traslada a donde quiere en un trayecto rápido del que apenas empezamos a analizar los movimientos; por su parte, el paisaje sonoro nos es impuesto en un sistema secuencial: sus elementos distintivos se encuentran pegados en un cierto orden a lo largo de la banda, no podemos remediarlo, estamos sometidos. (A. Moles, 2015)

Enguix, (2012) recalca que la cultura para la antropología es un proceso como práctica y como acción social que se da en conexión con otros. En efecto, no somos seres culturales más que en relación con otros. La cultura nos conforma como sujetos, pero al mismo tiempo, somos agentes de cultura.

Esta distinción jerárquica en realidad guarda una amplia relación con la teoría de la sociedad de masas en su enfoque aristocrático Lozano, (2007) observa un desplazamiento de la cultura de masas, en la que se concibe como una amenaza para la sociedad.

“La novedad consiste en la presión original de elementos de cultura ya circulando por el mundo, que el creador llega a identificar y a utilizar de tal modo que una idea nueva nace de esta identificación. Es de hacer notar que el creador forma parte de un entorno de cultura de masa, aun si bien él mismo posee una cultura personal. La creatividad no es una rara virtud, dado que cada uno de nosotros la posee en dosis personales. Mientras tanto, para que una idea nueva viva, es necesario que sea difundida y que el creador ofrezca su idea original al micro medio”. Galeano, (2014)

“La comunicación presupone unidades que necesariamente deben comunicarse. Es por esto que la emergencia de estructuras y culturas debe hacer atractiva la participación, lo que significa que recluta unidades que participen en la comunicación y que hagan posible que en cualquier momento se pueda dejar la comunicación o darle un giro completamente inesperado, sin embargo, debe estar conectado recursivamente”. Baecker (2014)

Cuesta, (2003) “Comunica que en el sentido más pragmático del término suele significar vincularse, poner en común, compartir, intercambiar. Por su parte, la comunicación asumida como trabajo específico o relacionado con

alguna otra tarea de tipo cultural, suele transformarse automáticamente en producción de mensajes, manejo de instrumentos o canales, estrategias informativas”.

En esta tradición la comunicación es típicamente entendida como un proceso simbólico que produce y reproduce patrones socioculturales compartidos, por lo que explica cómo el orden social es creado, realizado, mantenido y transformado en niveles micro de procesos de interacción. La producción implica también creatividad. (Vidales, 2014)

Por otro lado, el dejar atrás la dicotomía naturaleza/cultura brinda otros panoramas para reconsiderar a la cultura en otras áreas, y no solo para el trabajo que se realiza en el campo de lo social. No obstante, es necesario reconocer que ambas son productos de los flujos de información y las interacciones. Es viable entonces realizar investigaciones en ciencias duras con una dimensión cultural. Araiza V.(2020)

La convergencia entre sociedad de mercado y racionalidad tecnológica disocia la sociedad en sociedades paralelas: la de los conectados a infinita oferta de bienes y saberes, y la de los excluidos cada vez más abiertamente tanto de los bienes como de la capacidad de decidir. Lo que remite a una segunda atmósfera: la cultura de la privatización. (Figueroa 2013)

Cabero, (1996) “Si hasta hace relativamente tiempo la tecnología de la información y comunicación disponible era bastante compleja y elemental como para intentar abordar y generalizar cambios significativos en diversos terrenos del comportamiento y la actividad humana, en la poca actualidad ya contamos con un cúmulo de tecnologías sostenibles y razonables que pueden permitirnos realizar diferentes actividades que afiancen nuestras posibilidades comunicativas y expresivas, industriales, culturales, y lúdicas, como hace poco tiempo no nos imaginábamos que pudiera ocurrir”.

“Por lo que respecta a la diversidad cultural, plantea la discusión de la homogeneidad cultural como parte del proyecto de identidad nacional que heredaron los países latinoamericanos de Europa al conseguir sus independencias en el siglo XIX. Nos llama a asumir la heterogeneidad cultural, la cual no quiere decir atraso, sino pluralidad, étnica, de clase y de género interseccionalidad” Barbero (1968)

La existencia de tradiciones conceptuales previas que posteriormente la disciplina de la comunicación tomará como fundamentos de su propia práctica científica, tradiciones que hace tiempo han dejado de funcionar como principios constructivos en la investigación de la comunicación. (Vidales, 2014)

La racionalización como elemento común, un proceso cuyo avance puede observarse en el campo de la política, la justicia, en la economía, en las creencias, en las costumbres, en la concepción del sujeto, en las relaciones sociales, en la producción artística, en la producción del conocimiento. (Cuesta, 2003)

“Las teorías sistémicas de la comunicación podrían considerar formas adicionales de comunicación, como las especificaciones operacionales, estructurales o culturales de la primera forma de Baecker (2005) y, así, aventurarse en un tipo de investigación empírica de comunicación que busca estar siempre en contacto con alguna complejidad ahí afuera y que busca reflexionar respecto a las propias distinciones que está ocupando”.

2.2 Comunicación audiovisual

Zurian, (2014) da a entender por lenguaje audiovisual “el conjunto de normas de utilización y símbolos para crear una forma propia de comunicación. Este sistema se fundamenta en dos sentidos: el oído y la vista. Por lo que en él los contenidos icónicos están por encima de los verbales”.

Los elementos que componen el lenguaje audiovisual se demuestran en los siguientes aspectos:

- **Sintácticos:** “La sintaxis se ordena en tres componentes, el espacio, el tiempo y el movimiento”.
- **Morfológicos:** “Encontramos tanto elementos sonoros como visuales; respecto a los sonoros son cuatro los que lo conforman: el silencio, la música, la voz y los efectos”.
- **Semánticos:** “Este elemento le da significado connotativo o denotativo según si son objetivos o subjetivos”.
- **Estéticos:** “Son aspectos estéticos para que el lenguaje audiovisual cobre sentido”.

- **Didácticos:** “Es una forma de comprender los contenidos de forma pedagógica, para ayudar al aprendizaje apoyados por preguntas o resúmenes”. Euroinnova, (2019)

2.2.1 Funciones del lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual, al igual que el resto de lenguajes, tiene una serie de funciones que afectan y transforman los mensajes que se quieren transmitir. Euroinnova (2023).

Diferentes funciones:

- **Función referencial:** “permite ofrecer a través de un vídeo, imagen o sonido una visión cercana a la realidad. Un ejemplo de esta función la tenemos en los documentales sobre el reino animal, o sobre ciudades, hechos históricos”.
- **Función emotiva:** “tratar de acercar y despertar en los televidentes sensaciones, empatizar con una problemática presentada, etc. Un ejemplo podría ser un vídeo que narra cómo era la vida en los campos de concentración durante la II Guerra Mundial, con testimonios reales de los que vivieron allí”.
- **Función conminativa:** “trata de despertar una reacción en el receptor. Se utiliza mucho en campañas publicitarias o discursos políticos”.
- **Función fática:** “con esta función no se transmite información, sino que es la encargada de atraer y retener la atención del receptor. Por ejemplo, cuando en un vídeo se saluda o se formula una pregunta para la que no se espera respuesta”.
- **Función poética o estética:** “busca transmitir un equilibrio artístico cuando se transmite un mensaje. Esta función trata de despertar en el espectador una sensación de bienestar, motivar la visualización de lo que se ve, captar la atención y sobre todo retener al espectador hasta el final del vídeo”.

- **Función de metalenguaje:** “facilita la elaboración de contenidos por el receptor al identificar los propios códigos del lenguaje. Por ejemplo, cuando en un vídeo el director muestra la propia escena de ficción sobre la que se va a grabar”. Euroinnova, (2019)

Si el audiovisual es un modo de expresión tanto lingüística como semiótica, basado en convenciones y sistemas de signos, se entiende que requiere de una alfabetización propia. Patrick Zabalbeascoas (2013). En un momento en el que los paradigmas y las teorías *tradicionales* de la imagen nos interpelan ante la complejidad de la imagen audiovisual contemporánea, nos decantamos hacia nuevas articulaciones teóricas, más flexibles y relacionales, por lo tanto, hacia un terreno más dinámico, que pasa por abrirse a nuevas disciplinas y diferentes áreas de estudios. Una apertura de carácter epistemológico, que contribuya a cuestionar las bases del proceso de investigación sobre la imagen”. Casetti, (2005)

Stam, (2001) “La semiótica postestructuralista comparte con la estructuralista la premisa del papel determinante, constitutivo del lenguaje y la tesina de que el significado se basa en la diferencia, pero rechaza el ‘sueño del cientificismo’ estructuralista, las esperanzas de estabilizar el juego de las diferencias en el interior de un gran sistema general que englobe todos los aspectos de la cultura”.

Lauretis, (1992) “La semiótica postestructuralista se aleja, así, de la clasificación de los sistemas de signos, sus unidades básicas, sus niveles de organización y se acerca a la exploración de los modos de producción de signos y significados, a las formas en que se usan, se transforman o se violan los códigos y los sistemas en la actividad social”.

2.3 Teoría del comportamiento

“Una de las principales razones del creciente interés de las ciencias sociales y del comportamiento es que se presume que es un constructo maleable,

es el resultado de la interacción del individuo con el contexto, por tanto, es sensible a la variación del entorno. En el campo de los medios de comunicación, ese entorno está pasando por un momento de profundo cambio, con lo cual las lógicas conocidas que permitían a los actores diseñar experiencias altamente gratificantes para las audiencias es posible que ahora estén siendo menos eficaces, así se vuelve relevante profundizar en esta relación”. González (2016)

Las imágenes digitales y el manejo del color facilitan el aumento de la densidad de información contenida en las ilustraciones, la animación y la interactividad permiten comunicar procesos para recrearlos respectivamente. (Köppen, 2006)

Anderson (2006). “Tales escenarios consisten en que la atención de un mercado, o de una gran audiencia, se centra alrededor de una pequeña selección de opciones de productos o contenidos, llamados “hits”, pero, al mismo tiempo, se produce una larga cola de pequeñas audiencias interesadas en multitud de opciones de contenido que responden a sus preferencias personales particulares”.

“Más allá de exponerse a los mensajes e interpretarlos, hoy los consumidores de cualquier medio de comunicación tienen la posibilidad de retroalimentar, modificar, crear a partir de lo consumido, incluso contribuir a la difusión a través de sus redes de contactos. Esas decisiones y acciones de las audiencias cada vez son más variadas, otorgando así mayor nivel de complejidad a los procesos de comunicación”. González (2016)

“Las ciencias de los medios y de la comunicación estudian los mensajes contenidos en las imágenes, mientras que la semiótica enfatiza los signos. A partir de los descubrimientos en las ciencias cognitivas, la imagen ha adquirido un papel fundamental dentro de la pedagogía en cuanto al aprendizaje y la memorización en la didáctica”. Köppen (2006)

Figuroa (2013) “El verdadero sentido de haber insertado en los diseños curriculares lo que se ha dado en llamar las materias de

teorías de la comunicación; ese conjunto de saberes, conocimientos, explicaciones que no solamente resultan fundamentales para seguir construyendo nuestro campo disciplinario, sino además procurar que realmente se alcance una formación del futuro egresado comprometido con su realidad, entorno y exigencia sociocultural de producir mensajes que verdaderamente despierten la acción social para el cambio: un reto mayúsculo al que nos confronta nuestra actividad para el futuro inmediato”.

En esta tradición la comunicación ha sido teorizada como un proceso de expresión, interacción e influencia, un proceso en el que el comportamiento de los humanos o cualquier otro organismo complejo expresa mecanismos psicológicos, estados y rasgos y, a través de la interacción con expresiones similares de otros individuos produce un rango de efectos cognitivos, emocionales y de comportamiento. (Vidales, 2014)

Barbero (2015) “Considera que el lenguaje es la herramienta que permite que la comunicación sea realizada, aunque el autor coincide con las teorías de la subjetividad. De esta forma, el lenguaje no es sólo un elemento cultural, sino un elemento que se constituye en la alteridad. Conforman las subjetividades y hace posible la interacción entre otros y semejantes, entre quienes son individuos que –además– forman parte de una cultura”.

“El componente motivacional subyacente a la experiencia, es decir que es un factor que la afecta y es el que en últimas determina si la experiencia sucederá o no, debido a que genera atracción o repulsión en el usuario”. González (2016)

“Al mismo tiempo, la formación individualizada y flexible realizada fuera de los contextos y circuitos tradicionales de la instrucción, va adquiriendo mayor transcendencia como no había ocurrido anteriormente, entre otros motivos

por asumir como principio operativo de acción que cada persona tiene sus propias posibilidades y características de aprendizaje”. Cabero (1996).

Es bien sabido que tanto la necesidad del conocimiento como el de la curiosidad, son características innatas de la condición humana. Los seres humanos siempre hemos sentido dicha necesidad de dar y obtener respuesta ante las preguntas acerca del origen, destino, presente y de nuestro devenir histórico por supuesto. (Figuerola 2013)

La conciencia de consumo por parte del consumidor, que, a su vez, implica ser consciente de la necesidad o anhelo de acceder al contenido y ser consciente de la amplia disponibilidad de productos a través de los cuales se puede atender dicha necesidad. (Napoli, 2011)

“Naturalmente existen problemas con las imágenes en la era digital. Pueden prestarse a la manipulación o a intervenciones de edición exageradas que afectan su intensidad. Esto significa también posibles dificultades en un proceso de dictaminación que no está normado para el material visual, y todavía los artículos no incluyen siempre la información sobre el proceso de creación de las imágenes, asunto que en realidad tendrá que formar parte sustancial de la sección de métodos en los artículos científicos”. Köppen, (2006)

“La comprobación empírica del modelo dejó ver que la complejidad en los recursos formales que componen el mensaje (sonido, color, movimiento, etc.), así como la presencia de información y de contenido emocional, permiten que la atención del televidente se active con mayor presencia de estos elementos se inviertan más recursos cognitivos en el proceso de atención, lo cual da como resultado más facilidad y mayor calidad de recuperación de la información por parte del consumidor”. Lang, (2000).

“Esta apropiación personal y social de los medios y los recursos -en especial de las tecnologías de la información y la comunicación-, puede concebirse como una doble apropiación mediatizada, técnica, por un lado, y

simbólica o de sentido por el otro. Apropiación técnica como dominio de la información del control sobre las técnicas y los objetos, en otras palabras, sobre el entorno mismo. Y apropiación simbólica como dominio de la expresividad y la comprensión, como formación de la intersubjetividad”. Figueroa (2013)

Los nuevos desarrollos que se están presentando apoyados en las nuevas tecnologías de la información y comunicación, se muestran como verdaderas opositoras a la misma, al fomentar la interacción y el aprendizaje fuera de las barreras usuales del espacio y el tiempo, y produciéndose la enseñanza y el aprendizaje en un no lugar que está empezando a denominarse como ciberespacio. (Cabero, 1996).

“Además de aportar novedad en el proceso metodológico, fortalece la premisa sobre la importancia del ambiente en el que se ubican los anuncios publicitarios, de los programas los cuales lleva a plantearse la necesidad de estudiar los elementos que generan la relación con un producto”. González (2016)

Esto es la evidencia de la necesidad de un enfoque diferenciado capaz de incluir los aspectos fenomenológicos y sociales de la cognición, el lenguaje y la comunicación, así como la naturaleza biológica y el comportamiento de los sistemas vivos, pero fundamentalmente, una teoría de la significación y el significado ausente en las propuestas precedentes. Vidales, (2014)

Fullan, (1994) “Las instituciones educativas no cambian solas, sino que la cambian las personas, que incorporan los instrumentos técnicos-didácticos que se utilizan en las mismas y en este caso no debe de haber la menor duda que la escuela como institución social de formación cambiará, ya está cambiando, con la utilización de las nuevas tecnologías y con el uso que hagamos de las mismas”

Al incorporar en él las nociones de contexto en que se produce la trasmisión y al diferenciar con claridad las funciones determinantes que puede cumplir el lenguaje, por tan solo mencionar un mínimo aspecto de su propuesta. Wolf, (1985)

“En cuanto a la cantidad de ilustraciones que contiene un conjunto ilustrativo y el espacio que ocupan, podemos ver cierta rebelión de los autores contra las limitaciones para incluir educaciones al utilizar estrategias como la densificación, la aglutinación y la aglomeración”. Köppen, (2006)

2.4 Teoría del líder de opinión

En la sociedad existen individuos que se destacan por tomar un caudillaje, convirtiéndose en un medio que apoyara a los demás individuos a enfatizar informar, apoyar y representar los intereses de un grupo social. El líder de opinión no solo se conoce como la voz del grupo, sino es aquel que tiene la experiencia y la decisión de tomar el rumbo que mejor conlleve a este conjunto. “La opinión pública como una opinión bien discriminada e informada de ciudadanos responsables deseosos de involucrar al gobierno en debates razonables”. Petersen (2004), relacionado con Sartori (1993) “plantea la idea de que, evidentemente, existen influyentes e influidos, y existe un núcleo de personas que plantean una posición que será asumida en cierta medida por otros individuos. Este influir no es necesariamente automático ni lineal”.

"La opinión pública es el producto del proceso transformativo de informativo introducida en el sistema abierto de clima de opinión pública" (Tuesta, 1997)

“Se desarrolla en la publicidad burguesa una consciencia política que consigue articular la idea con la exigencia de leyes generales, abstractas, contrapuestas al dominio absoluto que aprende, a afirmar sí misma, es decir, a la opinión pública como la lírica fuente legítima de esas leyes”. Habermas (1981)

“Un grupo de individuos que desde diferentes áreas: académicos, políticos, sector privado, organizaciones sociales y medios de comunicación”. Castañeda (2000). “Se menciona que existen varias cualidades que un líder debe de tener, pero hay algunas que no pueden dejar de poseer que lo convierten en un mejor líder. Dentro de este aspecto detallaremos los indicadores: Honesto, es el

individuo que defiende sus opiniones cuando sabe que son justas, no solo se refiere a la manera de pensar y no solo a la manera de actuar”.

“El liderazgo de opinión se puede definir como un rasgo de personalidad que incluye la capacidad de influir informalmente en los demás, dejando una huella notable en los comentarios, formas de pensar y conductas de su ambiente”. Amaya (2018)

McCartney (2016) en su investigación menciona algunas de las características de los líderes de opinión exitosos en un modelo de confianza acotada, “Ellos tienen como su objetivo general que analiza el impacto de los líderes de opinión en competencia en la captación de seguidores en un grupo social basado en un modelo de confianza acotado en términos de cuatro características: reputación, terquedad, atractivo y extremado”.

La opinión pública lo es todo. Con el sentimiento público nada puede fallar; sin él, nada puede tener éxito. En consecuencia, el sentir público es más profundo que los estatutos o decisiones. El hace las leyes o decisiones posibles o imposibles de ser ejecutadas. (Lincoln, 1858)

Sicilia, (2016) en su estudio “Identificación de líderes de opinión leales. Asumen la responsabilidad de reconocer a los líderes de opinión fieles a la marca, a través de los datos que suministra la red social”.

Berrocal (2004) en su estudio “Una aproximación a la nueva retórica del líder político televisivo: acciones, cualidades y discurso” busca acercarse a la figura del líder político actual, de tal forma que se dé respuestas a ¿quién se asigna hoy en día el término de líder político? o ¿qué es liderazgo político? Teniendo como conclusión que para poder conseguir el liderazgo político se debe tener conocimiento y dominar el medio audiovisual”. “Los líderes de opinión desempeñan el cargo de dar a conocer la investigación que llega de los exteriores, la indagación proviene de los medios a los individuos con mayor información, para

luego transmitir los datos de la investigación con su comentario adecuado. De manera que, interpersonalmente la información pasa a otros sujetos que no tienen el mismo contacto con la fuente principal”.

“Todo tipo de campana de comunicación, sea de prensa, de relaciones públicas, políticas, etc, busca persuadir sobre la conducta de un determinado público, para influir sobre sus costumbres y percepciones. Estas se organizan en función a un documento o plan que es elaborado por el equipo impulsor de la campana”. Baez (2000)

2.5 Proceso de la percepción

“La percepción es biocultural porque, por un lado, depende de los estímulos físicos y sensaciones involucrados, por otro lado, de la selección, organización de dichos estímulos y sensaciones. Las experiencias sensoriales se interpretan y adquieren significado moldeadas por pautas culturales e ideológicas específicas aprendidas desde la infancia. La selección y la organización de las sensaciones están orientadas a satisfacer las necesidades tanto individuales como colectivas de los seres humanos, mediante la búsqueda de estímulos útiles y de la exclusión de estímulos indeseables en función de la supervivencia y la convivencia social, a través de la capacidad para la producción del pensamiento simbólico, que se conforma a partir de estructuras culturales, ideológicas, sociales e históricas que orientan la manera como los grupos sociales se apropian del entorno. La percepción es el proceso activo de localización y extracción de la información obtenida del medio externo”. Groffman (2006).

El individuo desarrolla la conciencia de su cuerpo con relación al espacio y la relación existente entre los objetos y él. Las habilidades espaciales son importantes para muchas destrezas que incluyen “navegar” a través del mundo giros a la derecha o la izquierda, el seguimiento de instrucciones “pon tu nombre en la esquina derecha de la influencia de la percepción visual en el aprendizaje

(Vishwanath y Kowler, 2003).

Martin (2006) “Percibe que la forma es la habilidad para discriminar, reconocer e identificar formas y objetos. Una de las principales disciplinas que se ha encargado del estudio de la percepción ha sido la psicología y en términos generales, tradicionalmente este campo ha definido a la percepción como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y trascendencia para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización”.

La percepción social desde la explicación de la conducta, da cuenta del comportamiento de los demás se afirma que la mayor evidencia de lo razonable de los juicios sociales proviene de su investigación sobre la integración de la información. (Anderson, 1968)

A partir de los planteamientos de Merleau-Ponty (1975) “se ha presentado un punto de vista filosófico distinto. Este autor muestra a la percepción como un proceso parcial, porque el observador no percibe las cosas en su totalidad, dado que las situaciones y perspectivas en las que se tienen las sensaciones son variables y lo que se obtiene es sólo un aspecto de los objetos en un momento determinado”.

2.6 La figura del antihéroe

Persona que representa cualidades opuestas a las típicas del héroe. Especialmente referido al personaje de una obra de ficción. RAE (2022)

Onega, (1983) “Se atiende solamente a la morfología de la palabra, es de esperar que el prefijo “*anti*” al frente de esta denote un sentido de negación respecto al héroe que crea contrariedad”.

Así, como señala *Onega*, una parte de los personajes de la literatura son antihéroes si por ello entendemos el personaje que encarna valores negativos y cuya fundación en la obra es sobre todo la de suscitar la repulsa o la mofa del

público” Morrell, (2008)

“Así mismo, el objetivo de estos en su historia no es otro que el de resolver una tarea social que, debido a la posición que ocupan en su sociedad, con lleva una importante carga de responsabilidades” Casariego, (2000).

Por este motivo, sus cualidades oratorias y militares se sitúan por encima del estándar, ocupando una posición contigua que le permite estar por encima del resto de los comunes. West, (2014).

“Si comparamos el concepto de héroe o incluso el de villano, con el de antihéroe, observamos que este último carece de un profundo trasfondo histórico, cultural y puede considerarse, en gran parte, ajeno a la teorización profunda por parte de la teoría de la literatura”. González-Escribano, (1981),

La figura del antihéroe, por ende, no solo ha sido omitida en los clásicos y en el mundo homérico del que surgieron las grandes hazañas, mitos protagonizados por héroes y heroínas (García-Gual, 2017; Vernant, 2000),

Rubio, (2015) “Como veremos en el siguiente apartado, se empieza a hablar de antihéroes o más bien, de personajes antiheroicos, a partir de la llegada de una serie de personajes literarios que se desvinculan de la clásica configuración del protagonista en torno al concepto de héroe. Se trata de una deconstrucción de los valores que hasta entonces se consideraba que debía tener un personaje principal. Valores que en el caso de estos nuevos personajes distaban mucho de los que caracterizaban al héroe clásico”.

Escribano (1981) resalta que “el antihéroe no es un contrario, sino, diferentemente, una alternativa, otra manera de ver y contemplar el mundo. En consecuencia, lo que se debe esperar de él no es, bajo ningún concepto, una antítesis del heroísmo como podrían serlo la ambivalencia en bondad frente maldad, generosidad frente a egoísmo, castidad frente a lujuria, etc., sino por el contrario, una positividad de carácter distinto”.

Rubio, (2015) comenta que podemos apreciar que los antihéroes no funcionan como la oposición al héroe como sí lo haría el villano, sino que se trata de una evolución del concepto de protagonista que sustituye la figura del héroe, situada en ese plano a medio camino entre lo mortal y lo divino, por un personaje plenamente humano. En definitiva, no se trata de que los héroes se caractericen por tener virtudes positivas (bondad, valentía, belleza...) y los antihéroes por tener características negativas (maldad, cobardía, fealdad...), sino que simplemente, las virtudes del antihéroe son distintas a las del héroe. El antihéroe no tiene por qué cometer actos malvados, pero puede llegar a cometerlos porque es humano.

En su famoso estudio *Morfología del cuento*, Propp (1928), “hace un análisis de la comparación de los motivos y partes constitutivas de los cuentos maravillosos tradicionales rusos, plantea que no son las funciones ni los roles de los personajes los que cambian, sino tan sólo sus nombres y atributos, relacionados con su aspecto, nomenclatura, forma de entrada en escena y hábitat”.

Ciertamente, este criterio es también el que defiende (Vogler 2002), quien ve al personaje como: “un tipo de héroe muy concreto que tal vez pudiera ser considerado un villano por encontrarse fuera de la ley, según la percepción de la sociedad”.

Según Propp, los personajes, que serían factores subsidiarios respecto a las funciones puesto que sobresalen fundamentalmente en tanto que esferas de acción en torno a las que se agrupan aquellas. “Estas no varían tampoco en su tipología funcional, pudiéndose distinguir básicamente siete: el agresor o malvado, el donante/donador o proveedor, el auxiliar, la princesa o personaje buscado, el mandatario, el héroe y el falso héroe”. Valles, (2002)

“La peculiaridad del antihéroe surge de su configuración psicológica, moral, social y económica, normalmente traducida en términos de descalificación. En este aspecto, el estatuto del antihéroe se establece a partir de una desmitificación del héroe, tal como lo entendieron el Renacimiento y el Romanticismo; del mismo modo, la transición de la aventura a la novela, banalizando la figura del protagonista y presentándolo con frecuencia con defectos y limitaciones, constituyó también un factor de desvalorización que ha de tenerse en cuenta. Presentado como personaje traspasado de angustias y frustraciones, el

antihéroe concentra en sí los estigmas de épocas y sociedades que tienden a aislar al individuo. Fue sobre todo la literatura posromántica la que consagró a esta figura como polo de atracción y vehículo de representación de los temas y problemas de su tiempo”. Reis, (1996)

2.7 Características de los antihéroos

Los antihéroos, tanto en los comics como en los personajes sociales, siempre han tenido tintes de héroe o villano, por lo que varias veces son poco reconocidos. Por eso es importante en este apartado mencionar algunos parajes que se destacan como diferenciadores de los héroes o villanos. Por consiguiente, es posible afirmar que existe una clara dicotomía entre el objetivo o fin último del antihéroe y sus propósitos iniciales, que pueden ser:

- “Egoístas, contrarios al héroe, como la venganza”.
- “Positivos y heroicos, aunque motivados por un interés propio, con la búsqueda de la verdad o sus orígenes”.
- “Neutros o dispares frente a la dialéctica clásica entre lo considerado el bien y el mal”.

Los siete personajes escogidos se relacionan con las seis características comunes de los antihéroos y antiheroínas que se han extraído de la revisión bibliográfica:

- “Es mortal, aun pudiendo tener poderes sobrenaturales”.
- “No responde a estereotipos de héroes clásicos y modernos”.
- “No responde a estereotipos de villanos tradicionales”.
- “Código ético propio”.
- “Conflicto interno”.
- “Presenta contradicción y ambivalencia. Cuestionado por su entorno”.

“Todos los personajes cumplen, en mayor o menor medida, con las características comunes del antihéroe derivadas de la revisión literaria”. Vidal-Mestre (2022)

Qualitas (2023) “El antihéroe puede servir para mucho si se utiliza con habilidad. Un antihéroe aporta a un guion el condimento y el sabor que un formato ordinario de héroe-villano no puede aportar. El enfoque más secular de la idea de usar el antihéroe demuestra que tiene mucho más potencial en comparación con el estilo convencional. Puede emplearse para representar muchas cosas a la vez, como defectos sociales, fragilidades humanas y cultura política”.

“En el antiheroísmo, este personaje despunta por llevar haciéndolo desde joven. El superviviente nace desamparado e inerme, con los bolsillos vacíos. Debe enfrentarse al mundo prácticamente solo. A veces lo desprecian; otras tantas, abusan de él. Pero a medida que va madurando y ganando experiencia, aprende, progresivamente, a usar el juego sucio y la autonomía”. Valin, (2015)

Savater (1982) Los valores morales por los que se rige el antihéroe junto a la toma de decisiones más que cuestionables y a menudo más cercanas a las del villano que a las del héroe, lo convierten en una figura compleja y, por su anarquismo, difícil de analizar. A esto se le puede sumar, por un lado, la diversidad ideológica yacente entre el público, condicionada por infinidad de factores como el sexo, la edad, la clase social o incluso la raza del implicado, que desencadena una reacción dispar en cada individuo y que ya defendía la ética marxista, con su teoría de que el hombre se hace a sí mismo a través de la historia en la sociedad (o lo que es lo mismo, que cada colectividad se hace en vista del panorama que la rodea).

Resumiendo, los catorce rasgos que identifica en los antihéroes según este análisis son los siguientes:

- 1.- “Se trata de figuras inadaptadas, con fobias sociales, donde sus reacciones ante lo social funcionan como motor de la acción”.
- 2.- “El conflicto como detonante que descubre las vergüenzas morales de una sociedad”.
- 3.- “Personajes corrientes, limitados y no heroicos”.
- 4.- “Figuras que actúan como reflejo del tiempo en que viven, no como modelo a seguir”.
- 5.- “El antihéroe sirve para estructurar una crítica social”.
- 6.- “Predominancia de escenarios realistas”.
- 7.- “Importancia del factor psicológico y de la dimensión mental y reflexiva del personaje”.
- 8.- “Los protagonistas siempre están en evolución y tienen un comportamiento imprevisible”.
- 9.- “Su experiencia vital les revela una realidad distinta a la asumida”.
- 10.- “El desengaño, la tristeza y la apatía como consecuencias de sus actos”.
- 11.- “La atmósfera oscura como contexto de partida”.
- 12.- “Soledad como consecuencia de la incompreensión que sufre el personaje”
- 13.- “Paradojas y contradicciones en el antihéroe”.
- 14.- “La ironía como canal de expresión de la rabia y de la impotencia.”

2.8 Estereotipos del antihéroe

Después de analizar la información sobre el concepto y las características de los antihéroes, enfatizamos algunos de los estereotipos que son manejados en todas las formas, desde los más antiguos hasta los más actualizados, describiendo cada una de sus rasgos y puntos destacables que estas variantes de personajes tienen.

2.8.1 El Superviviente

“Se entiende en el antiheroísmo superviviente como un sujeto desamparado e indefenso, con los bolsillos vacíos y enfrentándose al mundo

prácticamente solo. A veces lo desprecian otras tantas, abusan de él. Pero a medida que va madurando y ganando experiencia, aprende, progresivamente, a usar el juego sucio y la autonomía. Es por tanto, un personaje inteligente, astuto, poco ambicioso, pero sí inquieto soñador”. Valin, (2015)

2.8.2 Antihéroe canalla

“Es un sinónimo de pillo y bribón, una ilustración de este antihéroe es Jack Sparrow. Suscitado por un carácter pragmático, indolente y cínico, la mirada del canalla no ve más allá de él mismo y de sus vicios (en este caso, mujeres, ron y alhajas). En total conciencia de que es un rufián, que actúa con narcisismo, rechazando cualquier norma social o precepto, de un modo ocurrente y jovial, atrapando al público con sus monerías y un atractivo físico avisado. Sin reparos para expresar su opinión, actuar como le plazca”. West (2014)

2.8.3 Antihéroe lunático

“El lunático es un hombre inestable, un demente con problemas mentales, que vive en un mundo corruptamente paralelo a la realidad. Su locura es producto de un pasado angustioso a menudo arraigado. Este personaje hiere a aquellos que lo atormentan o dañan a los que lo rodean, puesto que solo busca el bien mayoritario. Se le entiende como a un personaje pasional e irreprimible, que vive en el éxtasis”. West (2014)

2.8.4 Antihéroe solitario

“El solitario, a la par que está enfadado e irradia cólera, también es un ser débil, quebradizo. Este personaje ha sido martirizado no solamente por la sociedad en la que vive, sino también por su círculo más cercano: su propia familia. La frustración que amara de sus pensamientos lo convierten en alguien implacable, aunque lastimero, pétreo pero sensible, que vive mentalmente aislado del resto”. Zdunkiewicz, (2019)

2.8.5 Antihéroe bicho raro

“Las rarezas y peculiaridades del bicho raro no encajan en el puzle estigmatizado de la sociedad. Su presencia risible en las historias es, normalmente, ridiculizada o evitada. Sin embargo, son personajes peculiares y excéntricos cuyas singulares aficiones y acciones provocan una sensación de entrañamiento, comprensivo y atrayente sobre el público imposible de repudiar”. Morrell, (2008)

2.8.6 Antihéroe sublevado

“Es la anti-autoridad. Para él, el bien y el mal convencionales son inasumibles y anómalos, pues se rige por un código moral distinto. El sublevado, debido a sucesos pretéritos, quiere tomarse la justicia por su mano y no le importa poner en riesgo al mundo entero solo por sus tormentos; es un egoísta total”. Morrell (2008)

2.8.7 Antihéroe psicópata

“Son individuos manipuladores, seductores y fascinantes que, con una egolatría descarada, se sitúan por encima de los demás. Saben persuadir, conocen cómo hacerlo: poseen aptitudes de pavoroso fingimiento en dialéctica con las que consiguen llevarse a sus víctimas para saciar sus fantasías psicopáticas. Además, a menudo pertenecen a castas acomodadas que les han posibilitado acceder a estudios superiores para poder formarse intelectualmente y ganarse un puesto de importancia entre los que destacan prodigiosos médicos, empresarios, abogados”. West (2014)

3 Capítulo III. Análisis del modelo del antihéroe desde la perspectiva de la sociedad mexicana

3.1 Metodología de investigación Marco metodológico

Este capítulo tiene como objetivo describir los métodos empleados para la recopilación y análisis de la información realizada para el estudio del tema a tratar. Donde se exhiben el enfoque de investigación, instrumentos y las técnicas que apoyaron para la recolección de datos claves para la investigación.

Con los datos obtenidos se ira conociendo los puntos destacables de toda investigación, creando un nuevo orden con respecto al modo que se debe llevar a cabo en los rangos, para así llevar a cabo el proceso metodológico de este proyecto. A continuación, se presenta el diseño metodológico utilizado.

3.1.1 El método de investigación

El método de investigación que se utiliza en este trabajo, se define en estudios de investigación cuantitativa; "la cual es estimada para analizar profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar un esquema que resalten los resultados encontrados sobre este tema de investigación".

Este estudio se desarrolla en un proceso de impacto que tiene el personaje en la sociedad, el cual parte de la definición de temas relevantes con la sociedad relacionados con el comportamiento que ellos toman, la cual se ha estudiado a profundidad.

3.2 Estructura de investigación

En analogía al diseño de la investigación se hará hincapié en

varios semblantes de la teoría de la comunicación de masas, la percepción, el comportamiento que causa el antihéroe en la sociedad. Con el procedimiento escogido se busca generar un análisis que explique en un nivel conceptual que genera el sujeto de este estudio. Desarrollaremos por un boceto de la *teoría fundamentada* puesto que está es principalmente lucrativa para cubrir el proceso de estudio, como es el caso determinado de la clarividencia de la comunicación, el análisis de la percepción y las características de los antihéroes.

3.3 Transversales

El rumbo de esta investigación, se inició del pensamiento de la situación a través de la parábola y la imagen artificial de los antihéroes; Este, menciona la descripción que vive la realidad social de este entorno y explicar los enfoques como pueden ser la “interpretación literal o como una interpretación a partir de la reconstrucción del mundo”, el ir definiendo su contexto fue fundamental para crear las perspectivas que se irán encontrando. Nos basaremos en las interpretaciones desde la aceptabilidad que se cumplirán fundar en estos criterios:

- Que son el tomar lo destacado de los antihéroes sobre como incluyen más que los héroes o villanos. Al mismo tiempo en descubrir cómo han ido evolucionando y ser tomados en cuenta cada vez en más proyectos.
- Ir demostrando como este sujeto se impacta y que crea un impacto a imitar por parte de la sociedad.

3.4 Muestra

En dependencia a la opción de la “muestra”, ésta será dirigida al sujeto tipo. El cual deberá tener las siguientes características:

- 1) Conocimiento del antihéroe: Debe tener información del antihéroe, lográndolo identificar las características que lo diferencia de los héroes y villanos.
- 2) Ser parte de la sociedad mexicana: Debe ser oriundo de los Estados

Unidos Mexicanos, o tener la nacionalidad mexicana, puesto que tiene conocimiento de los acontecimiento e integración con la misma sociedad.

- 3) Conocer el contenido que se produce en streaming con respecto a los antihéroes en México de 2015 a 2020: Tener conocimiento de los servicios y ser consumidor de alguna de las plataformas de streaming.
- 4) Estar dentro del rango de edad de 25 a 45 años: debido a que son el rango con mayor contratación de estos servicios y que son los que más han provocado reacción a los contenidos que provee el servicio.

Cada uno de estos puntos nos ayudarán a conseguir mejores variables para construir las conclusiones y que se pondrán en comparación a la hipótesis, para así crear un esquema con los resultados obtenidos sobre el tema.

3.5 Instrumento

3.5.1 Cuestionario

La Rae (2023) define al como un libro que trata de cuestiones o que solo tiene cuestiones. Así mismo también es determinado por la misma RAE como un listado de preguntas que se propone con cualquier fin.

Un cuestionario es una técnica de recolección de datos cuantificables que adopta la forma de una serie de preguntas formuladas en un orden determinado. Ortega, (2023)

Se recolectará la información con relación a reseñas de caracterización de los puntos de reconocimiento como el impacto que el antihéroe tiene en los individuos. Para la realización de este cuestionario que se le hará a los individuos relacionados con las características mencionadas en el sujeto tipo.

En total se aplicaron 50 encuestas, para llevar a cabo el análisis. Este cuestionario esta constituyó de un total de 10 preguntas de opción múltiple para tener conocimiento de la relación que las respuestas tienen con nuestra hipótesis.

3.6 Variables, dimensiones e indicadores

| Variables | Dimensiones | Indicadore | Ítem |
|-------------------------------|----------------|--|---|
| Características del antihéroe | Comportamiento | Apático, Impredecible, conflictivo, valiente, egoístas y negativos | ¿Sabes que es un antihéroe? |
| | | | ¿Cuántos antihéroes conoces? |
| | Psicología | Agresivos, inadaptado, triste, solitarios, anarquista e impulsivos | ¿Distingue al antihéroe del héroe o el villano? |
| | | | ¿Cuál de las siguientes palabras describe mejor a los antihéroes? |
| | Culturales | Familia, tradiciones, espirituales y oriundos | ¿Estás de acuerdo que las series mexicanas son violentas? |
| | | | ¿Conoces algún antihéroe mexicano? |
| | | | ¿Crees que los narcos son antihéroes? |
| | Ideológica | Brújula moral, ético, bondadoso, empático, venganza y originales | ¿Crees que el antihéroe es una sátira de la sociedad? |
| | | | ¿Te has identificado con algún antihéroe? |

Tabla 1: Operación de variables cuenta de antihéroe, elaboración propia, 2023

3.7 Cuestionario

1 ¿Sabes que es un antihéroe?

Si No

2 ¿Cuántos antihéroes conoces?

Ninguno 1 a 3 más de 3

3 ¿Distingue al antihéroe del héroe o el villano?

Si No

4 ¿Cuál de las siguientes palabras describe mejor a los antihéroes?

Venganza Travieso Violento Justo Rebelde

5 ¿Estás de acuerdo que las series mexicanas son violentas?

Si No

6 ¿Conoces algún antihéroe mexicano?

Si No

7 ¿Crees que los narcos son antihéroes?

Si No

8 ¿Crees que el antihéroe es una sátira de la sociedad?

Si No

9 ¿Te has identificado con algún antihéroe?

Si No

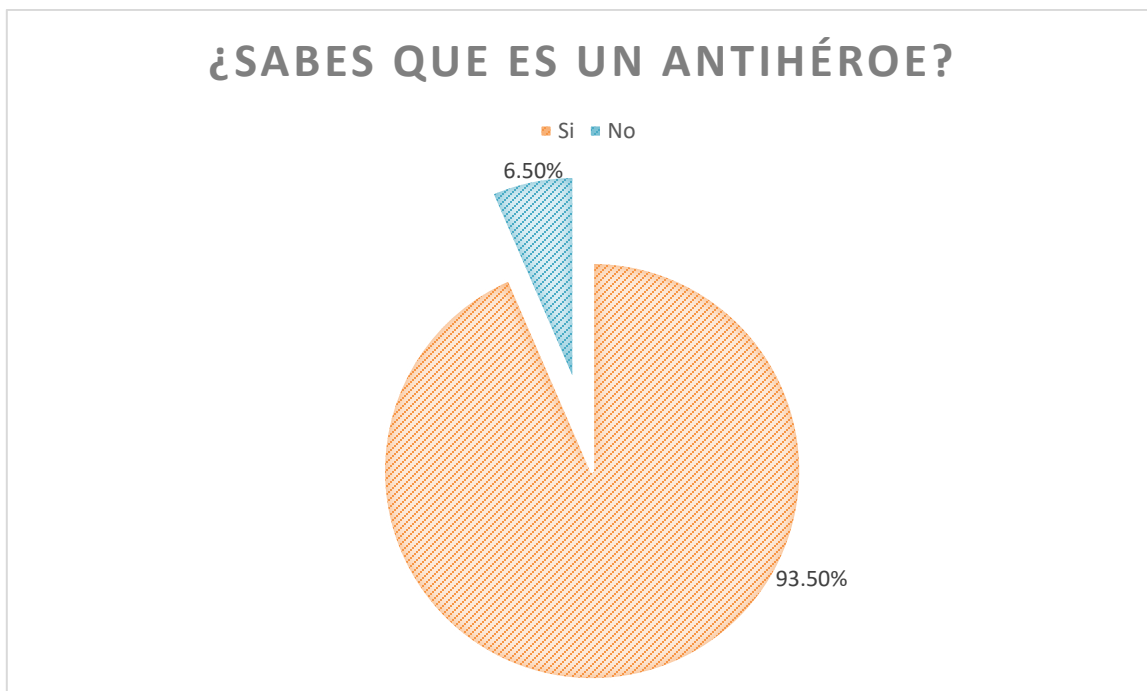


Figura 1: Conocimiento de antihéroe, elaboración propia, 2023

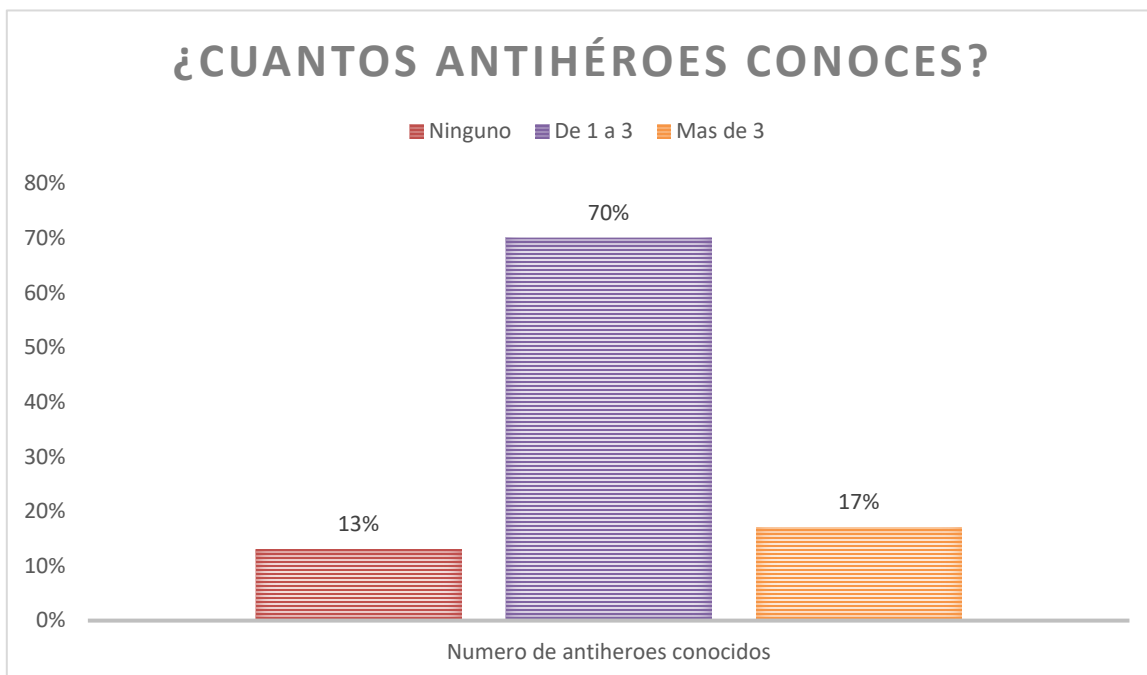


Figura 2: Conocimiento de antihéroe, elaboración propia, 2023

En relación de la sociedad mexicana con el antihéroe, se encontró que cerca del 93.50% de los encuestados reaccionaron de manera positiva al

conocer o identificar a estos personajes, asumiendo una idea de lo que es el antihéroe. Del mismo modo la figura 2 complementa el nivel de conocimiento que tiene el público sobre sobre nuestro objeto de estudio. Se demuestra en este análisis que el 70%, tiene sensatez de que reconoce de 1 a 3 antihéroes, mientras que el 17% registra más de 3 antihéroes y el 13% no reconoce ninguno.

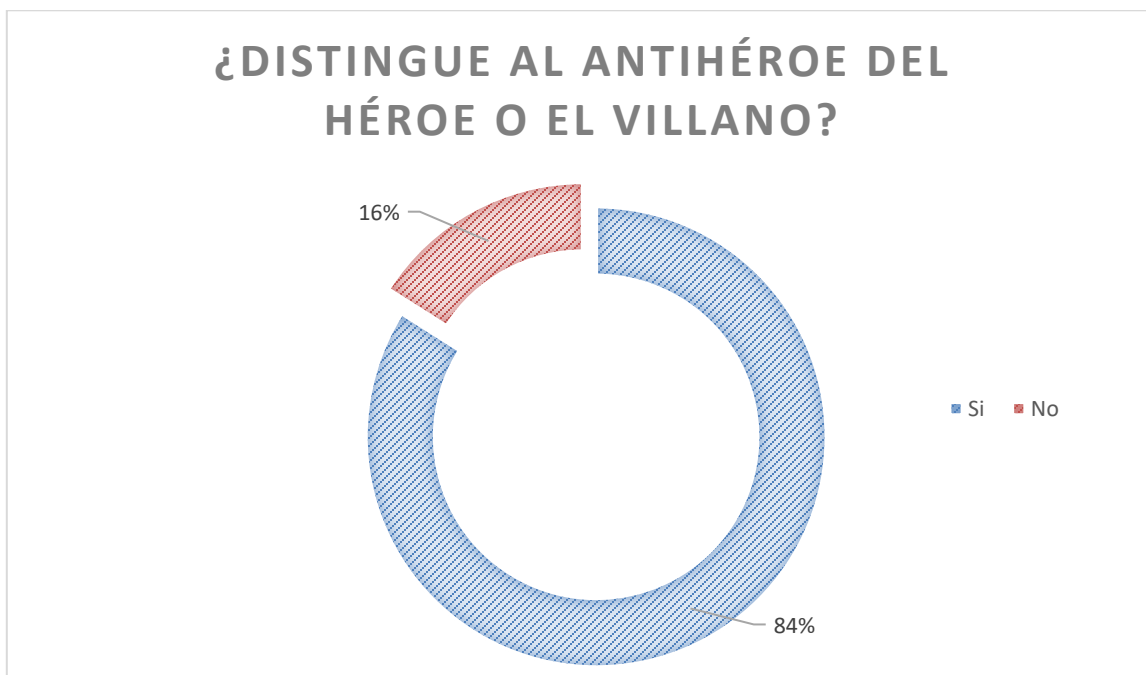


Figura 3: Distinción del antihéroe, elaboración propia, 2023

La anterior figura describe como los individuos, suele identificar a los antihéroes de los villanos y heroes que se describen en los difirentes medios, en este punto se demuestra como el 84% del consorcio, reconoce la figura antiheroica en las diferentes publicacines que se han hecho. Al mismo tiempo se ve que el 16% suele no indentificar siertos puntos especificos que los diferencian, debido a que algunos antieroes, son encajonados en las casillas de heroes o villanos.

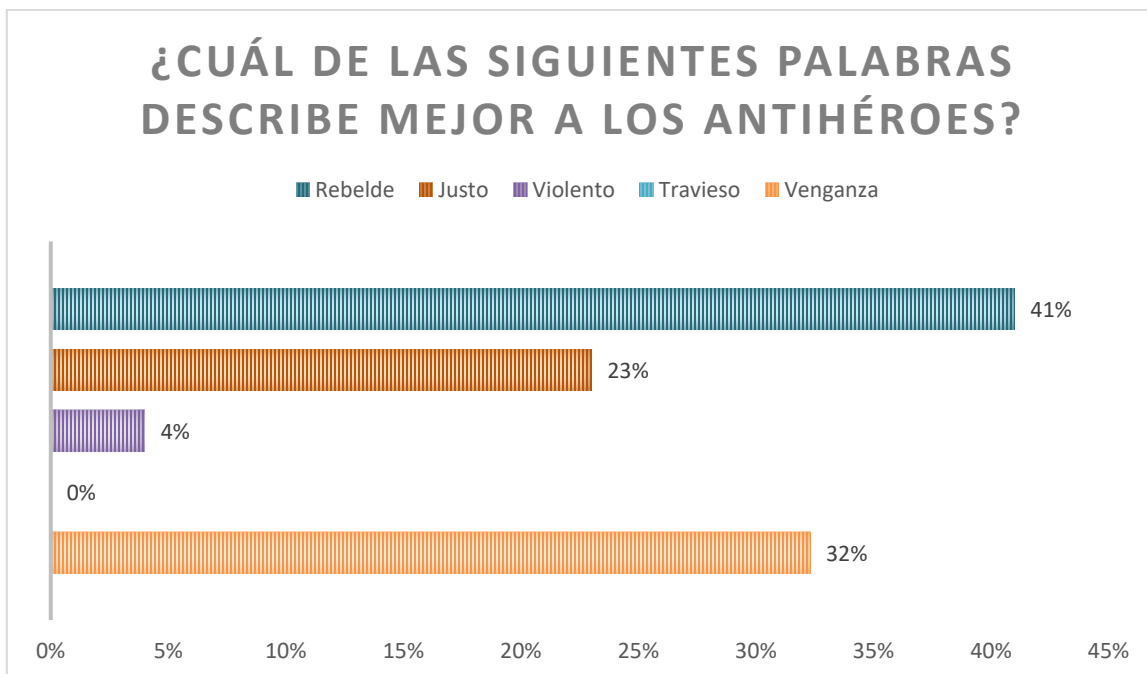


Figura 4: Característica del antihéroe, elaboración propia, 2023

Como lo demostramos en la figura anterior hay personas que aun no encuentran las diferencias o puntos clave que los aparta de heroes y villanos. La figura 4 nos indica cuales son las características que mas refieren a esta figura. Con el 41% la rebeldia se a destacado como una característica principal que el antiheroe representa la oposicion de la sociedad. De ahí le sigue la venganza con 32%, el ser justo con el 23% y la violencia con el 4%. Esta demostrado que cada una de las demas características son validas dependiendo de el tipo de contexto en el que el antiheroe se maneje, pero es claro que estos personajes continene un poco de cada una de estas características en su forma de ser.

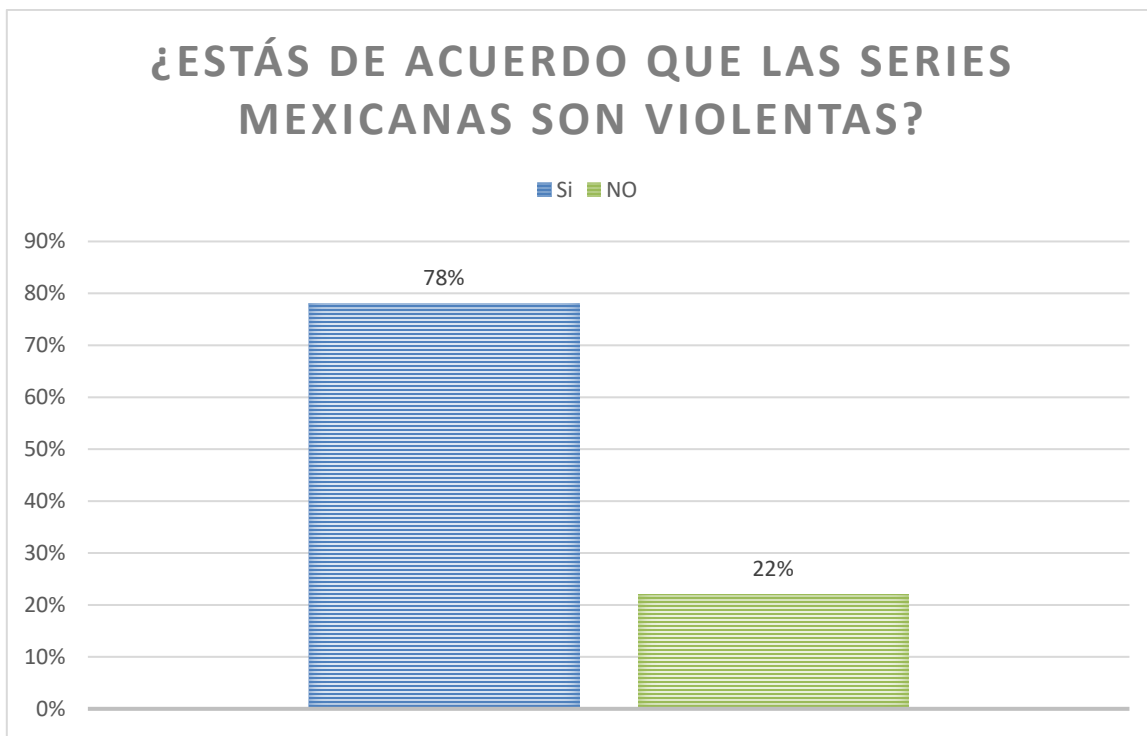


Figura 5: Violencia en las series mexicanas, elaboración propia, 2023

La producción de series de streaming en México se ha destacado por tener un contenido dirigido más aún a un público mayor, al destacar muchos de los casos que han ocurrido en la sociedad en los últimos años, un claro ejemplo es la creación de las narco-series. Las cuales se destacan por su contenido violento sexual, el uso de sustancias, delitos, etc. Este fenómeno ha apantayado a la audiencia que consume series mexicanas. Pues de acuerdo a herramienta de estudio, el 78% está de acuerdo y el 22% en contra de que el contenido que se muestra en dichas producciones se destaca por el alto contenido de ímpetu.

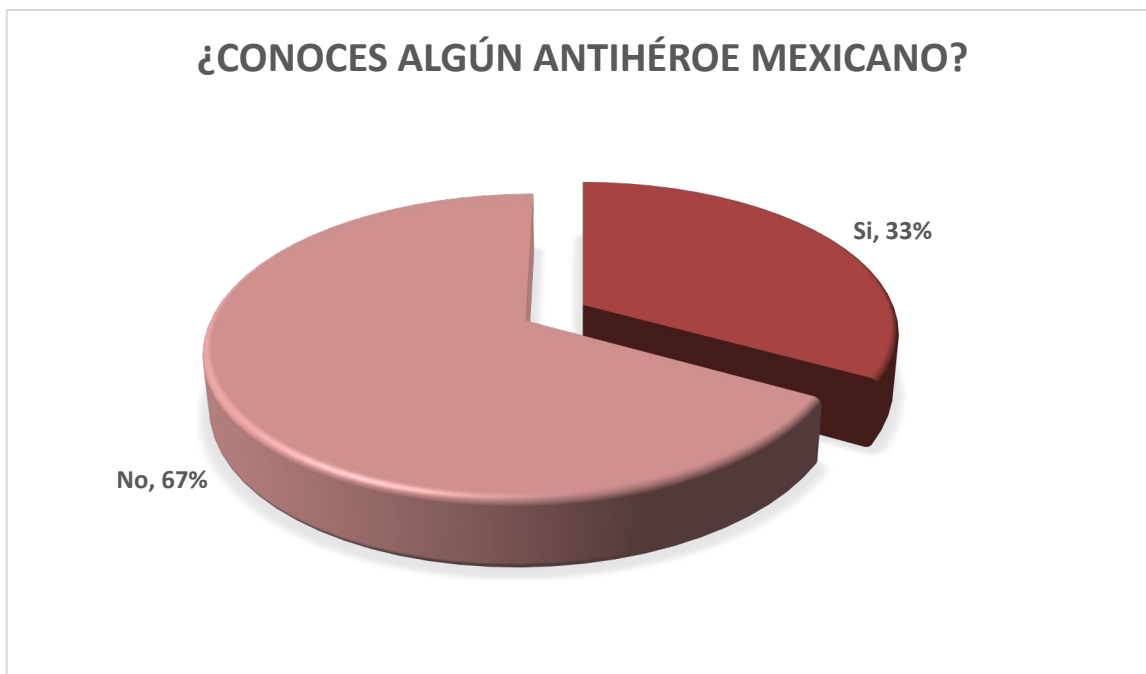


Figura 6: Conocimiento de antiheroes mexicanos, elaboración propia, 2023

Los antiheroes en el mundo son pocos reconocibles debido a que en la ficción solo se señala al héroe y villano, y solo un sector específico reconoce un poco sobre estos individuos, actualmente existen antiheroes mexicanos tanto en producciones de ficción como personajes reales e históricos. En los resultados el 67% no reconoce o sabe que existen figuras antiheroicas en la sociedad mexicana esto debido a que en todas las creaciones donde estos personajes son categorizados más como héroes o villanos. En contraste el 33% si conoce un antihéroe mexicano, destacando que uno de 1 de cada tres personas mexicanas está relacionada con estos protagonistas al ir indagando más profundo de ellos y reconociendo algunas de las cualidades que caracterizan del antihéroe.

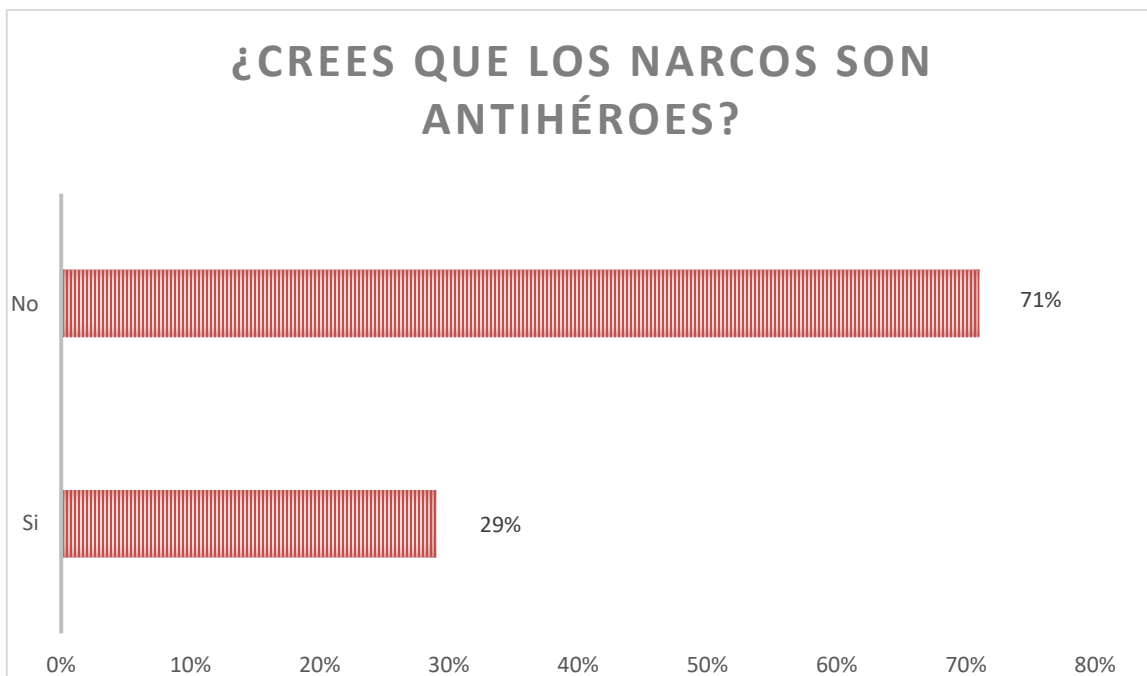


Figura 7: Narcos los antihéroes mexicanos, elaboración propia, 2023

En los resultados se demuestra que para la sociedad mexicana con el 71% los narcos no son antihéroes, puesto a que las acciones que desarrollan siguen teniendo la etiqueta de delincuentes, villanos o no tienen algún punto que los relacionen con el antihéroe en la actualidad, pero por otro lado el 29% decide que si lo es. Estos se han desatado debido al constante mención en los medios, convirtiéndolos en figuras públicas, las cuales han llegado a impactar en la cultura mexicana, estos individuos han impactado al país, al grado de crear producciones (canciones, series, documentales, productos etc.) sobre ellos.

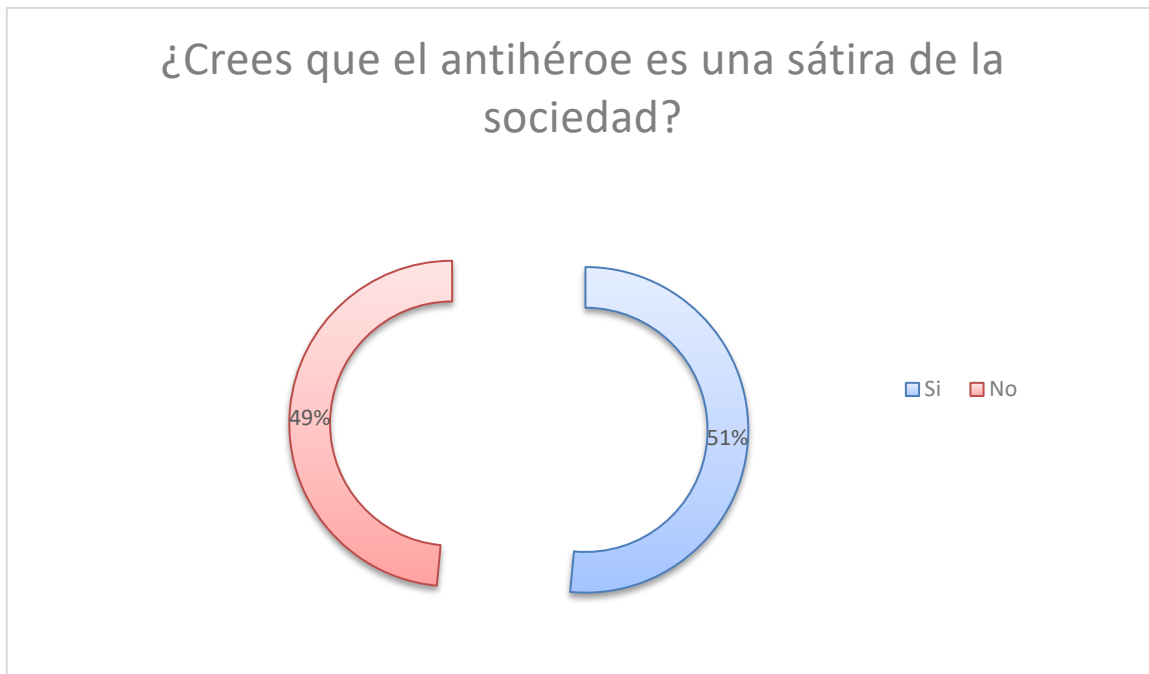


Figura 8: Los antihéroes la sátira de la sociedad, elaboración propia, 2023

En las publicaciones donde aparece el antihéroe, se pone como la figura de oposición o burla a su entorno social o un grupo en específico. Este caso el resultado fue peculiar debido a que el 51% de los encuestados respondió de manera positiva al responder que el antihéroe es una sátira de la sociedad y el 49% respondiendo a que no es una figura satírica.

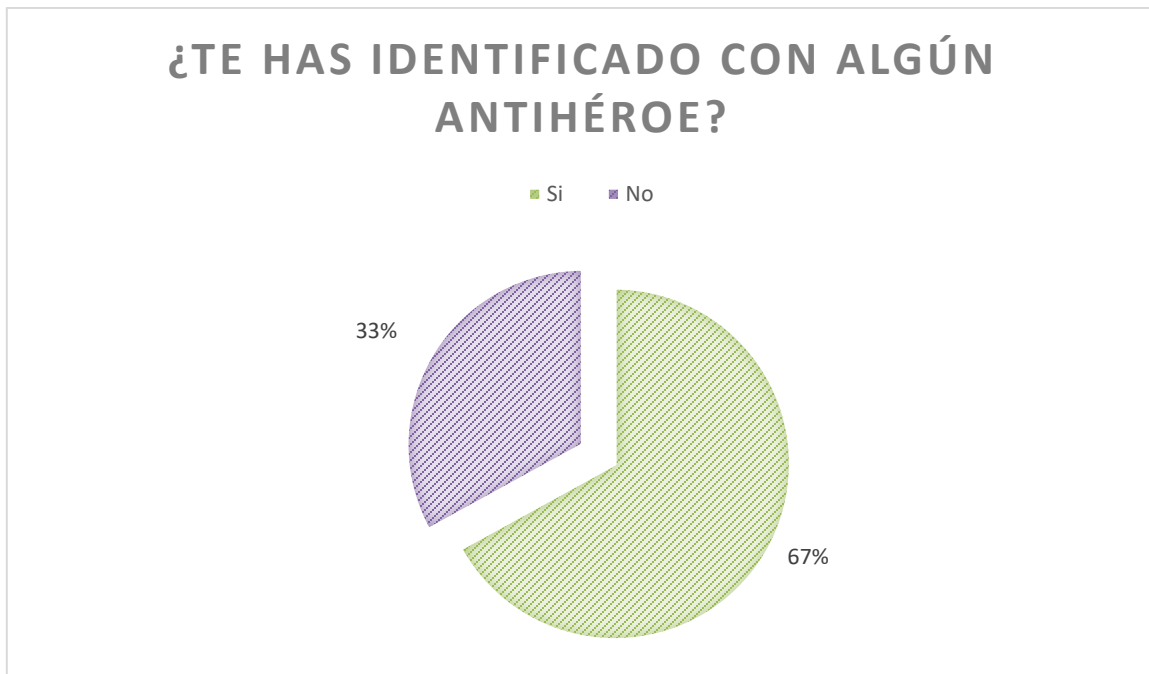


Figura 9: Empatía con el antihéroe, elaboración propia, 2022

Los datos obtenidos han demostrado que el 67% si se ha identificado con algún antihéroe, debido a que el personaje tiene que lidiar con sucesos con tonos más reales a la vida actual y la forma en que el protagonista se desenvuelve en los embrollos que se va enfrentado. Causando una aceptación a los actos que estos individuos realizan tras semejarse tanto a la vida cotidiana. Mientras que el 33% no causa empatía con ellos, tomándolos como un personaje ficticio cumpliendo con su fin, dejando en claro la separación de la ficción y la realidad.

3.8 Conclusiones

Como se ha podido integrar durante esta investigación se evidencia una transformación de las perspectivas que la sociedad tenía de los antihéroes a través de los años, más allá de ser un modelo ficticio o literario, este tipo de personaje es un cruce en todos los sentidos. Su progreso que se ha desarrollado desde el principio hasta su conclusión.

La mayoría de estos cambios que se han hecho son debido a las transformaciones culturales y sociales que en la actualidad se van desarrollando. Con las perspectivas del antihéroe básicas donde no es un villano ni tampoco un héroe. El antihéroe se considera como un tipo exagerado, para ser definido como un solo modelo o forma que defina al cien por ciento a estos individuos. Inclusive hemos de destacar que los rasgos que se le pueden asignarles en un lugar específico no son congruentes en cada uno de los antihéroes que existen.

Durante cada uno de los antihéroes que se han creado en México, siempre los dejamos con un aura gris esto se debe a que muchas veces la sociedad mexicana es muy empática con ciertas figuras rebeldes y sociables; si algo se han visto en todas las figuras históricas o famosas que han sobresalido tienen un poco de esa escénica.

La palabra antihéroe en la sociedad mexicana es poco sonada en nuestro lenguaje, debido a que nos centramos en la bondad y la maldad. Pero no solo eso, sino que nosotros somos muy empáticos con estos personajes, ya que demuestran ser muy traviosos, rebeldes y violentos. Pero aun así no los aleja de ser parte de la sociedad.

Cabe resaltar, afirmativamente el antihéroe se destaca por muchos caracteres definidos y particulares que tiene este, separándose mucho del un personaje ideal, no da una buena expresión de ideales, valores o un código moral estable. Todo lo contrario, en él se manifiesta la rebeldía con los valores de la sociedad. Si el héroe

es el ejemplo de perfección, el antihéroe el tener una personalidad que actúa bajo una perspectiva de un mundo gris.

Algo que les reconocemos a los antihéroes son sus pertenencias y pertenencias humanas, el personaje consigue crear empatía en los espectadores, consiguiendo proveer su perspectiva de su entorno ficticio y la relación con el nuestro. Siempre las personas se identifican con algún protagonista de las diferentes historias o representaciones de estos personajes. Algunos proyectos resaltan o definen al antihéroe, puesto a que la recepción encuentra en las tramas de los antihéroes totalmente relevantes a las historias tradicionales sobre héroes que se manejan de manera tradicional. y busca ahora historias con destellos de ese lado clásico.

Tras el desarrollo de este fenómeno el contexto que se manejan la exposición del personaje, la cual relata como un agente externo que observa al intérprete, creando así una imitación o una nueva perspectiva que se crea a través de viendo a través de los ojos del antihéroe. Puesto a que como espectadores podemos entender y aprender de la historia también estos pueden crear una idolatría, lo cual llevaría al espectador adoptar por completo la forma de ser de un antihéroe desde sus actos y normas morales que se aprendieron en la trama. Es inevitable encontrar muchos rasgos compartidos entre los seres humanos y la combinación del anti-heroísmo que el resultado nos da a una identificación.

Retomamos que las comunicaciones audiovisuales han cambiado de manera constante al mismo paso de las nuevas tecnologías, creando nuevos conceptos en las obras se han modificado para adaptarse a los nuevos formatos. Esta realidad se ha evidenciado en términos como la televisión, en donde el consumo de productos culturales está ligado a la cultura popular del público objetivo, la cual se va actualizando por la incorporación de nuevos elementos tanto en contenido o en formato, pero conservando su representación tradicional.

Las producciones audiovisuales responden hoy a audiencias específicas de una gran diversidad cultural mundial y búsquedas específicas. También la creación de

nuevas redes sociales digitales, nacimiento de grandes y pequeñas productoras.

El consumo de contenidos de *streaming* en todo el mundo y la propagación de este servicio, ha logrado que los espectadores se hayan incrementado la evolución de estas plataformas. Estos medios han creado cualidades innovadoras de las tecnológicas; Creando así una modificación de costumbres en el consumo de los consumidores los espectadores siendo los jóvenes los principales consumidores.

El Contenido que actualmente se ha modificado en la sociedad audiovisual que está demandando algunos estilos y métodos que han utilizado como son algunos de los modelos de comunicación que se utilizan como estrategias. Dejando satisfechas las experiencias creativas y una sociedad cada vez más consumidora de medios.

En estos tiempos uno de los personajes que más fuerza tomo en los últimos años es al antihéroe. Como se observa, el antihéroe en la actualidad se ha desarrollado una perspectiva diferente a la imagen mítica totalmente diferente a como se veía mucho tiempo atrás. Así, personajes antitéticos como los actuales antihéroes que se han representado en las películas y series recientes.

Tomemos en cuenta que la comunicación actual tiene una actualización con el avance de la creación por los nuevos proyectos donde se involucran estos personajes. También es inevitable destacar que toda la información que se ha ido destacando es debido al despegue de la información que las actividades de muchos de estos personajes se asemejan a las actividades que nosotros día a día hacemos. Debemos destacar que muchas de estos contenidos son difíciles de comunicar debido a que se han vuelto temas llamativos y de gran impacto ante las audiencias.

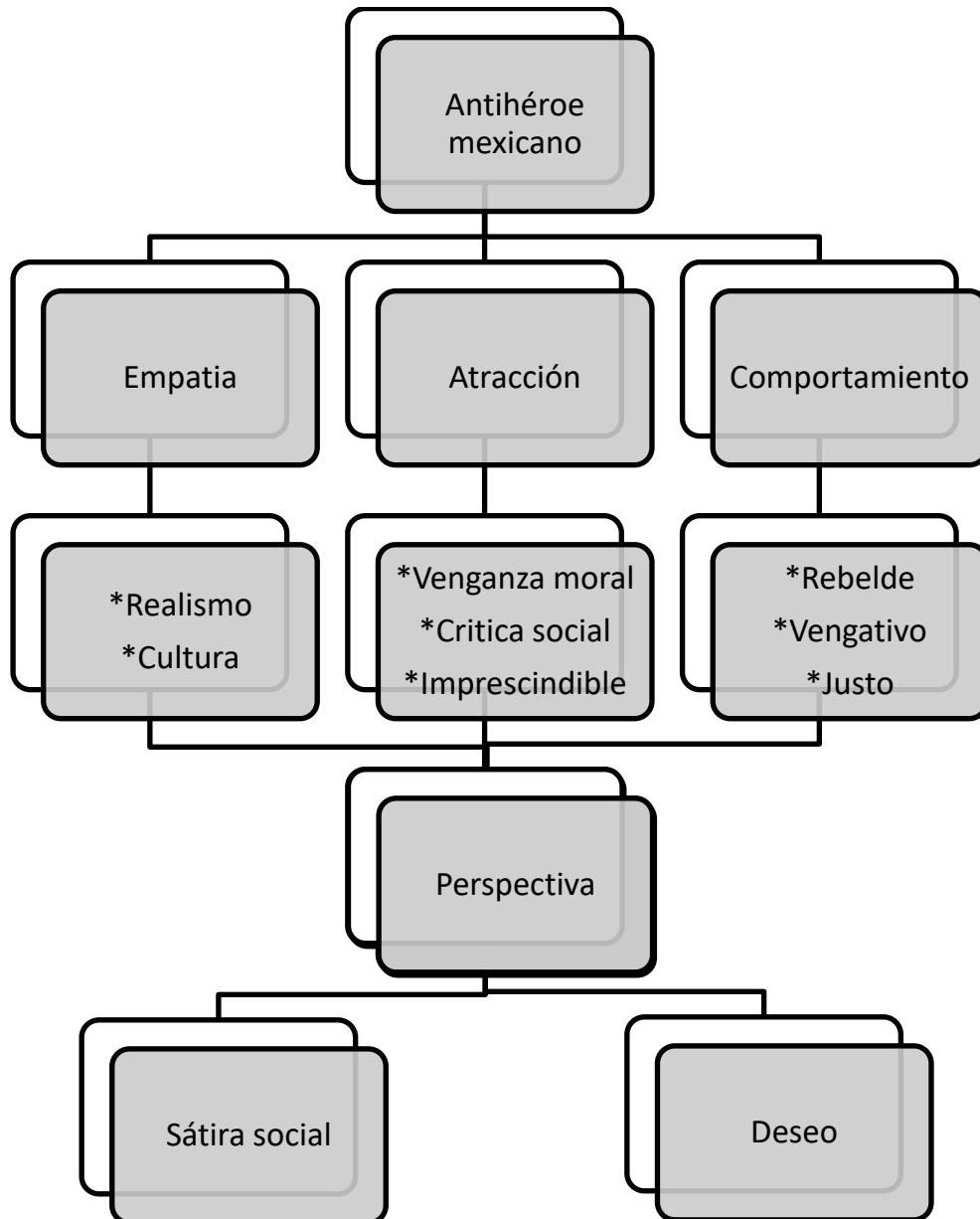
Y por más que no se quiera, dar a conocerla información es una acción automática

que los comunicólogos hacemos, por lo cual se busca la mejor manera de compartir a nuestro estilo y forma esta información. Los antihéroes en cada una de las producciones que han salido en los últimos años, se han destacado por aumentar la violencia, controversia y poner una versión más humana de estos personajes (celebridades) y actualmente todas estas series cuenta con una redacción autobiográfica destacando desde las cosas buenas y malas que el protagonista ha hecho.

Actualmente el contenido que es utilizado en la confabulación donde los antihéroes son los protagonistas se revela una ruptura moral, además de decisiones, una burla a su oposición y a las sociedades que hacen destacar estos grupos. Dejando como propósito de crear una sátira de las diferentes contextos o problemas que afronta la humanidad.

Este proyecto se dio origen para resaltar si el personaje del antihéroe refleja muy bien la naturaleza del ser humano, debido a que al igual que todas las especies del planeta tenemos ciertos instintos que nos ayudan a combatir ciertas necesidades. Pero a la vez hay impulsos que nos llevan a hacer actos anarquistas que se desvían de los límites que la misma sociedad ha impuesto.

Figura 10. Diagrama de la perspectiva del antihéroe en México



Conforme al nuevo estilo de producciones que han salido los espectadores mexicanos consumen estas series entre las cuales resaltan las narco-novelas o narco-series, que aún tienen un alto contenido de violencia. Son aceptables por el público por la adaptación a situaciones verdaderas que ocurren en el país.

Hay que resaltar que este tipo de producciones al ser ficticias son un poco exageradas, pero lo que no se despega es la forma en que el antihéroe se desenvuelve en cada una de las situaciones que afronta el personaje. Por esto es que el consumidor le causa deseo el cómo poder afrontar una situación similar en la vida real, por que como se observa en el esquema para la sociedad el antihéroe es una sátira la cual le busca hacer una crítica a su entorno en el que está viviendo.

En las series mexicanas se maneja un estereotipo de antihéroe, con personalidad de marginado o apartado de la sociedad habitual, pero el cual en estos tiempos es con quien más empatía se genera; por romper los límites que a cada uno se ha impuesto. La forma en que nosotros sabemos de su existencia es por la manera de representación en la que esta ilustrada, hoy en día estamos en la era digital y el streaming. Poseyendo nuevos métodos de expresión donde estos personajes se están desarrollando y en la sociedad mexicana no es la excepción para que también estos individuos cuenten sus historias.

La sociedad mexicana siempre ha sido de las que más demanda tiene en la creación de las producciones televisivas o contenidos audiovisuales. En el caso de las series de streaming mencionadas tratan mucho los temas de la familia, se respeta la cultura popular, describe perfectamente los eventos destacables de la época, el estilo de vida que la sociedad sobrellevaba el tiempo y lugar de dichas series.

Es por esto que el factor que crea éxito y seguimiento a este tipo de series crean empatía en la gente, la cual crea una empatía en el antihéroe o de un villano con

acciones justificadas que se rebela ante la opresión. Si a todo lo mencionado le agregamos que lo estilo de narración y el estilo de guion mexicano es muy sensible, dramático y satírico.

A partir de esta nueva aportación y la caracterización del estilo de *streaming* manejado en la sociedad, podemos analizar más este estilo de personajes, proyectos, sociedad e historia que podría ser de utilidad. En futuros análisis con respecto al cambio de este tipo de personajes y producciones que se irán desarrollando con el tiempo. Así mismo se podría dar beneficio al poner en claro el apego social que tiene los consumidores y leyentes de dichas ficciones protagonizados por antihéroes.

4 Bibliografía

Campbell, J. (1972). El héroe de las mil caras: psicoanálisis del mito. DF, México: Fondo de Cultura Económica

CASSETTI, Francesco. Teorías del cine (1945-1990), Madrid, Cátedra, 2005.

DE LAURETIS, Teresa. Alicia ya no. Feminismo, Semiótica, Cine, Madrid, Cátedra, Universidad de Valencia e Instituto de la Mujer, 1992.

Eco, U. (1968). Apocalípticos e integrados, Barcelona: Tusquets, [1995].
 Enguix, B. (2012). Cultura, culturas, antropología, Barcelona: UOC.
 Haraway, D. (1991). "Manifiesto para cyborgs: ciencia, tecnología y feminismo"

Euroinnova (2023) Elementos del lenguaje audiovisual.
euroinnova.mx/blog/elementos-del-lenguaje-audiovisual

Franz, M. (1999). Sobre adivinación y sincronicidad. Barcelona, España: Paidós
 González, J. (2019) La individuación desde el enfoque de Carl G. Jung. Revista de Psicología Universidad de Antioquia, 10(1), 325-343.

Grossman, L., Lacayo, R. (11 de Enero de 2010). All-time 100 novels. TIME.
 Recuperado de <http://entertainment.time.com/2005/10/16/all-time-100-novels/slide/watchmen-1986-by-alan-moore-dave-gibbons/>

Haraway, D. (2003). El manifiesto de las especies de compañía. Bilbao: Sans Soleil Ediciones [2016.]

Holstein, Suzy Clarkson. "The Power of Zero: Anti-Heroes on the Outside." The Image of the Hero in Literature, Media, and Society: Selected Papers of the Society for Interdisciplinary Study of Social Imagery. Pueblo: Colorado State UP, 2004. 378–80.

Jameson, F. (1998). El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmoder

nismo, Buenos Aires: Manantial.

Jung, C. (1970). Arquetipos e inconsciente colectivo. Barcelona, España: Paidós.

Jung, C. (1991). La interpretación de la naturaleza y la psique: la sincronicidad como un principio de conexión acausal. Paidós.

Karam, T. (2007). "Epistemología y comunicación. Notas para un debate", Andamios, 4, 97-124.

Korsbaek, L. (2012). "Gregory Bateson, un antropólogo trasatlántico e interdisciplinario", en: CIENCIA ergo sum, 19-2, 181-190.

Lash, S. (2005). Crítica de la información, Buenos Aires: Amorrortu.

Lozano, J. C. (2007). Teoría e investigación de la comunicación de masas, México: Pearson Educación [2011].

Lyotard, Jean-François. La condición postmoderna: Informe sobre el saber. Trad. M. Antolín Rato. Madrid: Cátedra, 1987.

Martínez, M. (2004). Ciencia y arte en la metodología cualitativa.

México: Trillas. Martínez-Salgado (2012) El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias. *Ciência & Saúde Coletiva*. 17(3), 613-619

May, R. (1991). *The cry for myth*. New York, USA: WW Norton & Company.

May, R. (2000). *El dilema del hombre: Respuestas a los dilemas del amor y de la angustia*. Barcelona, España: Gedisa

Nelson, William. "Unlikely Heroes: The Central Figures in the World According to

Garp, Even Cowgirls Get the Blues, and A Confederacy of Dunces.” Browne and Fishwick 163–72.

Pawlowsky, Cheryl, y Wayne W. Melanson. “Heroes, Anti-Heroes and Fools: A Look at Television Commercials Directed Toward Men” *The Image of the Hero in Literature, Media, and Society: Selected Papers of the Society for Interdisciplinary Study of Social Imagery*. Pueblo: Colorado State University, 2004. 289–95.

Rojas, M. C. (2016) Los adolescentes y los otros: apuntalamiento y vulnerabilidad, *Desvalimiento Psicosocial*, 3(1), 1-15

Sawyer, S. M., Azzopardi, P. S., Wickremarathne, D., & Patton, G. C. (2018). The age of adolescence. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 2(3), 223-228.

STAM, Robert. *Teorías del cine*, Barcelona, Paidós, 2001.

Verónica Araiza Díaz, Alejandra Araiza Díaz y Uriel Medécigo Daniel . (2019). *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* . En *Cultura: un asunto de información y comunicación* (26). Colima: Épica III.