

Las emociones en las series de televisión para adolescentes: estudio de *Élite*

Aurora Forteza Martínez

Doctoranda de la Universidad de Huelva

afortezama@gmail.com

Recibido: 9 de noviembre de 2018

Aceptado: 13 de noviembre de 2018

Para citar este artículo: Forteza-Martínez, A. (2019). Las emociones en las series de televisión para adolescentes: estudio de *Élite*. *Creatividad y Sociedad* (29) 105-128

Recuperado de: <http://creatividadysociedad.com/articulos/29/5>. Las emociones en las series de televisión para adolescentes.pdf

Resumen

Las emociones han estado siempre presentes en las personas, teniendo una enorme influencia en las decisiones que se toman a lo largo de la vida; de hecho, sería impensable un mundo en el que no existieran las emociones como parte primordial de la existencia. Si hay un colectivo sobre el que los diferentes tipos de emociones tienen especial incidencia, ese es los adolescentes. El reflejo de los diferentes estados emocionales se ha visto plasmado, de una manera muy específica, en el mundo televisivo, con especial incidencia sobre las series. En este artículo se procede a estudiar las emociones durante la adolescencia, así como el uso de las redes sociales en este colectivo, como se desarrolla la creatividad en los jóvenes y qué es el fenómeno fandom. En relación al método, se lleva a cabo un análisis sobre una serie dirigida a los jóvenes, *Élite*, donde quedan expuestas todo tipo diferentes emociones, caracterizando a los diferentes personajes.

Palabras clave

Serie de televisión · emociones · adolescentes
· *fandom*

Abstract

Emotions have always been present in all people, having a massive influence on the decisions they take alongside life; in fact, it would be unthinkable a world where there were not emotions as an essential part of existence. If there is a group which all different types of emotions have special impact, this is the teenagers. The impact of the different emotional conditions has been expressed, in a really specific way, on the television world, with special impact on TV series. Within this article, it carries out an analysis about the emotions during the adolescence, as well as the usage of social networks in this collective, how teenagers develop the creative process and the fandom phenomenon. In accordance with the method, it carries out an analysis about a series aimed to youth people, *Élite*, where it has been exposed all type of emotions, characterizing different characters.

Key words

TV series · feelings · teenager · *fandom*

1. Introducción

Todas las personas sienten y conocen por propia experiencia lo que son las emociones y esto hace reconocer la importancia que tienen para la vida. Esto conlleva que resulte inimaginable la vida sin las diferentes emociones; así lo expresa Bericat (2012): *Siento, luego existo*. Más allá de la definición que aporta la RAE sobre la emoción, la cual es delimitada como la “alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa, que va acompañada de cierta conmoción somática”, existen innumerables contribuciones a este término, dadas por diversos autores. Una de las últimas referencias que existen con respecto al concepto de emoción es la expresada por Salguero y Panduro (2001), al afirmar que son “todas aquellas situaciones agradables y desagradables, con tensión o liberación, con exaltación o relajación”. Y ya más recientemente, se puede conocer la definición que Gómez y Calleja (2016) hacen sobre este término de la emoción, al referirse a él como “una respuesta del individuo ante los estímulos del entorno que coordina diferentes sistemas y tiene como objetivo proporcionar información para influir en él según sus necesidades”.

Por otro lado, la creatividad proporciona a los individuos la posibilidad de experimentar y desarrollar diferentes habilidades, y aunque la creencia popular siempre ha ligado esta capacidad a un grupo limitado y selecto de personas, se ha podido comprobar cómo, con la correcta intervención, cualquier individuo es capaz de obtener un desarrollo creativo óptimo. En relación a este concepto, al igual que ocurre con el término de la emoción, existe una amplia variedad de aportaciones dadas por diferentes autores e investigadores en la materia; así lo refiere Balsera (2018), al destacar que una de las aportaciones de la creatividad es la ofrecida por Costa (2017), cuando alude al término como:

La capacidad inherente al ser humano por la cual se activan los procesos cognitivos en los que, gracias a estímulos externos, un sujeto da una utilidad a un recurso ya existente o crea una herramienta para dar solución a un problema o la capacidad para formular de forma adecuada un proble-

ma para que otros puedan darle solución (p. 162-163).

Dentro del campo cinematográfico y televisivo, siempre ha existido un estrecho vínculo tanto con la creatividad, por un lado, así como con las emociones, por otro. En lo que respecta al mundo creativo dentro del ámbito de la televisión, y siguiendo lo expuesto por Taborda (2016), es necesario conocer más acerca del proceso creativo que tiene una persona desde que concibe el planteamiento hasta que lo lleva a la práctica, pudiendo manifestarse de manera artística en este campo. En un estudio realizado por dicho autor, se ha podido demostrar cómo la relación entre cine y creatividad es real, facilitando una nueva perspectiva de estudio desde este punto de vista; quedando esto corroborado al observar como la totalidad de los cineastas estudiados son autores de sus propias obras, elaborando guiones e historias partiendo de su capacidad creativa.

En lo referente al ámbito emocional y televisivo, si bien es cierto que en los últimos tiempos las investigaciones que se han llevado a cabo en el medio televisivo se ha incrementado considerablemente, los estudios referentes a las emociones vinculadas a la televisión comienzan a sobresalir en los años más recientes. Un claro ejemplo de esto es lo expuesto por Labrador y Rebeil (2013), quienes nos acercan al mundo de la televisión bajo la influencia de las emociones. Entre sus argumentos, se puede observar cómo intervienen las emociones entre los telespectadores cuando están viendo la televisión, ya que les hace recordar datos que para ellos resultan motivadores, atrayentes o interesantes y facilita que se comprenda mejor lo que se está observando. También merece mención lo aportado por Ferrés (1998), quien afirma que no se concibe una televisión sin la inclusión de las emociones en la misma por diferentes razones, tales como la música, los efectos visuales o la estética utilizada, resultando estas gratificantes en diferentes aspectos a nivel sensorial o cognitivo.

En este artículo se pretenden dar a conocer cómo se muestran las emociones a través de las series de televisión dirigidas a los adolescentes; en concreto, la serie *Élite*, donde cada uno de los personajes muestra una serie de emociones que fácil-

mente se pueden asociar a los sentimientos que pueden mostrar los jóvenes en la vida real.

2. Marco teórico

2.1. Las emociones en los adolescentes

A lo largo de las últimas décadas, se ha prestado especial atención al estudio de las emociones, donde se ha llegado a la conclusión de que no sólo no existe una amplia gama de motivaciones, sino también se pueden apreciar diferentes tipos. Por ello es necesario, además, conocer el nivel de motivación de un individuo y cuál es la razón y motivo para ello (Schwinger, Steinmayr, y Spinath, 2012).

Al hablar de inteligencia emocional, tal y como señalan Chávez, Arizpe y Oyervidez (2014), esta hace referencia a las emociones y la forma que se tiene de gestionarlas. La creencia tradicional era pensar que cualquier persona lograba conseguir sus objetivos a través de la inteligencia racional; sin embargo, en la actualidad se ha observado como dentro de este proceso también tiene gran repercusión la inteligencia emocional.

Por otro lado, y según lo expresado por Mayer y Salovey (1997), la inteligencia emocional es "la habilidad para percibir, valorar y expresar emociones con exactitud, la habilidad para acceder y/o generar sentimientos que faciliten el pensamiento, la habilidad para comprender emociones y el conocimiento emocional y la habilidad para regular las emociones promoviendo un crecimiento emocional e intelectual".

La adolescencia es un periodo fundamental en la vida de cualquier persona, donde se experimentan numerosas emociones que van a girar en torno a experiencias y vivencias de la juventud, por lo que se necesita de una buena atención a nivel educativo, con el fin de poder atender y garantizar una correcta educación emocional (Silva y Mejía, 2014). Estudios realizados por Gómez, Romera y Ortega (2017)

muestran cómo es necesario el fomento entre los estudiantes de comportamientos adecuados a la sociedad y hacia sus iguales, lo que va a conllevar que las relaciones entre ellos sean adecuadas y positivas, promoviendo un clima dentro del ámbito escolar óptimo y relajado. Este tipo de conductas va a conllevar el fomento de cierto tipo de habilidades y destrezas, tales como la empatía, tolerancia o valores cívicos.

Es por ello que, de acuerdo a lo expuesto por Gázquez, Pérez, Díaz, García e Inglés. (2015), una de los fundamentos de la Inteligencia Emocional es la socialización, ya que tiene especial relevancia sobre los jóvenes. Además, se ha podido comprobar como aquellos jóvenes cuyas destrezas emocionales son elevadas suelen presentar vínculos de amistad más fuertes y estables con las personas con las que se relacionan. Dentro de este proceso de socialización, se pueden comprobar como inciden diferentes comportamientos, tales como el hecho de adquirir un artículo de una marca determinada y popular, o como se socializan en los diferentes ambientes en los que se relacionan, tales como en su ambiente familiar y escolar (Chávez, Arizpe y Oyervidez, 2014).

Asimismo, durante esta etapa, los adolescentes corren el riesgo de padecer cierto tipo de problemas, tales como ansiedad o depresión, estrés o irascibilidad. Esto va a conllevar a un incremento en la tasa de riesgo de suicidios o de percances de manera accidental (Casey, 2014). Del mismo modo, es preocupante el incremento de la agresividad entre la gente joven, debido a la enorme repercusión que sobre ellos tienen las actitudes y conductas del entorno. Cabe destacar que, en nuestro país, las situaciones agresivas y comportamientos agresivos entre los adolescentes se ha incrementado hasta niveles alarmantes (Calmaestra, García, Moral, Perazzo y Ubrich, 2016).

2.2. El uso de las redes sociales en la adolescencia

Tal y como apunta Veloz (2017), las redes sociales facilitan el proceso de comunicación, las cuales se van desarrollando cada vez más integrándose, de ese modo,

en nuestro entorno no sólo tecnológico, sino también real. Según Fernández (2014), este fenómeno de las redes sociales debe ser estudiado, ya que su desarrollo ha supuesto un enorme impacto entre las personas y su propagación ha sido realmente rápido. Con el fin de aclarar el concepto, y retomando a Veloz, las Redes Sociales son colectivos de personas, quienes están relacionadas por una serie de vínculos, ya sean de amistad, familiaridad, gustos en común o inquietudes culturales.

Si hay un grupo sobre el que la influencia de las Redes Sociales cobra gran importancia y tiene una gran repercusión e influencia es sobre los jóvenes. El uso que de ellas hacen es bastante habitual, destacando el uso de la mensajería instantánea, ver vídeos o fotos, así como mantener actualizados sus perfiles en las Redes Sociales. En lo referente a la creación de contenidos, lo más extendido entre los adolescentes es, sin lugar a dudas, es subir fotografías personales y vídeos a sus cuentas en dichas Redes; aunque llama la atención que lo menos popular entre este colectivo sea la participación en los foros con el fin de crear contenidos (García, López de Ayalá y Catalina, 2013). Además, es conveniente destacar el hecho de que una de las razones del éxito de estas formas de relaciones sociales se debe al hecho de poder compaginar la vida privada con la personal y social (Siemens y Weller, 2011)

A día de hoy, los jóvenes no son capaces de imaginar la vida y sus relaciones personales sin la existencia de Internet y, por ende, de las Redes Sociales. Gracias a ellas, se facilita la comunicación con su grupo de amigos, el sentimiento de pertenencia a un grupo social, o poder tener la oportunidad de expresarse de manera libre. (Feijoo, 2015).

En investigaciones recientes llevadas a cabo sobre el conocimiento y uso de la seguridad en las redes por parte de los jóvenes se desprenden ciertos datos reseñables, tales como que el nivel de seguridad a la hora de escoger contraseñas es bajo, suelen desconocer la política de privacidad de datos; sin embargo, consideran necesario que se eleven las medidas de seguridad en los procesos de registro y baja de sus cuentas, o que se establezcan medidas de seguridad óptimas con el fin de

impedir que se produzcan abusos (Rodríguez y Magdalena, 2016).

2.3. El proceso creativo en los jóvenes

La creencia popular más extendida a lo largo de los años ha sido que la creatividad es una característica que tan solo una parte aventajada de la población posee. Esta afirmación es, en cierto modo, cierta; sin embargo, la creatividad es una facultad que cualquier persona puede desarrollar si se dedica tiempo para desarrollarla, gracias al desarrollo de actividades de la vida diaria. Es más, de acuerdo con las últimas investigaciones realizadas, la creatividad suele estar relacionada con la predisposición y actitudes que una persona tenga, que con la capacidad creadora en sí misma (Barraca y Artola, 2015).

El concepto de creatividad siempre ha resultado complejo a la hora de ser definido; es por ello que existe un gran número de definiciones al respecto, aportadas por diferentes autores. Uno de los primeros referentes a la hora de aportar una definición al respecto viene dada por Guilford (1952), quien la definía como todas aquellas habilidades y destrezas que cualquier persona creativa tenía, dentro de las cuales se establecen características como la fluidez, la flexibilidad o la originalidad. O, por otro lado, lo expuesto por Barron (1955), quien afirma que la creatividad es la disposición que se tiene para ofrecer respuestas adaptadas e insólitas. Ya en los últimos tiempos, también existen definiciones sobre este término, como Elisondo (2015), quien ha afirmado que se puede asociar el proceso creativo con la oportunidad de crear nuevos conceptos y recursos originales e innovadores que logren una separación con las maneras cotidianas de actuar.

En lo referente al terreno educativo, la creatividad siempre ha sido considerado uno de los propósitos de todos los países desarrollados. Según estudios recientes llevado a cabo en relación al proceso creativo y la juventud, se extraen conclusiones tales como que la creatividad viene determinada, en la mayor parte de las situaciones, por los factores de fluidez y flexibilidad. Merece la pena señalar que los bajos

niveles de creatividad entre la población joven vienen determinados, en numerosos casos, por la falta de actividades que fomenten esta capacidad dentro del ámbito educativo, ya que va disminuyendo conforme se va avanzando en las etapas educativas; esto viene determinado, en gran medida, por la concesión de más horas lectivas a la transmisión de contenidos teóricos que prácticos. Asimismo, se considera fundamental que el profesorado modifique sus pedagogías, pasando de la mera transmisión de contenidos al fomento de diversos procesos creativos (Galán, 2011).

2.4. El fenómeno *fandom*

El día de hoy, para poder interpretar en qué consiste la televisión en la actualidad, es necesario conocer el tipo de audiencias que la consumen, ya que esto va a ser la muestra que va a permitir conocer el éxito de un programa (Cascajosa, 2016). Por ello, es conveniente delimitar el concepto *fandom*, el cual proviene de dos términos ingleses: *fan* (fanático) y *kingdom* (reino), y se utiliza para designar a un grupo de personas que tienen gustos en común y forman una comunidad en torno a una afición compartida (Torti y Schandor, 2013). Por otro lado, Grandío (2015) explica el concepto *fandom* aludiendo a todas aquellas personas aficionadas a un producto determinado y que está determinado por un consumo elevado, en la que se produce una participación, tanto a nivel afectiva como social.

Este concepto es un tema aun por estudiar a fondo; sin embargo, ya comienzan a surgir nuevos estudios en torno a este término. Uno de las primeras investigaciones fue la realizada por Hills (2002), el cual afirma que existe un amplio abanico de factores que influyen para la formación de un grupo de fans en torno a un producto.

Según un estudio realizado por Grandío (2015) acerca del seguimiento de la comunidad *fandom* hacia una película en concreto, cuanto mayor es la implicación de este grupo hacia el fenómeno a seguir y más elevado es su grado de satisfacción con respecto al mismo, ello conllevará un mayor número de recursos sociales, tales como el *merchandising* relacionado con el mismo, derivando en un consumo elevado

de los seguidores; además, se observa cómo la intervención en foros y el seguimiento de toda aquella información relacionada con esa película se ve notablemente incrementado.

Por otro lado, autores como Miranda y Figuro (2016) demuestran que tanto las contribuciones que realizan los telespectadores a una película o serie, como las aportaciones oficiales de la producción de las mismas tienen la misma validez e importancia; esto va a colaborar para que aumente la popularidad del producto y se afiance la audiencia sobre el mismo.

3. Método

El presente trabajo tiene como propósito principal conocer cómo se muestran las emociones en los adolescentes a través de las series de ficción televisiva en la actualidad. Con este fin, se procede a analizar la serie de reciente lanzamiento *Élite*, en la plataforma Netflix, a través de un análisis cualitativo de los personajes de la serie en el que se analizarán las distintas emociones que estos presentan a través de sus actitudes y comportamientos, así como la importancia que tienen en la vida de los jóvenes el ser aceptado en un grupo social de iguales y como esto les afecta a su personalidad y carácter.

3.1. Descripción de la serie *Élite*

La serie *Élite* es una serie web de producción nacional, la cual ha sido estrenada en octubre de 2018 en Netflix. Por el momento, cuenta con una única temporada de ocho episodios.

Esta serie web narra la historia de tres adolescentes procedentes de familias humildes que, debido a que el instituto donde cursaban sus estudios sufre un derrumbe, reciben una beca para poder continuar estudiando en uno de los colegios

privados más elitistas del país, Las Encinas, donde estudian los hijos de las familias más adineradas y poderosas de España. Allí, estos tres jóvenes (Samuel, Nadia y Christian) tendrán que adaptarse a una vida totalmente nueva y diferente para ellos, algo que resultará altamente complicado no solo para ellos, sino también para sus nuevos compañeros. Los tres nuevos alumnos intentarán encajar, de maneras diferentes, en el nuevo entorno que les ha tocado vivir.

Los estudiantes del colegio Las Encinas no les pondrán nada fácil la integración a estos tres nuevos jóvenes en la escuela y en su mundo elitista. Estos jóvenes ven a los recién llegados compañeros pertenecientes a una clase social inferior a la suya y les harán sentir y hacer ver, en numerosas ocasiones, esas diferencias que existen entre ellos.

A lo largo de los ocho capítulos que componen la primera temporada, se ve como tratan los diferentes temas que afectan a la sociedad adolescentes, los cuales van desde el uso del móvil y las redes sociales como medio de comunicación entre ellos y demostrar su nivel de popularidad, hasta aspectos como el consumo de alcohol y drogas, las relaciones entre adolescentes, la inmigración, fiestas y celebraciones, el Sida, el acoso escolar, familias conformadas por dos madres, o las relaciones homosexuales.

Todo esto tiene como trasfondo el asesinato de uno de los estudiantes del centro. Ya en el primer capítulo se entrelazan las historias de los jóvenes con la investigación llevada a cabo por la policía, a través de las sesiones de interrogatorio a los chicos, así como a padres y docentes del centro, e imágenes de lo sucedido. Todo apunta a la existencia de un claro culpable en este crimen, que no es otro que el que tiene una relación sentimental con la víctima.

Sin embargo, según va avanzando la serie, se demuestra cómo todos y cada uno de los personajes tiene motivos y razones de peso para haber asesinado a la víctima, mostrando todas las verdades que quieren ocultar al resto.

3.2. Las emociones en *Élite* a través de los personajes

A través de los personajes protagonistas de la serie se muestran diferentes tipos de emociones, que retratan la personalidad de todos y cada uno de ellos. A lo largo de la serie se pueden ver reflejados todo tipo de emociones: miedo, fragilidad, inseguridad, desconfianza, soberbia, responsabilidad o integridad.

Samuel

Es uno de los tres estudiantes becados para cursar sus estudios en el colegio Las Encinas.

Responsable y creativo, conoce de primera mano lo que significa obtener las cosas que uno desea a base de sacrificio y esfuerzo.

Teme herir a sus amigos y sus sentimientos de responsabilidad y lealtad son más fuertes que cualquier sentimiento contrario a ellos.

Es introvertido y le cuesta abrirse a personas que no conoce.

Picture Samuel



Tabla 1. Personaje Samuel

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/>

Nadia

Alumna de origen musulmán becada para poder continuar sus estudios en un colegio elitista.

Segura de sí misma, sabe en todo momento cuáles son sus objetivos y pelea por conseguirlos. Fiel a sus creencias, el hecho de tener que renunciar a llevar durante las clases el Yihab le hace sentirse insegura y frágil sin él.

Su sentido de la responsabilidad le hace trabajar duro por conseguir aquello que ambiciona. Además, la inseguridad que muestra a la hora de conocer a gente nueva y la atracción que siente por Guzmán, le llevan a descubrir nuevas emociones hasta ahora desconocidas para ella.

Picture Nadia



Tabla 2. Personaje Nadia

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/nadia-mina-el-hammani/>

Picture Christian

Christian

Es uno de los tres alumnos becados. Mal estudiante, que solo busca el reconocimiento de los demás.

Aun siendo el más optimista de los tres, siente la enorme necesidad de ser aceptado por los demás e intentar integrarse en un mundo que no le pertenece. Siempre intentará ver el lado positivo de las cosas y la rentabilidad que eso le puede conllevar.

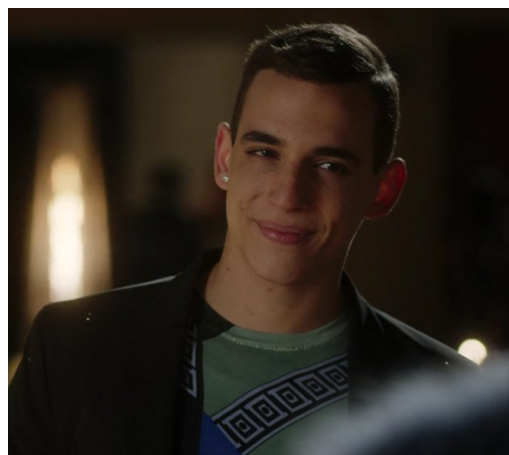


Tabla 3. Personaje Christian

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/christian-miguel-herran/>

Picture Marina

Marina

Chica de clase alta, a pesar de ser consciente de su estatus social, no se siente cómoda e identificada con la vida que le ha tocado vivir.

Siente miedo a lo que pueda opinar la gente sobre su enfermedad, lo que hace ocultar su verdad. Tiene unos sentimientos de lealtad, así como de la justicia muy elevado y teme defraudar a la gente que quiere.



Tabla 4. Personaje Marina

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/marina-maria-pedraza/>

Lucrecia

Hija de un importante diplomático, ha vivido varios países. Por eso, si hay algo de lo que se enorgullece es de ser una gran cosmopolita.

Tiene una característica por encima de todas: la soberbia. Además, su afán de superación le hace olvidarse de la gente que está a su alrededor.

A pesar de todo ello, bajo esa apariencia de frialdad y despotismo, se ve reflejada una personalidad insegura y llena de desconfianza.

Picture Lucrecia



Tabla 5. Personaje Lucrecia

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/lu-danna-paola/>

Carla

Hija de un marqués y rica heredera.

Es soberbia, manipuladora y desconfiada ante las personas de su entorno, sabe que tiene poder y se siente líder dentro de su grupo de iguales.

A pesar de saber cuáles son sus gustos y aficiones, y cuál es su vocación en la vida, teme defraudar a su padre y conoce que su futuro está ligado a continuar con los negocios de la familia, lo que hace demostrar su fragilidad ante una figura de poder.

Picture Carla



Tabla 6. Personaje Carla

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/carla-ester-exposito/>

<p>Guzmán</p> <p>Hermano de Marina y líder del grupo. Siempre se ha sentido seguro de lo que quiere y de lo que busca. Si hay algo que le caracteriza es su capacidad de manipular a los que le rodean para conseguir lo que quiere. Su soberbia le impide, en numerosas ocasiones, aceptar la realidad de su entorno. Pero su mundo se trastoca cuando conoce a Nadia, ante la cual ve como su fortaleza y seguridad se convierten en debilidad ante ella.</p>	<p>Picture Guzmán</p>  A close-up portrait of a young man with short brown hair and light blue eyes, wearing a white dress shirt and a red tie. He is looking slightly to the right of the camera with a neutral expression.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabla 7. Personaje Guzmán

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/guzman-miguel-bernardeau/>


<p>Polo</p> <p>Novio de Carla y deseoso de ser el mejor amigo de Guzmán. Su familia está compuesta por sus dos madres. Es un claro exponente de persona llena de inseguridades, lo que le lleva a tener una falta de confianza sobre sí mismo. Apasionado de los animales, desearía estudiar la carrera de veterinaria en la universidad; sin embargo, su miedo a enfrentarse a sus madres le lleva a cumplir los planes que estas tienen para él.</p>	<p>Picture Polo</p>  A portrait of a young man with dark hair, wearing a white striped dress shirt, a dark tie with red and blue stripes, and dark suspenders. He is looking slightly to the left of the camera with a serious expression.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabla 8. Personaje Polo

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/polo-alvaro-rico/>

Omar

Es el hermano mayor de Nadia y el mejor amigo de Samuel.

El hecho de saber que su orientación sexual no será aceptada dentro de la cultura y religión musulmana, le hace vivir con cierto respeto y miedo, y le impide expresar libremente lo que siente.

Siente cierto temor a lo que pueda pensar su padre y, a pesar de su carácter más liberal y no vivir muy apegado a aquello que marca su religión, teme defraudarle y decide continuar viviendo según los dogmas de esta religión, lo que demuestra cierta fragilidad.

Picture Omar



Tabla 9. Personaje Omar

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/omar-omar-ayuso/>

Ander

Tiene un gran futuro como tenista y entrena varias horas al día para cumplir ese sueño; sin embargo, tiene miedo a enfrentarse a su padre y reconocer que no quiere seguir practicando ese deporte, ya que tiene respeto y, en cierto modo, miedo hacia él.

Tiene cierto sentimiento de inferioridad en lo que al aspecto económico se refiere, ya que no su familia no tiene el mismo poder adquisitivo que el resto de sus iguales.

Su miedo a reconocer su homosexualidad le hace permanecer en silencio durante mucho tiempo; sin embargo, cuando conoce a Omar le hace vivir nuevas emociones.

Picture Ander

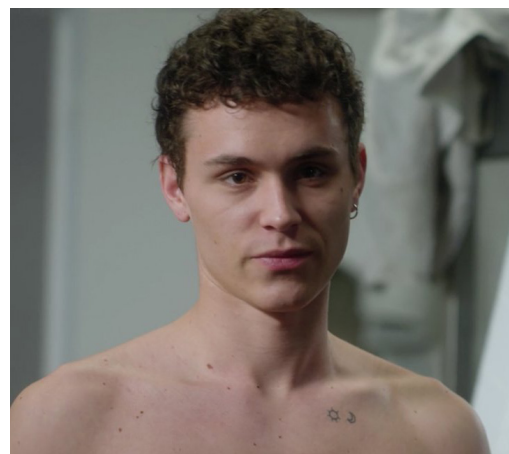


Tabla 10. Personaje Ander

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/ander-aron-piper/>

<p>Nano</p> <p>Hermano mayor de Samuel, uno de los tres chicos becados.</p> <p>Tiene un sentido de la responsabilidad alto con respecto a su familia, lo que le lleva a no tolerar las injusticias. Su sentido de la lealtad le hace renunciar a cosas en las que cree.</p> <p>Sin embargo, esto no evitará que esté involucrado en diferentes problemas y no sepa evitarlo.</p>	<p>Picture Nano</p> 
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabla 11. Personaje Nano

Imagen extraída de: <https://www.popbuzz.com/tv-film/features/elite-cast-netflix/nano-jaime-lorente/>

4. Discusión y conclusiones

Tal y como afirman Azpiazu, Esnaola y Sarasa (2015), la inteligencia emocional ha sido objeto de numerosos estudios a lo largo de los últimos tiempos en diferentes terrenos, como son el profesional o académico. Asimismo, cabe señalar que las emociones en la adolescencia cobran una especial relevancia. Sin embargo, al hablar de inteligencia emocional, se observa como existen numerosos estudios referentes a personas adultas, pero no ocurre lo mismo con adolescentes, debido a que los instrumentos utilizados no son adecuados a estas edades, ya que son específicos de la edad adulta (Zavala, Valadez y Vargas, 2008)

Las series de ficción son, a día de hoy, una de las formas de entretenimiento más demandadas, en especial entre los jóvenes. Esto ha conllevado la realización de este tipo de programas destinados a este colectivo, donde las temáticas giran alrededor de este grupo de edad. Se puede considerar, tal y como expone Merino (2013), que el factor emocional no es algo ajeno a la realidad televisiva, ya que los contenidos visionados durante la programación generan diálogos entre las personas

que los consumen, generando de este modo una audiencia activa.

En relación al análisis de las emociones a través de la serie *Élite* y de sus personajes, se puede observar cómo, a pesar de las diferencias en relación al carácter de los personajes o la procedencia que tengan, así como mostrar confianza y felicidad aparente, todos muestran un rasgo en común: la inseguridad, ya que trabajan por querer ser aceptados por los demás. Esto hace ver la fragilidad de este colectivo adolescente, donde los complejos y miedos a no ser aceptados por los demás les hacen ser vulnerables a las circunstancias que deben vivir.

Asimismo, de acuerdo a los diferentes autores que se han citado a lo largo del presente artículo, se ha podido demostrar la importancia que tienen las emociones sobre los adolescentes, un colectivo que está en pleno proceso de formación de su personalidad y que, por tanto, el proceso emocional tiene un peso específico sobre este desarrollo. En este aspecto, tiene gran relevancia la Inteligencia Emocional, la cual va a ayudar a comprender mejor y saber manejar de manera adecuada todo tipo de emociones que se plantean en cada situación cotidiana.

Durante el desarrollo de este artículo, se han dado a conocer diferentes aspectos sobre las emociones en los adolescentes, la creatividad, la influencia de las redes sociales sobre los jóvenes y el fenómeno *fandom*.

No menos importante resulta el proceso creativo dentro de los jóvenes en la actualidad. La tendencia popular ha venido diciendo que la creatividad es una cualidad únicamente reservada para aquellas personas que tenían un don; sin embargo, recientemente se ha podido observar cómo cualquier persona, si se fomentan las habilidades y destrezas creativas, puede desarrollar esta capacidad, tan importante para saber enfrentarse al mundo que existe. Sin embargo, a pesar de la importancia que se le concede a la creatividad en la actualidad, resulta complicado su fomento dentro de las aulas ya que, a pesar de que en los primeros años el trabajo dentro de este campo suele ser amplio y altamente positivo, según se va avanzando en los

cursos, se deja a un lado el trabajo creativo para favorecer la adquisición de contenidos y se aumentan las horas de trabajo teórico, en detrimento de las horas prácticas.

Uno de los aspectos más importantes en el proceso evolutivo de cualquier persona, y más si cabe para los jóvenes, es la socialización; el hecho de ser aceptado por un grupo de iguales, supone sentirse aceptado. En la actualidad, en este proceso social juegan un papel vital las redes sociales, las cuales son usadas por la mayoría de ellos para comunicarse con amigos, o publicar fotos y vídeos dentro de sus cuentas sociales, teniendo poca incidencia la creación de contenidos. Si bien es cierto que a día de hoy las redes sociales son una herramienta de gran utilidad, no solo en el ámbito personal, social y familiar, sino también en el educativo, se considera la necesidad de advertir a los jóvenes sobre los peligros de las redes y la importancia, por tanto, de la seguridad en su uso.

Del mismo modo, es fundamental comprender el fenómeno *fandom* y la gran repercusión que este tiene sobre la televisión y la cinematografía: gracias a este proceso se puede garantizar el éxito o el fracaso de un producto. La formación de grupos alrededor de una serie, programa o película, los cuales comparten ideas, gustos e intereses, hacen que el interés del mercado aumente con respecto a dicho elemento. Alrededor de ese fenómeno televisivo o cinematográfico, surge todo un mercado de productos para su comercialización, provocando un auténtico interés por parte de los fans por adquirirlos.

5. Discusión

Tal Las emociones se encuentran en cualquier parte del entorno más inmediato y ni el cine ni la televisión viven ajenos a esta realidad. Así lo expresa Fernández (2016), al manifestar las sensaciones que se tienen a la salida de una sala de cine, al recordar los diferentes elementos que han conmovido al espectador, ya sea al pensar en una frase o la letra de una canción. Al narrar historias, el cine, y por extensión

las series de televisión, es pura imaginación (Imbert, 2010), donde todo tiene cabida.

Pero las emociones y su repercusión en el cine pueden tener numerosos beneficios en diversos ámbitos dentro de la educación y un claro ejemplo de ello son las ciencias. Se ha podido comprobar cómo los estudiantes muestran cierto rechazo a las asignaturas relacionadas con este campo de conocimiento, por lo que siempre se ha estudiado la necesidad de implicar emocionalmente al alumno en el proceso de enseñanza – aprendizaje con el fin de conseguir atraer su atención. En opinión de Petit y Solbes (2015), la integración del cine dentro de las clases de ciencias es una manera excelente de llegar al grupo a través de las emociones y los sentimientos.

De esta manera, y teniendo en consideración lo expuesto por Moreto, González y Piñero (2017), para conseguir promover la necesidad de aprender, es imprescindible prestar atención a las emociones de los estudiantes, siendo importante facilitarles momentos para expresar todo aquello que sienten, lo que les dará la oportunidad de poder ir creciendo y desarrollarse a nivel emocional. Y un recurso excelente para trabajar la inteligencia emocional dentro del aula, tal y como apuntan los autores, es gracias al cine, ya que ofrece la posibilidad de empatizar con los personajes de la historia y poder identificarse emocionalmente con ellos, compartiendo con el resto del grupo – clase esos sentimientos.

6. Prospectiva

Hoy en día, los estudios e investigaciones realizados en torno a las emociones dentro de la esfera televisiva, y más concretamente en las series destinadas al público adolescente y juvenil, y su relación con la creatividad son ciertamente escasos. Se puede apreciar cómo el éxito o fracaso de una serie depende de muchos factores donde intervienen, entre otros, elementos como las redes sociales, a través de las cuales se crean verdaderas comunidades virtuales gracias a las cuales se intercambia información sobre las historias y personajes, a lo que se le conoce como *fandom*.

Se considera necesaria la continuación en el proceso de análisis, observación e investigación dentro de este campo, con el fin de poder conocer más acerca de la influencia que tienen las series sobre los jóvenes y su implicación emocional sobre ellas, así como dar a conocer en qué medida interviene la creatividad dentro de esta área. Del mismo modo, sería interesante conocer cómo el fenómeno *fandom* influye a la hora de consumir una determinada serie de televisión por parte del colectivo adolescente.

Bibliografía

AZPIAZU, L., ESNAOLA, I., Y SARASA, M. (2015). Capacidad predictiva del apoyo social en la inteligencia emocional de adolescentes. *European Journal of Education and Psychology*, 8(1), 23 - 29.

BALSERA, F.J., LÓPEZ, M.B., NADAL, I., Y FERNÁNDEZ, C. (2018). El desarrollo de la creatividad a partir de un taller sobre inteligencia emocional aplicada a un coro inclusivo. *Creatividad y sociedad*, (28), 122 – 145. Recuperado de: <http://creatividadysociedad/articulos/28/6>

BARRACA, J., Y ARTOLA, T. (2015). La creatividad: el reto de su medida y desarrollo. *Padres y maestros*, 362, 48 – 53. doi: <https://doi.org/10.14422/pym.i362.y2015.008>

BERICAT, E. (2012). Emociones. *Sociopedía.isa*, 1 – 13. doi: <https://doi.org/10.1177/205684601261>

CALMAESTRA, J., ESCORIAL, A., GARCÍA, P., MORAL, C. Y UBRICH, T. (2016). *Yo a eso no juego. Bullying y ciberbullying en la infancia*. Madrid: Save the Children.

Casey, B.J. (2015). Beyond Simple Models of Self-Control to Circuit-Based Accounts of Adolescent Behavior. *Annual Review of Psychology*, 66, 295-319. doi: <http://doi.org/10.1146/annurev-psych-010814-015156>

CHÁVEZ, J.M., ARIZPE, M.T. Y OYERVIDEZ, A. (2014). Inteligencia emocional en adolescentes. *Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 12, 1 – 6.

COSTA, Ó. (2017). *Hábitos lectores e inteligencia creativa de los estudiantes de educación primaria* (Tesis doctoral inédita). Universidad Autónoma de Madrid.

FERNÁNDEZ, A. (2014). *Interactividad y Redes Sociales*. Madrid: ACCI.

FERNÁNDEZ, A. (2016). Mexico, cine, emociones y... *Razón y palabra*, 20(93), 531 – 599.

FERRÉS, J. (1998). *Televisión, consumo y emociones*. Huelva: Revista Comunicar.

GALÁN, R. (2011). Niveles de creatividad en estudiantes universitarios por áreas de conocimiento de una universidad pública. *Revista TECKNE*, 9, 33 – 37.

GARCÍA, A., LÓPEZ DE AYALA, M.C. Y CATALINA, B. (2013). Hábitos de uso en Internet y las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, 41(21), 195 – 204. doi: <https://doi.org/10.3916/C41-2013-19>

GÁZQUEZ, J., PÉREZ, M.C., DÍAZ, A., GARCÍA, J.M., INGLÉS, C. (2015). Perfiles de inteligencia emocional y conducta social en adolescentes españoles. *Behavioral Psychology / Psicología Conductual*, 23(1), 141 – 160.

GÓMEZ, O., Y CALLEJA, N. (2016). Regulación emocional: definición, red nomológica y medición. *Revista Mexicana de investigación en psicología*, 8(1), 96 – 117.

GÓMEZ, O., ROMERA, E., Y ORTEGA, R. (2017). La competencia para gestionar las emociones y la vida social y su relación con el fenómeno del acoso y la convivencia escolar. *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, 88(31.1), 27 – 38.

GRANDÍO, M.M. (2015). El papel del fandom en la valoración positiva de una película. The World Project y la audiencia mundial de El Hobbit. *Sphera Pública*, 1(15), 21 – 33.

HILLS, M. (2002). *Fan cultures*. Londres: Routledge.

IMBERT, G. (2010). *Cine e imaginarios sociales. El cine posmoderno como experiencia de los límites (1990 – 2010)*. Madrid: Cátedra.

LABRADOR, M.J., Y REBEL, M.A. (coord.) (2013). *La dimensión emocional en el discurso televisivo*. Mexico: Universidad de Los Andes / Universidad Anáhuac / Tirant Humanidades.

MAYER, J.D. Y SALOVEY, P. (1997). *What is emotional intelligence? Emotional Development and Emotional Intelligence: implications for educators*. New York: Basic Books, 3 – 31.

MERINO, M.A. (2013). El factor emocional en la narrativa transmedia y la televisión social. Fonseca, Journal of Communication. *Monográfico, 2*, 234 - 257.

MIRANDA, J., Y FIGUERO, J. (2016). El rol del prosumidor en la expansión narrativa transmedia de las historias de ficción en televisión: el caso de El Ministerio del Tiempo. *Index Comunicación, 6(2)*, 115 – 134.

MORETO, G., GONZÁLEZ, P., Y PIÑERO, A. (2017). Reflexiones sobre la deshumanización de la educación médica: empatía, emociones y posibles recursos pedagógicos para la educación afectiva del estudiante de medicina. *Educación médica, 19(3)*, 172 – 177. doi: <https://dx.doi.org/10.1016/j.edumed.2016.12.013>

PETIT, M.F., Y SOLBES, J. (2015). El cine de ciencia ficción en las clases de ciencias de enseñanza secundaria (I). Propuesta didáctica. *Revista Eureka sobre enseñanza y divulgación de las ciencias, 12(2)*, 311 – 327. doi: http://dx.doi.org/10.25267/Rev_Eureka_ensen_divulg_cienc.2015.v12.i2.06

RODRÍGUEZ, L., MAGDALENA, J.R. (2016). Perspectiva de los jóvenes sobre seguridad y privacidad en las redes sociales. *Icono 14, 14(1)*, 24 – 49. doi: <https://dx.doi.org/10.7195/ri14.v14i1.885>

SALGUERO, M. Y PANDURO, A. (2001). Emociones y genes. *Investigación en salud*, 3(99), 35 – 40.

SIEMENS, G. Y WELLER, M. (2011). El impacto de las redes sociales en la enseñanza y el aprendizaje. *Revista de universidad y sociedad del conocimiento (RUSC)*, 8(1), 157 – 163.

SILVA, I., Y MEJÍA, O. (2015). Autoestima, adolescencia y pedagogía. *Revista electrónica Educare*, 19(1), 241 – 256. doi: <https://dx.doi.org/10.15359/ree.19-1.13>

SCHWINGER, M., SSTEINMAYR, R., Y SPONATH, B. (2012). Not all roads lead to Rome – Comparing different types of motivational regulation profiles. *Learning and individual differences*, 22, 269 – 279.

TABORDA, E. (2016). El autor y el proceso creativo cinematográfico español de los noventa. *Creatividad y sociedad*, (25) 5 – 36

TORTI, Y., Y SCHANDOR, A. M. (2013). *El reino más grande del mundo: la existencia del fandom como fenómeno cultural. VII Jornadas de jóvenes investigadores. Instituto de investigaciones Gino Germani*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

VELOZ, A. (2017). Las redes sociales y sus factores de riesgo. *Pro Sciences: revista de producción, ciencias e investigación*, 1(5), 10 – 13. doi: <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol1iss5.2017pp10-13>

ZAVALA, M.A., VALADEZ, M.D., Y VARGAS, M.C. (2008). Inteligencia emocional y habilidades sociales en adolescentes con alta aceptación social. *Revista electrónica de investigación psicoeducativa*, 6(2), 319 - 338.