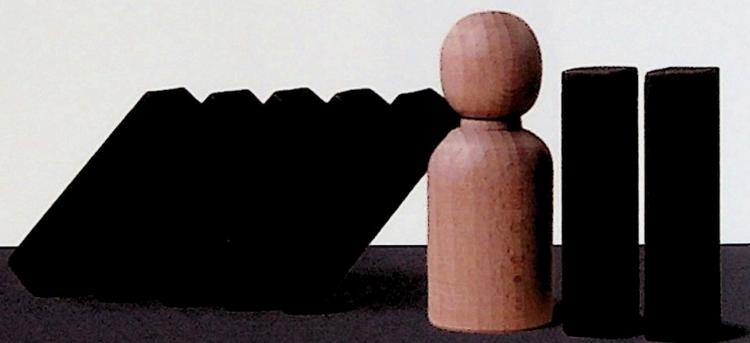


# COMUNICACIÓN SOCIAL Y VULNERABILIDAD

*Aportes internacionales*

Hugo Aznar  
Sandra Femenía  
Juan Carlos Suárez-Villegas  
*Editores*



tirant  
humanidades

plural

Copyright © 2024

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética, o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación sin permiso escrito de los autores y del editor.

En caso de erratas y actualizaciones, la Editorial Tirant lo Blanch publicará la pertinente corrección en la página web [www.tirant.com](http://www.tirant.com).

© Hugo Aznar  
Sandra Femenía  
Juan Carlos Suárez-Villegas

© TIRANT HUMANIDADES  
EDITA: TIRANT HUMANIDADES  
C/ Artes Gráficas, 14 - 46010 - Valencia  
TELF.S.: 96/361 00 48 - 50  
FAX: 96/369 41 51  
Email: [tlb@tirant.com](mailto:tlb@tirant.com)  
[www.tirant.com](http://www.tirant.com)  
Librería virtual: [www.tirant.es](http://www.tirant.es)  
DEPÓSITO LEGAL: V-1796-2024  
ISBN: 978-84-1183-463-6  
MAQUETA: Disset Ediciones

Si tiene alguna queja o sugerencia, envíenos un mail a: [atencioncliente@tirant.com](mailto:atencioncliente@tirant.com). En caso de no ser atendida su sugerencia, por favor, lea en [www.tirant.net/index.php/empresa/politicas-de-empresa](http://www.tirant.net/index.php/empresa/politicas-de-empresa) nuestro Procedimiento de quejas.

Responsabilidad Social Corporativa:  
<http://www.tirant.net/Docs/RSCTirant.pdf>

<b>Libertad de prensa en la Unión Europea: análisis evolutivo y causal .....</b>	<b>179</b>
Álvaro Serna Ortega	

<b>Vulnerabilidad de los bienes comunes</b>	
<b>Deontología y periodismo ambiental: análisis de códigos éticos o de conducta para informar sobre la naturaleza y el entorno.....</b>	<b>203</b>
Carmen del Rocío Monedero Morales y María Teresa Mercado Sáez	

<b>Prevención del estigma en la información sobre salud mental. Análisis de contenido de los códigos éticos .....</b>	<b>227</b>
Jesús Díaz-Campo y Francisco Javier Olivar De Julián	

<b>Discursos sobre vida saludable y autocuidado en YouTube: la búsqueda de una propuesta de vida que valga la pena vivir.....</b>	<b>245</b>
Raquel Duarte Hadler	

<b>Contradicciones narrativas patrocinadas en el feminismo negro: un estudio de ética y ciudadanía en el consumo de activismo en anuncios que unen representatividad y bebidas alcohólicas en 2021.....</b>	<b>263</b>
Leandro Nogueira Rangel y Flavia Clemente de Souza	

<b>El formato seriado como herramienta de educomunicación: estudio de caso de la representación de la Generación Z española en la serie <i>Hit</i>.....</b>	<b>285</b>
Víctor Manuel Barbera Hernández y Alma Llerena Fernández	

<b>Colectivos vulnerables</b>	
<b>Periodismo y Derechos Humanos: El asesinato de niños en las favelas de Río de Janeiro .....</b>	<b>303</b>
Jorge Kanehide Ijuim y Sandra Madalena Barbosa da Luz	

<b>Vulnerabilidades en cascada en Niñas-Madres de 10 a 14 años en México. Un análisis desde la estructura de oportunidades.....</b>	<b>323</b>
Luis Alfonso Guadarrama Rico	

# El formato seriado como herramienta de educomunicación: estudio de caso de la representación de la Generación Z española en la serie *Hit*.

Víctor Manuel Barbera Hernández

*Instituto Universitario de la Danza Alicia Alonso. Universidad Rey Juan Carlos*

Alma Llerena Fernández

*Instituto Universitario de la Danza Alicia Alonso. Universidad Rey Juan Carlos*

SUMARIO. I. MARCO TEÓRICO. II. ESTRUCTURA, HIPÓTESIS Y OBJETIVOS. III. METODOLOGÍA. 3.1. Modelo de análisis. IV. RESULTADOS. V. CONCLUSIONES. VI. REFERENCIAS.

Las series distribuidas a través de las plataformas en streaming tienen en la actualidad una amplia difusión y por lo tanto la oportunidad de visibilizar los desafíos a los que se enfrentan hoy en día los adolescentes de la Generación Z, operando como una herramienta de educomunicación. Por ello es importante conocer si se está realizando una correcta representación de los adolescentes centennial españoles en la producción audiovisual contemporánea. Con esta finalidad realizamos un estudio de caso sobre los personajes centennial de la serie *Hit*, a los cuales aplicamos, en una primera fase, un modelo de análisis narratológico y textual, que nos llevó a una segunda fase de contraste con su referente. Identificamos que los arquetipos narrativos utilizados en esta serie señalan rasgos parciales de la Generación Z española, pero no son la representación de un tipo de individuo concreto dentro de ese colectivo.

## I. MARCO TEÓRICO

En la actualidad los adolescentes de la Generación Centenial o Z, los nacidos entre mediados de 1990 hasta 2010, soportan mayor presión que otras generaciones anteriores en su etapa escolar, principalmente en relación con su entorno académico y social. Referente al entorno académico los adolescentes de la Generación Z pueden sentir un nivel más elevado de estrés y ansiedad debido a la alta presión por destacar en un mercado laboral cada vez más competitivo y cambiante. Este nivel de estrés puede influir en el uso de sustancias adictivas, en el padecimiento de patologías como la depresión o en comportamientos de autolesión, que a su vez afectan a sus habilidades para mantener relaciones interpersonales saludables, a su rendimiento académico y al sostenimiento de unos valores altos de ansiedad (Carballo Belloso y Gómez Peñalver, 2017; Espinosa-Fernández et al., 2018; Castellvi Obiols y Piqueras Rodríguez, 2018).

Respecto al entorno social, la Generación Z debe desarrollarse en un mundo más tecnificado que sus predecesores, lo que condiciona y afecta a la forma en la que comparten información e interactúan con sus diferentes esferas sociales, como los amigos o la familia. Este hecho hace que sean más vulnerables a sufrir adicciones relacionadas con las tecnologías o ser víctimas de ciberacoso (Mendoza et al., 2016; Salmerón Ruiz y Inostroza Quezada, 2017; Martín Critikian y Medina Núñez, 2021; Lyngdoh et al., 2022).

Los productos audiovisuales seriados y la amplia difusión que actualmente tiene este tipo de formato en las plataformas en streaming, tienen la capacidad de visibilizar los desafíos a los que se enfrentan los adolescentes hoy en día y sensibilizar sobre ellos al público general (Palomares-Sanchez et al., 2022). También, las series pueden operar como una herramienta de educación para la audiencia, así como en específico para este grupo social y su entorno familiar, promoviendo posibles soluciones e intentando fomentar comportamientos y hábitos positivos (Falcón y Díaz-Agudo, 2014).

Vanoye y Goliot-Lété (2008) apuntan a que se puede utilizar un producto audiovisual para el análisis de una sociedad, incluso de una generación, dado que su producción está inscrita en un contexto sociohistórico. Por tanto, este tipo de producciones seriadas tienen la oportunidad de realizar una labor de divulgación y alfabetización reaseñables, convirtiéndolas en una herramienta pedagógica de educación

La educación es una disciplina que fusiona la educación y la comunicación para crear líneas de aprendizaje, así como de desarrollo personal y social (Daza Hernández, 2010). Para ello se utilizan herramientas comunicativas y pedagógicas que ayudan a transmitir conocimientos y habilidades en distintos ámbitos. Una de las metodologías y herramientas factibles dentro de la educación son los materiales audiovisuales como las series de ficción (Elias-Zambrano et al., 2023).

Regularmente, en la creación de productos audiovisuales seriados, se utilizan los arquetipos narrativos para hacer llegar al público de una forma más sencilla constructos sociales ya preestablecidos a través de personajes tipo que representan un perfil o patrón general (Atarama-Rojas et al., 2017; Garrido y Zapsi, 2020). Estos personajes tipo funcionan como un molde, para que el público pueda verse rápidamente reflejado o entienda de una forma sencilla que se está representando. Los arquetipos narrativos, según nos indica Jung (2020), son la representación de conductas o personajes que encarnan patrones de comportamiento generalizados.

Según la teoría clásica de Jung (2020) existen trece arquetipos básicos en los que se pueden enmarcar los personajes y que son utilizados, tanto en la psicología, como en la creación de la narrativa tradicional: el sabio, el creador, el mago, el cuidador, el inocente, el amante, el héroe, el gobernante, el forajido, la sombra, el hombre común, el explorador y el bufón.

Posteriormente, la teoría Neo-Arquetípica (Faber y Mayer, 2009) reagrupó y actualizó los trece arquetipos “junguianos” en cinco grupos: el conocedor, el luchador, el cuidador, el conflictivo y el personaje corriente; haciendo esta manera de clasificar los arquetipos más contemporánea y útil para la creación de personajes de ficción. A continuación, en la Tabla 1 se puede observar la taxonomía clásica de Jung y su correspondencia con las reagrupaciones posteriores de la teoría Neo-Arquetípica.

**Tabla 1**  
**Clasificaciones de los arquetipos Clásicos y Neo Arquetipos**

Teoría Clásica	Teoría Neo Arquetípica
Conflictiva/o	Forajida/o
	Sombra
Cualquier mujer u hombre	Mujer u hombre común
	Explorador/a
	Bufón
Conocedor/a	Sabia/o
	Creador/a
	Maga/o
Cuidador/a	Cuidador/a
	Inocente
	Amante
Luchador/a	Heroína/Héroe
	Gobernante

Fuente: Faber y Mayer (2009) y Jung (2020).

Según lo indicado, las series de ficción tienen una importante responsabilidad en la comunicación correcta de estos arquetipos narrativos relativos a la Generación Z, haciendo que se correspondan de una forma adecuada con su referente social actual, sin intentar

realizar manipulaciones mediáticas en aras de una mayor comercialización.

## **II. ESTRUCTURA, HIPÓTESIS Y OBJETIVOS**

Nuestro estudio siguió una estructura general en dos etapas, la primera de las cuales fue la identificación y definición de nuestro problema de investigación en torno a la correcta representación de la Generación Z española en la producción audiovisual contemporánea.

Seguidamente a la identificación de nuestro problema de investigación, realizamos una revisión de la literatura especializada en esta área, así como investigaciones previas existentes, que nos ayudó a delimitar nuestro objeto de estudio espacial y temporalmente, acotándolo a la representación ficcional actual de la Generación Z española.

Teniendo en cuenta lo anterior, nuestro objetivo ha sido identificar la tipología de arquetipos narrativos y conflictos asociados a los adolescentes españoles relativos a la Generación Z que se muestran en las series de ficción.

## **III. METODOLOGÍA**

Para llevar a cabo nuestro objetivo realizamos un diseño metodológico de análisis secuencial en dos fases. La primera fase se enfocó en analizar, de forma individualizada y relacional, a los personajes Centennial que aparecen en la serie de ficción estudiada, a través de un modelo que se desarrolló en dos niveles: narratológico y textual; mediante la aplicación de variables relacionadas con el análisis filmico y la creación de personajes.

Una vez obtenidos los resultados de la primera fase, donde se obtuvo principalmente una tipología de arquetipos de los personajes Centenial de la serie analizada, pasamos a la segunda fase de contraste con su contexto referencial (Brisset, 2018). En esta fase cada arquetipo obtenido se comparó y discutió con las problemáticas emocionales y dificultades que, según académicos e investigadores, presentan los adolescentes de la Generación Z española a través de informes de expertos, para ayudar a comprobar el grado de verosimilitud entre la ficción y su referente. Además, comparamos los arquetipos obtenidos con personajes de otras series de ficción que se centran también en los conflictos de la Generación Centenial y tratan temas similares.

Para la consecución de nuestro objetivo realizamos un estudio de caso y aplicamos la metodología antes descrita sobre la serie española *Hit* (2020). Esta serie fue realizada recientemente por RTVE, cuya emisión fue en abierto y se encuentra distribuida de forma gratuita a través de la aplicación de RTVE (RTVE Play), lo cual se ajusta a la línea de investigación basada en el Open Access.

La serie de televisión *Hit* cuenta con dos temporadas, cada una con diez capítulos, que se visionaron y analizaron en su totalidad para este estudio. Tanto en la primera como en la segunda temporada, la temática de la serie gira en torno a las dificultades y trastornos psicosociales de los adolescentes españoles de la Generación Z. La primera temporada de la serie se focaliza en los problemas de los adolescentes Centenial españoles que viven en entornos urbanos y, la segunda, gira en torno a los problemas de los adolescentes Centenial españoles desde el punto de vista de la vida en entornos rurales.

Además, *Hit* es una serie actual con la que poder identificar una representación reciente de la Generación Z española, dado que la segunda temporada se emitió a finales de 2021 y la tercera temporada, que está todavía en postproducción, se estrenará próximamente.

La cuota de pantalla en su emisión en directo estuvo cercana o superior a 1.000.000 de espectadores por capítulo (Formula TV, 2020-2021).

Actualmente, además de estar distribuida por RTVE Play, también se puede ver a través de varias plataformas de streaming como: Prime Video, HBO Max o Disney Plus.

Así mismo, la función de educomunicación de esta serie se completaba con la creación de contenido transmedia tanto en RTVE Play, como en la web de RTVE, aportando más información que expande el conocimiento alrededor de la temática de esta serie. Adicionalmente, al finalizar cada episodio de la primera temporada, se emitió un programa especial a debate con expertos denominado ¿Quién educa a quién? (2020).

### 3.1. Modelo de análisis

El modelo utilizado para nuestro estudio se dividió en dos niveles: narratológico y textual. Para el nivel narratológico, apoyados en Seger (2016) y Casetti y Di Chio (2017), analizamos el personaje desde el punto de vista de su rol en el conjunto (activo/pasivo, influenciador/autónomo o modificador/conservador entre otros), como actante (sujeto/objeto, destinador/destinatario, adyuvante/oponente) y desde su tipología (protagonista, antagonista, catalizador positivo, confidente, ayudante, que añaden otra dimensión o temático).

En el nivel textual estudiamos a los personajes en su dimensión física, su dimensión social/relacional, su dimensión psicológica y su dimensión moral (García Barrientos, 2007).

Para la dimensión física centramos nuestro análisis en observar los rasgos de género de cada personaje, así como sus características físicas, identificando su constitución, su vestuario y estado de salud. En la dimensión social y relacional estudiamos las influencias socioculturales representadas, sus eventos pasados, su posición social en la comunidad, sus relaciones con otros personajes y sus conflictos de relación, tanto académicos como personales. En la dimensión psicológica examinamos sus conflictos básicos e internos, así como su arco de transformación a

través de identificar su evolución inicial y final respecto a la actitud, al carácter y las acciones. En la dimensión moral, consideramos los principios y valores mostrados de cada personaje. A continuación, en la Tabla 2 mostramos las variables analizadas en cada una de las cuatro dimensiones mencionadas del análisis textual.

Tabla 2  
Variables incluidas en el Análisis Textual

Dimensión	Variables
Física	Género
	Vestuario, caracterización y funcionalidad de esta.
	Constitución física
	Patologías/Enfermedades
	Adicciones
	Estado de salud general
Social / Relacional	<i>Background</i> cultural
	<i>Background</i> personal
	Ocupación
	Posición social
	Posición dentro de la comunidad
	Religión
	Aficciones
	Tipo de relación con otros personajes de la serie (centenal o no)
	Conflictos de relación académica (como se mantiene, donde trabaja, funciones en este entorno y relaciones con los compañeros)
	Conflictos de relación personales (familia, amigos, estado civil, relación con estos entornos, relación con la pareja)

Psicológica	Conflicto básico (¿Que quiere?, ¿Cuál es su meta?)
	Conflicto interno (¿Como es cuando nadie le observa?, ¿Qué piensa?, sus las motivaciones)
	Actitud inicial y final (Modos de hacer)
	Carcater inicial y final (Modos de ser)
	Tipo de arco de transformación (plano, moderado, radical, circular, traumático)
	Acciones iniciales y finales relevantes/dialogos con personajes
Moral	Valores
	Principios

Fuente: Field (2005), García Barrientos (2007), Sáchez-Escalonilla (2008), McKee (2009), Seger (2016), Pérez Ruffi (2016) y Casetti y Di Chio (2017).

#### IV. RESULTADOS

La serie muestra cómo la adecuada educación en aptitudes sociales puede ayudar a los adolescentes de la Generación Z a cambiar el rumbo de sus vidas. Esto lo ejemplifica mediante los arcos de transformación, dado que son todos radicales en ambas temporadas, exceptuando Lena, que se considera plano, por no cambiar en su comportamiento.

En la serie analizada se plantea una propuesta de cambio llevada a cabo por los personajes Centennial, vinculada a la pertenencia al grupo, donde deben sentirse parte de él, otorgándoles un propósito y, a la vez, un aumento de su autoestima. En la serie Hit se valora por tanto al grupo, a la comunidad frente a la individualidad como medio para la mejora. Esto, sobre todo, se observa en la segunda temporada, la cual debe ser contextualizada dentro de un discurso postpandémico.

La sensación de pertenencia a una comunidad está asociada en la serie con el tamaño de la comunidad en sí misma. En la primera temporada, que se desarrolla en la ciudad, los personajes no están vinculados con la mejora de la comunidad, si no que su mejora se centra en ellos de forma individualizada, rasgo que puede ser característico de la Generación Centenial.

Sin embargo, los personajes de la segunda temporada que viven en zonas rurales, a priori más reducidas, están más preocupados por su comunidad. En este aspecto, la mayoría tienen padres que les afecta el mismo conflicto, el cierre de la fábrica donde trabajan. Nuevamente este aspecto está contextualizado dentro de un discurso postpandémico.

Nos parece relevante resaltar, como reflejo de una sociedad cambiante, que el arquetipo de héroe sea representado por un personaje femenino, el de Carmen en la segunda temporada. Por otro lado, el arquetipo de bufón es representado por personajes masculinos relacionados con la irresponsabilidad y la falta de atención parental, como es el caso de Andrés en la primera temporada y de Teo en la segunda temporada.

Los personajes que dan cuerpo al arquetipo de los amantes, Darío en la primera temporada y Chelo en la segunda temporada, son personajes que están sexualizados, tanto en su manera de vestir, como en su comportamiento. Además, Darío incluso utiliza su cuerpo para aprovecharse de depredadores sexuales mostrando su físico. Es interesante destacar que ambos personajes tienen un conflicto familiar relacionado con su padre. Darío, que ha averiguado la orientación sexual verdadera de su padre y Chelo, que ha averiguado que su abuelo, en realidad, es también su padre.

Los personajes que dan vida al arquetipo del inocente son Silvia de la primera temporada, y Jota y Román de la segunda temporada. Tanto Silvia como Jota son personajes que deben aceptarse a sí mis-

mos y a su cuerpo, sin embargo, la aceptación de Román está vinculada a su sentimiento de pertenencia, por ser un niño adoptado.

A continuación, en la tabla 3 se muestran los resultados de la correspondencia, tras el análisis realizado, de cada personaje Centenial de las dos temporadas de la serie Hit con su arquetipo Clásico y Neo Arquetipo.

Tabla 3

Correspondencia de los personajes centenial en Hit con sus arquetipos

Neo-Arquetipo	Arquetipo	Personajes 1ª Temporada	Personajes 2ª Temporada
Conflictiva/o	Forajida/o	Gus y Nourdin	
	Sombra	-	
Cualquier mujer u hombre	Mujer u hombre común		Matt
	Explorador/a		
	Bufón	Andrés	Teo
Conocedor/a	Sabia/o		Dan
	Creador/a	Jaco	Paula
	Maga/o	Erika	
Cuidador/a	Cuidador/a	Marga	Lucía
	Inocente	Silvia	Román y Jota
	Amante	Darío	Chelo
Luchador/a	Heroína/Héroe		Carmen
	Gobernante	Lena	

Fuente: Elaboración propia

Con relación a los conflictos básicos, internos y de relación de los personajes de la serie Hit, en ambas temporadas, la serie apunta a la existencia de unos problemas específicos de la Generación Centenial,

como por ejemplo la adicción a las pantallas, que se puede ver representada por el abuso en el acceso y utilización de las redes sociales, internet o el smartphone; así como la adicción a drogas como el tabaco, el alcohol o las pastillas. También se puede observar cómo el acceso ilimitado de los jóvenes a dispositivos conectados a la red, puede acarrear riesgos determinantes y vitales, como es el caso del sufrido por el personaje de Matt en la segunda temporada.

Otro conflicto fundamental es el acoso escolar, que se ve en la primera temporada mediante el personaje de Nourdin, dado que activamente acosa a estudiantes con menor edad que él. Sin embargo, en la segunda temporada, el acoso lo realizan los alumnos del colegio a todo el grupo de personajes protagonistas que se encuentran discriminados en un barracón.

La serie Hit muestra la autolesión como un comportamiento posible dentro de esta generación, vinculado a la ansiedad de ser el mejor, como se muestra en el personaje de Silvia en la primera temporada, así como también resalta la ansiedad y los problemas derivados de ella, como una patología distintiva de la Generación Centenial.

Otro conflicto que muestra la serie son las dificultades para identificarse desde el punto de vista de la identidad de género, como así ocurre con el personaje de Dan, o las complicaciones para relacionarse de una manera naturalizada con la familia y amigos desde el punto de vista de su orientación sexual, como se muestra en los personajes de Darío y Silvia.

Además, de manera general, la serie indica que los jóvenes de esta generación están desilusionados con el futuro y, por lo tanto, no ven las ventajas de esforzarse. Algo que, como efecto secundario, se plasma en sus dificultades académicas y en una baja autoestima.

Algunos de estos conflictos como la adicción a las pantallas, el acoso escolar, problemas de autolesión, la identidad de género, desilusión por el futuro o el fracaso escolar; también aparecen reflejados en los informes elaborados por la Red Interdisciplinar para la Promoción de la

Salud Mental y el Bienestar Emocional en los Jóvenes (PROEM, 2018) o el Instituto de la Juventud (INJUVE, 2020).

Existen otras series enmarcadas dentro de esta misma generación y que tratan estos temas desde puntos de vista diferentes o en profundidad. Respecto a los riesgos tecnológicos y su manejo de las redes sociales a los que se deben enfrentar los Centenial, series como Euphoria (2019) profundizan en esta cuestión donde se tocan también temas como el sexting y el grooming.

Así mismo, la serie 13 Reason Why (2017) trata diferentes puntos de vista tanto del bullying como del cyberbullying. Respecto a la ansiedad y el estrés provocados por un mundo más competitivo y cambiante, se ahonda más en series como Autodefensa (2022).

También en Autodefensa (2022), del mismo modo que en la serie Euphoria (2019), se da especial relevancia a la relación entre la Generación Centenial y las drogas. Finalmente, la serie Euphoria (2019) y la serie We Are Lady Parts (2021), trata el tema de la identidad y la brecha de género, así como la orientación sexual, de forma más comprometida y contemporánea.

## V. CONCLUSIONES

Los arquetipos identificados muestran partes de una imagen global de la Generación Z, pero no son la representación de un tipo de individuo concreto dentro de ese colectivo. No existe una persona específica que es así, cada integrante de este colectivo podría coincidir con varios de estos arquetipos.

En la construcción de historias se siguen utilizando los arquetipos narrativos para la creación de personajes. No obstante, se ha mostrado mucho más efectivo, para representar las dificultades y problemas emocionales de la Generación Centenial, el desarrollo de conflictos de relación con otros personajes, así como los conflictos propios, que muestra la serie.

Además, en la segunda temporada los personajes están involucrados en los problemas laborales de la localidad, a diferencia de la primera temporada donde su posición dentro de una comunidad no queda definida. Esto podría representar una mayor identificación y sentido de pertenencia de los jóvenes Centenial con la colectividad en las zonas rurales que en la ciudad, donde la interconexión podría ser más compleja entre las esferas sociales paternas y las de sus hijos.

## VI. REFERENCIAS

- ATARAMA-ROJAS, T., CASTAÑEDA-PURIZAGA, L. y AGAPITO-MESTA, C. (2017). Los arquetipos como herramientas para la construcción de historias: análisis del mundo diegético de intensamente. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 36, 1-15.
- BRISSET, D.E. (2018). *Análisis filmico y audiovisual*. Editorial UOC.
- CARBALLO BELLOSO, J.J. y GÓMEZ PEÑALVER, J. (2017). Relación entre el bullying, autolesiones, ideación suicida e intentos autolíticos en niños y adolescentes. *Revista de Estudios de Juventud*, 115, 207-218.
- CASETTI, F. y DI CHIO, F. (2017). *Cómo analizar un film* (11ª ed.). Espasa Libros, S.L.U.
- CASTELI OBIOLS, P. y PIQUERAS RODRÍGUEZ J.A. (2018). El suicidio en la adolescencia: un problema de salud pública que se puede y debe prevenir. *Revista de Estudios de Juventud*, 121, 45-61.
- DAZA HERNÁNDEZ, G. (2010). Desafíos de la educomunicación y alternativas Pedagógicas en la construcción de la ciudadanía. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 7, 333-345.
- ELÍAS-ZAMBRANO, R., RAMÍREZ-ALVARADO, M., y JIMÉNEZ-MARÍN, G. (2023). Imagen y representación de estereotipos y arquetipos en la ficción audiovisual televisiva española: de Cites a El Pueblo como casos de educación en series. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14 (1), 165-187. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.23322>
- ESPINOSA-FERNÁNDEZ, L., GARCÍA LÓPEZ, L.J. y MUELA MARTINEZ, J.A. (2018). Una mirada hacia los jóvenes con trastorno de ansiedad. *Revista de Estudios de Juventud*, 121, 11-25.

- FABER, M.A. y MAYER, J.D. (2009). Resonance to archetypes in media: There's some accounting for taste. *Journal of Research in Personality*, 43 (3), 307-322. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2008.11.003>
- FALCÓN-DÍAZ-AGUDO, L., y DÍAZ-AGUDO-JALÓN, M. (2014). Relatos audiovisuales de ficción sobre la identidad adolescente en contextos escolares. *Comunicar*, 42, 147-155. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-14>
- FIELD, S. (2005). *Screenplay. The foundations of screenwriting* (4ª ed.). Bantam Dell a Division of Random House, Inc.
- FORMULA TV. Audiencias de HIT [en línea], (2020-2021), <https://www.formulatv.com/series/hit/audiencias/>. [Consulta: 30/05/2023]
- GARCÍA BARRIENTOS, J.L. (2007). *Cómo se comenta una obra de teatro* (2ª ed.). Ediciones Síntesis, S.A.
- GARRIDO, R., y ZAPTSI, A. (2021). Arquetipos, Me Too, Time's Up y la representación de mujeres diversas en TV. *Comunicar*, 68, 21-33. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-02>
- INJUVE (Ed.) (2020). *Informe Juventud en España 2020*. Instituto de la Juventud y Observatorio de la Juventud en España.
- JUNG, C.L. (2020). *Arquetipos e inconsciente colectivo* (11ª ed.). Barcelona: Editorial Planeta, S.A.
- LYNGDOH, T., EL-MANSTRLY, D. y JEESHA, K. (2022). Social isolation and social anxiety as drivers of generation Z's willingness to share personal information on social media. *Psychology and Marketing*, 40, 5-26. <https://doi.org/10.1002/mar.21744>
- MARTÍN CRITIKIÁN, D., MEDINA NÚÑEZ, M. (2021). Redes sociales y adicción al like de la Generación Z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- McKEE, R. (2009). *El guion. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Alba Editorial, S.L.U.
- MENDOZA, E., DE LEON, E., MOREIRA, P. y ORTÍZ M. (2016). Generación Z. Afectaciones a la salud asociado al uso de la tecnología. *Revista Varianza*, 18, 35-49.
- PALOMARES-SANCHEZ, P., HIDALGO-MARÍ, T. y SEGARRA-SAAVEDRA, J. (2022). El consumo de alcohol, tabaco y drogas en los jóvenes: un estudio

- sobre las teen series españolas recientes (2015-2021). *Dígitos Revista de Comunicación Digital*, 8, 231-250. <http://dx.doi.org/10.7203/drdcd.vi18.227>
- PÉREZ RUFÍ, J.P. (2016). Metodología de análisis del personaje cinematográfico: una propuesta desde la narrativa filmica. *Razón y Palabra*, 20 (4-95), 534-552.
- PROEM (Ed.) (2018). Informe y hoja de ruta sobre el estado actual, necesidades y recomendaciones de la red PROEM para la mejora de la evaluación psicológica y la promoción de la salud mental y bienestar emocional en los jóvenes. *Red Interdisciplinar para la Promoción de la Salud Mental y el Bienestar Emocional en los Jóvenes*.
- SALMERÓN RUIZ, M.A. y INOSTROZA QUEZADA, C. (2017). Repercusiones sobre la salud del maltrato entre iguales: acoso escolar y ciberacoso. *Revista de Estudios de Juventud*, 115, 195-206.
- SÁNCHEZ-ESCALONILLA, A. (2008) *Estrategias de guion cinematográfico* (6ª ed.). Editorial Ariel, S.A.
- SEGER, L. (2016). *Cómo convertir un buen guion en un guion excelente* (11ª ed.). Ediciones Rialp, S.A.
- VANOYE, F. y GOLIOT-LÉTÉ, A. (2008). *Principios de análisis cinematográfico*. Abada Editores, S.L.