

# REVISTA DOCUMENTOS DE TRABAJO SOCIAL

# PREMIO TFG

## Documentos de Trabajo Social DTS

Revista de Trabajo Social y Acción Social



Colegio Profesional de Trabajo Social de Málaga



Fest  
Festival de Ciencias Sociales y del Trabajo

# Edición Especial I Premio TFG

Año 2018

Documentos de Trabajo Social

## DTS

Revista de Trabajo Social y Acción Social

### Edita

Colegio Profesional de Trabajo Social de Málaga  
C/ Muro de Puerta Nueva, 9 - 1ºC. 29005 - Málaga  
Correo-e: [dts@trabajosocialmalaga.org](mailto:dts@trabajosocialmalaga.org)  
[www.trabajosocialmalaga.org](http://www.trabajosocialmalaga.org)

### Director

Javier Pacheco Mangas, Trabajador Social. Jefe de Servicio de Servicios Sociales del Ayuntamiento de Vélez-Málaga

### Secretaría Técnica

María Lara Márquez. CPTS Málaga

### Consejo de Redacción

Rafael Arredondo Quijada, Doctor por la Universidad de Málaga. Profesor del Área de Trabajo Social y Servicios Sociales de la FEST  
María Luz Burgos Varo, Trabajadora Social. Servicio Andaluz de Salud. Málaga

David Caracuel Ruiz, Trabajador Social

Rosario Castilla Mora, Doctora por la Universidad de Málaga. Profesora del Área de Trabajo Social y Servicios Sociales de la FEST

Francisco Cosano Rivas, Doctor por la Universidad de Málaga. Profesor del Área de Trabajo Social y Servicios Sociales de la FEST

Eva María del Pino Villarrubia, Trabajadora Social. Málaga Acoge

Laura Domínguez de la Rosa, Doctora por la Universidad de Málaga. Profesora del Área de Trabajo Social y Servicios Sociales de la FEST

Luis Gámez Lomeña, Trabajador Social

Pedro García Calero, Trabajador Social. Empleado público de la Junta de Andalucía

María de las Olas Palma García, Doctora por la Universidad de Málaga. Profesora del Área de Trabajo Social y Servicios Sociales de la FEST

### Consejo Científico Asesor

Ana Barranco Carrillo. Trabajadora social. Diputación Provincial de Jaén (Salud)

José Enrique Bernal Menéndez, Abogado ejerciente. Funcionario de la Administración Local (Mujer y Violencia Género)

Luis Gómez Jacinto. Catedrático de Psicología Social. Profesor del Grado de Trabajo Social de la Universidad de Málaga

Ana Hernández Escobar, Trabajadora social. Directora General de Firma Quattro Trabajo Social S.L.

Francisco Javier Jiménez Gómez, Secretario General y trabajador social de Cáritas Diocesana Málaga

Enrique Pastor Seller. Trabajador social. Licenciado y Doctor en Sociología. Profesor titular de Universidad

de Murcia. Vicepresidente del Consejo General del Trabajo Social de España

María Luisa Taboada González, Trabajadora social y profesora emérita de Ética de la Universidad de Málaga

### Diseño e impresión

Rocío Morales Lozano. CPTS Málaga. Gráficas Anarol S.L.

ISSN 1133-6552 / ISSN Electrónico 2173-8246



# SUMARIO.....

<b>EDITORIAL</b>	<b>5</b>
<i>Javier Pacheco Mangas</i> Director de la Revista DTS	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>LA PRÁCTICA DEPORTIVA COMO INSTRUMENTO DE INCLUSIÓN SOCIAL</b></li></ul>	<b>7</b>
<i>Autora: Alba Pulido Tenllado</i> <i>Tutor: José Luis Albánchez Blanco</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>ANÁLISIS DE LA GESTIÓN EN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES LUCRATIVAS</b></li></ul>	<b>39</b>
<i>Autora: Carmen José Rivas García</i> <i>Tutor: Dr. Francisco Salguero Caparrós</i>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>NORMALIZACIÓN EN EL CONSUMO DE ALCOHOL EN SERIES DE TELEVISIÓN</b></li></ul>	<b>79</b>
<i>Autora: Ana del Río Florido</i> <i>Tutor: Dr. Rafael Arredondo Quijada</i>	



# EDITORIAL.....

El Trabajo Social, como disciplina que busca la transformación social, está indisolublemente unido a la investigación. El nuevo marco que facilita el Espacio Europeo de Educación Superior, promueve un mayor acercamiento a esta labor que deberán desarrollar los futuros profesionales del Trabajo Social y que tiene su reflejo, entre otros, en los trabajos presentados al I Premio al mejor Trabajo de Fin de Grado de Trabajo Social. Esta convocatoria, surge con el ánimo de promover y reconocer la actividad investigadora de los estudiantes del Grado en Trabajo Social de la Universidad de Málaga, a la vez que ofrece la Revista Documentos de Trabajo Social, como vehículo de visibilización de los resultados de investigación realizados por las y los estudiantes. En esta primera edición, ha resultado premiado el trabajo titulado *“La práctica deportiva como instrumento de inclusión social”*, donde la autora nos muestra la importancia del deporte como herramienta para la inclusión desde la perspectiva del Trabajo Social; a través de una investigación llevada cabo con niñas y niños, los autores correlacionan la práctica deportiva con la adquisición de habilidades, valores, creación de redes y mejora significativamente el rendimiento académico, según concluye su autora.

Los trabajos *“Análisis de la gestión en las organizaciones sociales lucrativas”* y *“Normalización del uso del alcohol en series de televisión”*, han sido reconocidos con sendos accésits, por su calidad. El primero, por ofrecer un análisis de la situación de los profesionales del Trabajo Social en el ámbito del ejercicio libre y de la empresa, un campo de estudio y ejercicio profesional relativamente reciente, donde son bienvenidas nuevas aportaciones. El segundo trabajo reconocido con accésit, propone el estudio de la influencia de la televisión en la aceptación y reproducción de hábitos en el consumo de alcohol, a través del análisis de series de ficción de gran relevancia, cuyos resultados nos pueden facilitar el diseño e implementación de programas de prevención. Desde estas líneas no queda más que agradecer a las autoras y autores, así como a sus tutores y tutoras de los trabajos reconocidos en esta I edición del Premio, que ha podido llevarse a cabo con la inestimable colaboración de la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo de la Universidad de Málaga.

**Javier Pacheco Mangas**  
Director de la Revista DTS



# “La práctica deportiva como instrumento de inclusión social”

Autora: **Alba Pulido Tenllado**  
Tutor: **José Luis Albanchez Blanco**

## Resumen

El deporte en la actualidad puede llegar a ser un factor muy importante para la erradicación de la exclusión social, ya que como veremos, ayuda a incrementar valores de las personas, que difícilmente se pueden adoptar en otras circunstancias. Esto tiene el objetivo de que, en este caso, niños y niñas, que sufren desigualdades sociales tengan la oportunidad de alejarse de la exclusión social que están predestinados a sufrir por el simple hecho de nacer en una familia que anteriormente ya padecía estos problemas. Confiamos en el deporte como una oportunidad para aumentar la inclusión social de los colectivos que se encuentran excluidos de la sociedad por varios factores, y así poder proteger a las personas que se encuentren en situación de vulnerabilidad.

Esta investigación tiene como fin comprobar la relación que existe entre el deporte y los resultados académicos de los niños y niñas que lo practican, porque como sabemos, en la actualidad nos encontramos en una situación económica difícil y esto hace que sea aún más complicada la inclusión social. También queremos demostrar que el hecho de realizar ejercicio físico tiene unos beneficios que ayudan a obtener unos resultados académicos positivos, siendo este un factor importante en la sociedad para erradicar la exclusión social.

## Palabras claves

Exclusión social, inclusión social, deporte, valores, resultados académicos.

### Abstract

Currently, sport could become a key factor in eradicating the social exclusion, as we will see, it helps to increase people's values which can be difficult to adopt in other circumstances. It has the aim that, in this case, boys and girls, who suffer social inequalities, have the opportunity of moving away from social exclusion. Something they are predestinated to suffer from the simple fact of being born in a family that previously suffers these problems. We trust in the sport as an opportunity to increase social inclusion of the groups which are excluded from the society - due to several causes, this way we could protect people in a vulnerable situation / position.

This research aims to check the relationship between sport and academic outcomes of boys and girls who practice it, because as we know, we are facing a difficult economic situation and this makes even harder the social inclusion. We want also to prove that the fact of taking physical exercise has some benefits that help to get some positive academic results, being them a key factor in society to eradicate social exclusion.

### Keywords

Social exclusion, social inclusion, sport, values, academic results.

# ÍNDICE.....

1. INTRODUCCIÓN .....	10
2. JUSTIFICACIÓN .....	11
3. PRESENTACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO Y DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	12
3.1. Objetivo general .....	12
3.2. Objetivos específicos .....	12
4. MARCO TEÓRICO.....	12
4.1. Pobreza y vulnerabilidad social.....	12
4.2. Exclusión social e integración social .....	13
4.4. El deporte en el colegio .....	17
4.5. Marco Legislativo.....	18
4.6. Estadísticas deportivas.....	19
5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	22
5.1. Metodología.....	22
5.2. Recogida de información.....	24
6. RESULTADOS .....	24
7. CONCLUSIÓN .....	30
8. BIBLIOGRAFÍA.....	33
9. ANEXOS.....	35

## 1. INTRODUCCIÓN

España ha experimentado una serie de cambios, que, en el día de hoy, siguen su proceso. Tenemos que decir, que la exclusión social es el desencadenante de situaciones difíciles en el entorno en el que se desarrollan, en este caso los menores, como puede ser los problemas impulsados por las desigualdades del sistema económico en el que nos encontramos, aunque, no solo tiene que ver con un factor o causa, sino que se debe a una serie de acontecimientos que se relacionan entre sí.

Destacamos que, aunque en la actualidad, independientemente de que se sostengan teorías que nos dicen que la desigualdad cumple la función de mantener el equilibrio de la sociedad, se está luchando por un mundo en el que todos tengan las mismas oportunidades.

El deporte se considera como una fuente fundamental para el desarrollo de una sociedad. Todas las personas tienen derecho a practicar deporte, ya que éste no solo es realizar una actividad física, sino que va más allá, el deporte nos permite tener una serie de valores, una disciplina y lo más importante, un desarrollo personal y social que hace que mejoremos como individuos y optimice nuestras relaciones sociales. Es por esto, que lo colectivos que se encuentran en una situación de vulnerabilidad son los que más lo necesitan.

La actividad física que se practica regularmente tienen un valor y una necesidad para la sociedad en la que nos encontramos, ya que ésta requiere una serie de aptitudes y compromisos. La persona que realiza ejercicio tiene más posibilidad de desarrollar y potenciar unas estrategias y competencias nuevas que las personas que nunca han realizado alguna actividad deportiva, tanto individual, como en equipo. Además, si practican deporte desde una edad temprana, tiene más posibilidad de practicarlo cuando sean adultos. (Devís y Peiró, 1993)

Realizar ejercicios físicos es importante para mantener un estado de salud en las mejores condiciones posibles y, sobre todo, a cualquier edad. Como hemos dicho anteriormente, es bueno empezar desde niños a practicar deporte y lograr mantenerlo como una rutina en su vida diaria, ya que, los beneficios son numerosos. En la salud física se activa la circulación sanguínea, y por esto, los órganos pueden funcionar de forma correcta, ya que el oxígeno llega mejor a las células, eliminando más toxinas. Una de los motivos más importantes de practicar deporte es que la persona quiere encontrar ese estado de bienestar, de salud, como una parte básica de calidad de vida de cada individuo, además, la práctica de éste, hace que se disminuya el riesgo de sufrir paros cardíacos o infartos cerebrales.

También ayuda a estimular el sistema nervioso, de manera que aumentan muchos de los componentes que lo integran. Esto hace que se produzca una sensación de euforia, felicidad y satisfacción. La actividad física mantiene a la persona en forma, y en épocas de estrés, ansiedad, les ayuda a levantar el ánimo y la autoestima.

Pero la práctica del deporte también puede ser negativa, ya que, si realizamos un exceso de deporte, podemos tener consecuencias. Esto puede llevar a una actitud de obsesión, haciendo que las personas que lo practican, dediquen demasiado tiempo para conseguir los objetivos que se han propuesto, y dando lugar a una baja autoestima si no llegan a conseguirlos en el tiempo que se han propuesto. La bulimia y la anorexia, también son consecuencias de esta situación, ya que puede darse la posibilidad de que el individuo se obsesione, en este caso, con tener una figura ideal. También se puede dar el riesgo de que se produzcan lesiones, y según la edad en la que se produzca, el tiempo de recuperación es mayor o menor. Es por esto, que no solo es cuestión de practicar deporte, sino que hay que hacerlo de forma correcta y, sobre todo, en buenas condiciones.

En definitiva, aunque se encuentran aspectos negativos a la hora de practicar deporte, los beneficios son mayores, por eso, hay numerosos programas y proyectos que fomentan la actividad deportiva desde edades tempranas hasta edades adultas.

## 2. JUSTIFICACIÓN

El hecho de la elección de este tema tiene que ver con mi experiencia personal en el deporte desde una edad muy temprana, además de la participación en un proyecto desde que se puso en marcha, AMRES, el cual consiste en apadrinar a menores en riesgo de exclusión social, otorgándole una beca para que puedan participar en el deporte que ellos elijan.

Además, hoy en día, cada vez son más los niños que están excluidos en la sociedad, y sobre todo en el colegio. Aunque la asignatura de Educación Física tenga su objetivo en el desarrollo psicomotriz del menor, también puede llegar a desarrollar aspectos mucho más importantes en ellos, como es el respeto a los demás, el expresar sus sentimientos y aprender a gestionar las diferencias de forma positiva.

El deporte hace que los niños compartan y cooperen entre ellos, para así llegar a apoyar y reconocer al otro como una persona que es igual que todos los demás y que merece ser respetada, haciendo que se acabe con la exclusión social.

### 3. PRESENTACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO Y DE LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Con este trabajo pretendo demostrar los beneficios que tiene el deporte especialmente en menores en riesgo de exclusión social.

Como objeto de este estudio nos basamos en un objetivo, comprobar si a través de la realización de alguna actividad deportiva, se puede erradicar la exclusión social en este colectivo.

De esta forma, justificaré si esta realidad social que he planteado se cumple o no, por lo que definido objetivos, tanto generales, como específicos.

#### 3.1. Objetivo general

- Valorar las incidencias de la inclusión social de aquellos menores insertados en programas públicos del fomento de actividad deportiva.

#### 3.2. Objetivos específicos

- Fomentar la actividad física y el deporte como medio de integración social.
- Analizar la incidencia del deporte para el desarrollo social y humano en el ámbito de la inclusión social.
- Comparar el rendimiento académico en menores que practican deporte y en menores que no realizan ninguna actividad física.

### 4. MARCO TEÓRICO

#### 4.1. Pobreza y vulnerabilidad social

Según la UNESCO (2005), la pobreza se puede definir en términos absolutos o relativos. Cuando nos referimos a la pobreza absoluta, se define con respecto a una cantidad de dinero que es necesario para poder satisfacer las necesidades básicas. Sin embargo, si nos referimos a pobreza en términos relativos, se define con respecto a un estándar de vida dado en una sociedad, es decir, se determina al comparar a un individuo con el estatus económico de otros miembros de la sociedad. Es por esto, que como nos dice Bourguignon (2004), la pobreza relativa puede aumentar si el estándar de vida de los pobres aumenta en términos reales.

La *pobreza* ha estado relacionada con el estudio de las desigualdades económicas, y ligada a las capas de población con unos ingresos bajos. Pero tenemos que decir, que, en la última década, los cambios que se han registrado en nuestra sociedad, han dado un giro, mostrando nuevos modos de marginación que se añaden al factor económico, siendo el fruto de la exclusión social y la *vulnerabilidad social*.

La *vulnerabilidad social* se relaciona con la línea conceptual que plantea pobreza como una carencia. Se puede entender el concepto de vulnerabilidad social como una condición social de riesgo, de dificultad, que inhabilita, de manera inmediata o en el futuro, a los grupos afectados, en nuestro caso, al colectivo de menores, en la satisfacción de su bienestar en contextos socio históricos y culturalmente determinados.

#### 4.2. Exclusión social e integración social

Tanto la *exclusión social* como las diferencias sociales son consideradas en la actualidad como unos de los grandes problemas con los que nos podemos encontrar. Aunque tenemos que decir que estos dos peligros han existido siempre, y por desgracia, es un asunto con el que tenemos que mediar y aún no hemos aprendido a lidiar con ellos. Todos estamos de acuerdo en que un mundo donde todos podamos tener las mismas oportunidades y en el cual todas las personas puedan conseguir desarrollarse, siempre va a ser un mundo mucho mejor.

El concepto de *exclusión social* se comenzó a utilizar en los años 70 en Francia, pero este se asociaba al concepto de desempleo y a la inestabilidad de los vínculos sociales. El principio de la entrada de este concepto tuvo que ver con el desarrollo por parte de la administración francesa de políticas sociales para realizar aproximaciones sobre el porcentaje de la población excluida por aquel entonces. De este modo se fue generalizando, hasta que finalmente se adoptó en la Unión Europea como un nuevo eje para desarrollar políticas sociales, y superar así, el concepto de pobreza.

Según el estudio de Fundación la Caixa, (2004), una situación de exclusión social se da cuando una serie de acontecimientos son promovidos por desigualdades y valores del sistema económico y social. Este concepto no solo recoge lo que es la desigualdad, sino que también incluye lo que es la pérdida de vínculos, desafiliación, desconexión o marginación social. Es por esto que exclusión social se refiere al proceso creciente de vulnerabilidad que en la actualidad afecta a sectores que son cada vez más amplios del cuerpo social. “Podríamos decir que la exclusión social, en la medida en que se inscribe en la trayectoria histórica de las desigualdades, es un fenómeno de carácter estructural, de alguna manera inherente a la lógica misma de un sistema económico y social que la

genera y alimenta casi irremediablemente.” (Fundación la Caixa, 2004). Pero la exclusión social no solo implica la reproducción de las desigualdades, sino que va más lejos y contempla situaciones producidas por problemas sociales y por la falta de integración.

Para poder medir los riesgos de la exclusión es necesario prestar atención a la seguridad de los empleos, al nivel de los ingresos, a la vivienda propia, al estar integrado en una red social y contar con apoyos. Se le da importancia a tener trabajo y qué tipo de trabajo, ya que éste delimitará la exclusión social.

Según Robert Castel (2004) exclusión social es el nombre de una multitud de situaciones completamente dispares; que no se trata de una noción analítica sino de una denominación puramente negativa. En el sentido negativo de la expresión coincide con él Tezanos (1999), considerando que se trata de un concepto cuyo significado se define en términos de aquello de lo que se carece y engloba diversos conceptos utilizados tradicionalmente para definir situaciones o modos de “estar apartado” o “ser apartado” del núcleo central de una sociedad o grupo, tales como segregación o marginación, pobreza y alienación social, que, por tanto, al formar parte de una polaridad conceptual, su comprensión solo es posible en función de su referente alternativo, es decir, de la idea de inclusión o integración social.

Los conceptos de exclusión e integración social son conceptos amplios que pueden abarcar diferentes situaciones. Estos pueden ser entendidos como una cantidad de problemas graduales, siendo así, que mientras más problemas haya, más cerca de la exclusión social se estará.

Se puede entender la inclusión social como un proceso que consiste en incluir a los excluidos, con el objetivo de que participen de forma pasiva y activa mediante una ampliación indefinida de la ciudadanía hacia una sociedad donde los derechos sociales, económicos y culturales sean aceptados y de uso cotidiano. Es por esto que se pretende llegar a un objetivo concreto, que todas las personas tengan las mismas oportunidades ante la vida.

La inclusión social busca reconocer en los grupos sociales distintos el valor que hay en cada diferencia entre ellos, el respeto a la diversidad, y el reconocimiento de un tercero que es vulnerable, el cual tiene unas necesidades que son específicas que deben ser satisfechas para que pueda estar en condiciones de igualdad, y así, poder disfrutar de sus derechos fundamentales (Guichardo, 2008). Pero esta definición no nos quiere decir que ser incluido sea tener que ser igual o semejante a los demás a quienes se agregan, sino que tiene como objetivo la convicción de que lo único común entre los seres humanos son sus diferencias, y que estas son una fuente óptima para su enriquecimiento.

### 4.3. Los beneficios del deporte

Como sabemos, el ejercicio y la actividad física, contribuye de manera directa al desarrollo físico y motor de la persona que la lleva a cabo, pero también se le suma a esto los aspectos positivos que se relacionan con el ámbito social, influyendo en la adaptación de las personas a su entorno. Esto da lugar a una sociedad saludable y activa, y además potencia los valores de responsabilidad personal y colectiva en el desarrollo social llevados a cabo a través de distintos deportes y juegos deportivos.

Unos de los principales objetivos que tiene la actividad física refiriéndonos al ámbito del desarrollo social de la persona, es fomentar actitudes positivas hacia la diversidad y las diferentes capacidades físicas que puedan tener los compañeros y compañeras, y esto se puede realizar, por ejemplo, a través de juegos de cooperación.

Autores como Carranza y Mora (2003), Gutiérrez (2003), Velázquez (2003) consideran que el medio de la actividad física y el deporte son vías óptimas para transmitir valores sociales a los alumnos y alumnas. Son varios los motivos:

El primero de ellos es el carácter lúdico y atractivo que posee el deporte para los niños y niñas. Los profesionales que trabajan en Servicios Sociales saben que la puesta en marcha de programas deportivos favorece la asistencia de los jóvenes desmotivados en comparación con otras iniciativas dirigidas a ellos.

En segundo lugar, como sabemos, el deporte hace que se desarrollen relaciones interpersonales entre ellos, dando lugar a sentimientos, afecto, con más facilidad que otras disciplinas. Tenemos que decir, que pocos ámbitos como la Educación Física y el deporte trabajan tanto con la dimensión de la reflexión, como con la conductual y afectiva.

En tercer lugar, en el deporte se dan muchas situaciones conflictivas y consecuencias morales. El deporte da la oportunidad de reflexionar moralmente a partir de la experiencia deportiva de los niños y niñas, y a partir de esto, podemos conseguir que lleguen a superar actitudes negativas, como la egocéntrica, y favorecer el desarrollo moral.

Según la psicóloga Annie de Acevedo, realizar alguna actividad física desde edades tempranas sirve no solo para: “activar todas las funciones cerebrales que son indispensables para su desarrollo cognitivo general, sino que también les enseña una serie de habilidades y conocimientos que les serán de gran ayuda durante toda su vida”.

Frailé (2004), nos dice que al igual que en el resto de asignaturas en el colegio, a través del deporte se tiene que desarrollar unos valores educativos que sean democráticos, pero desde una participación más autónoma de los alumnos y alumnas, con el objetivo

de buscar la solidaridad y el espíritu de cooperación dentro del grupo y evitar desde la actividad física los hábitos que no son saludables entre los escolares.

También Amat y Batalla (2000), nos dicen que, utilizando el deporte, se pueden trabajar muchos valores como: los valores utilitarios, siendo estos el esfuerzo, la dedicación, la entrega. Los valores relacionados con la salud, es decir, los cuidados del cuerpo, la interiorización de los hábitos alimentarios o higiénicos. Pero para poder educar en valores, hay que encontrar la forma en la que el deporte permita: fomentar el autoconocimiento y mejorar el autoconcepto; potenciar el diálogo como mejor forma de resolución de conflictos; favorecer la participación de todos; potenciar la autonomía personal; aprovechar el fracaso como elemento educativo; promover el respeto y la aceptación de las diferencias individuales; aprovechar las situaciones de juego, entrenamiento y la competición para trabajar ciertas habilidades sociales que favorezcan la convivencia.

También podemos decir, que uno de los beneficios más importantes que se obtienen tras realizar actividades deportivas es una mejora de la salud. Muchas investigaciones explican que la práctica de actividad física y de deporte posee efectos beneficiosos sobre, por ejemplo, la obesidad, la hipertensión, problemas cardiovasculares, etc. (USDHHS, 1996).

Aunque el deporte se suele comenzar desde una edad muy temprana, como ya veremos más adelante, se puede sufrir el riesgo de que, en la adolescencia, los jóvenes adquieran algún tipo de conducta y hábitos que perjudiquen a su propia salud, a pesar de que en este periodo sea donde más se goce de una buena salud. Es precisamente en esta etapa de la vida donde se produce un descenso en la práctica de deporte y la actividad física, debido muchas de las veces, al inicio del consumo de tabaco, drogas ilegales, etc. (Balaguer, Pastor y Moreno, 1999; Mendoza, Segreña y Batista, 1994).

Pero esto no quita que la relación existente entre la práctica del deporte y el ejercicio físico de manera regular, con las conductas de salud sea directa, podemos decir, que se ha podido observar que se relacionan de manera positiva con conductas que realzan la salud como una alimentación sana. (Balaguer, 1999).

Otra de las variables que ha aparecido consistentemente relacionada con la práctica de la actividad física y de deporte es la percepción que se obtiene de una buena salud. Es más, el tener un buen estado de salud ha resultado un factor que ha hecho que niños y adolescentes participen en deportes y actividades físicas. (Castillo & Balaguer, 1998).

#### 4.4. El deporte en el colegio

Basándonos en Marchesi (2004), estamos pasando por un momento de grandes transformaciones sociales, y en el sistema educativo en el que nos encontramos existe una finalidad, la formación de todos los alumnos y alumnas, la selección de los mejores, y esto conlleva la exclusión de los peores. Estas transformaciones de las que hemos hablado, afectan a la educación, ya que, de una u otra manera, tienen que cambiar para no permanecer alejada de los cambios. Es por esto que el alumnado de hoy en día, tiene otras necesidades, el cual se ve afectado por la falta de motivación sobre lo que las escuelas ofrecen, y que llega a fracasar en un porcentaje mayor de lo que debería ocurrir en la actualidad.

A pesar de que la inteligencia emocional es considerada como el motor del desarrollo social de los escolares, tenemos que decir, que ésta pasa a un segundo plano en la acción educadora, es decir, la empatía entre compañeros, el cariño y el apoyo entre ellos. En la actualidad, sin embargo, nos encontramos con un escenario totalmente diferente, abuso de poder, amenazas, y situaciones de exclusión social que los alumnos y alumnas ejercen sobre otros, teniendo consecuencias negativas.

Debido a esto, muchos expertos piensan que los lugares donde se practica el deporte pueden ser lugares adecuados para lograr acabar con las diferencias entre alumnos y conseguir desarrollar de forma positiva sus habilidades sociales hacia los demás. Para esto hay que aceptar que el campo de deporte es un lugar donde existe diversidad, un lugar donde predomina la competitividad, pero sobre todo es un lugar para compartir y cooperar entre ellos, además de apoyarse y reconocer al compañero como una persona como los demás para ser respetada.

Para Hellison (1995) la Educación Física en los colegios tenía que ser holística y humanista, humanista en el sentido en el que lo consideraba Maslow (1962), es decir, tenía que ser optimista en la consideración del ser humano y admitir que posee un potencial ilimitado para llegar a tomar el control de su vida y evitar la manipulación.

Así Hellison (1995), propuso la adopción de un modelo diferente al que había en ese entonces de Educación Física, donde el principal objetivo era poder acometer las necesidades de los niños y niñas que se encuentren socialmente más desfavorecidos en la sociedad; por otro lado, debería proporcionarle otros recursos para que los niños y niñas puedan fortalecer y ofrecerle recursos para que así, puedan mejorar su desarrollo de una forma más positiva.

Son varios los programas y proyectos que se han puesto en marcha en relación a la problemática que encontramos. Uno de ellos es “AMRES”, (Apadrinamiento de Meno-

res en Riesgo de Exclusión Social) el cual es un proyecto que está destinado a favorecer la práctica deportiva entre niños del municipio de Montilla (Córdoba), que se encuentran en riesgo de exclusión social o que sufran problemas de integración. El proyecto fue puesto en marcha por el Club de Futbolistas Veteranos de Montilla, una iniciativa que cuenta con el apoyo del Área de Bienestar Social del Ayuntamiento y que pretende hacer del deporte una forma para poder aprender valores y formas de socialización.

También conocemos otro proyecto destinado a niños y niñas, llamado “DXT para la vida”, el cual está destinado a la ayuda para proteger a jóvenes en situación de vulnerabilidad, concretamente a menores que viven o pasan la mayor parte de su tiempo en residencias escolares. El objetivo que tiene este programa es utilizar el deporte como medida para desarrollar ciertas actitudes y conductas que ayuden a los menores a poseer las herramientas necesarias para evitar encontrarse en una situación de exclusión social.

Los niños y niñas no pueden defenderse por sí mismos de las realidades a las que se enfrentan, pudiendo llegar al extremo de que sus padres ya no puedan hacerse cargo de ellos dejándolos bajo la responsabilidad de la institución adecuada. Como dice el autor Manzano (2008), la exclusión social es una situación que hay que abordar desde sus comienzos y estos suelen coincidir con el fracaso escolar y el abandono de los estudios.

#### 4.5. Marco Legislativo

Son muchos los artículos de leyes en los que nos podemos apoyar en relación al tema que estamos tratando.

Basándonos en el artículo 1 de los Derechos Humanos (1948), Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse adecuadamente los unos con los otros.

Asimismo, en el artículo 2 de los Derechos Humanos (1948), nos dice que, toda persona tiene los derechos y libertades recogidos en esta Declaración, sin tener ninguna excepción, ya sea por la raza, color, sexo, idioma, religión, etc.

Según la Ley 5/2016, de 19 de julio, del Deporte de Andalucía, el deporte es un idioma universal y sinónimo de paz que está recogido como uno de los fenómenos sociales más importantes, influyentes y significativos de la sociedad actual, tanto como práctica que se deba realizar por parte de los ciudadanos, como espectáculo, gracias a las cuales se recoge una suma de valores positivos, que colabora en la creación de una sociedad mejor.

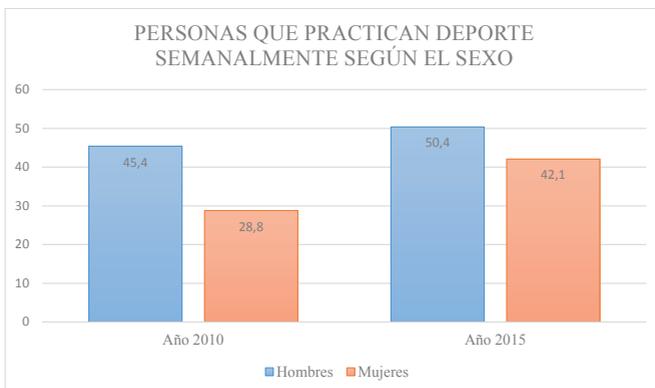
Basándonos en el artículo 3.2, de la Ley 5/2016, de 19 de julio, del Deporte de Andalucía, la práctica del deporte se dirigirá a la consecución de los siguientes valores:

- a) Su dimensión educativa y formativa, que fomenta el desarrollo completo del ser humano.
- b) Su contribución a la adquisición de hábitos saludables en las personas y su importancia como activo de salud para la comunidad, por ser factor de bienestar personal.
- c) Su aportación a la generación de actitudes y compromisos cívicos y solidarios, de respeto y de sociabilidad.
- d) La relevancia para la cohesión e integración social en una comunidad y como elemento de potenciación de políticas públicas activas que la propia comunidad decida impulsar.

En el ámbito educativo, el deporte es uno de los elementos más importante para que los alumnos y alumnas desarrollen ciertas competencias y aptitudes (Decreto 142/2007, de 26 de junio, donde se establece la ordenación de las enseñanzas de la etapa de Educación en Primaria; Real Decreto 1513/2006, de 7 de diciembre) las cuales tienen que potenciar y trabajar.

#### 4.6. Estadísticas deportivas

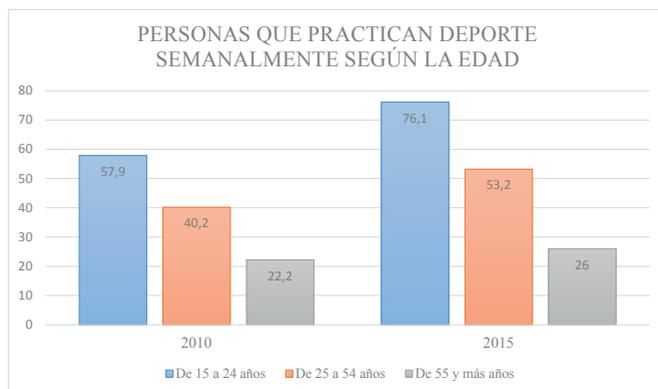
A continuación, vamos a observar varias gráficas donde se podrá explicar diferentes puntos con respecto al deporte en la actualidad.



Elaboración propia

Apoyándonos en el Anuario de Estadísticas Deportivas de 2017, donde ha colaborado la Subdirección General de Estadística y Estudios de la Secretaría General Técnica del Ministerio, en 2010 nos encontramos con un total de 37% de personas que realizan deporte semanalmente, donde un 45,4 % son hombres, y un 28,8% son mujeres. Sin embargo, en 2015 nos encontramos con un total de 46,2 % de personas que realizan deporte semanalmente, donde un 50,4% son mujeres y un 42,1% son hombres.

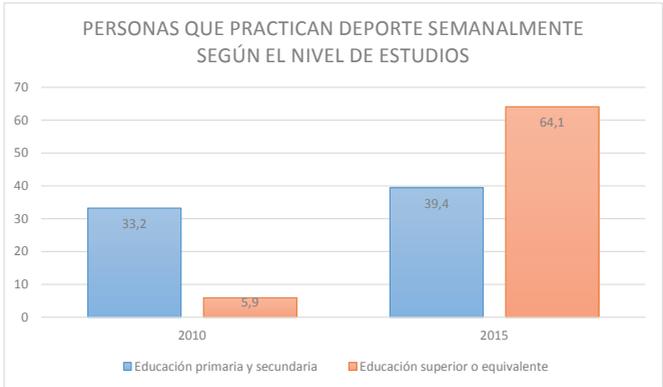
En este caso, tenemos que destacar la notable diferencia que se da en estos cinco años, donde un 13,3 % más de mujeres realizan deporte semanalmente. Esto puede deberse a la situación en la que nos encontramos actualmente, donde los cánones físicos siguen una línea, y muchas mujeres están sometidos a ellos, por lo que la razón de este cambio se debe a estar bien físicamente, hecho que puede ser también un punto negativo, como ya hemos explicado anteriormente.



Elaboración propia

En función de la edad, en 2010, nos encontramos con un 57,9% de personas que realizan deporte semanalmente en el período de los 15 años a los 24 años, y en 2015 un 76,1%. De los 25 a los 54 años, tenemos en 2010 un 40,2% y en 2015 un 53,2%. Por último, en el período de 55 y más años, en 2010, un 22,2% practican deporte semanalmente y en 2015, un 26%.

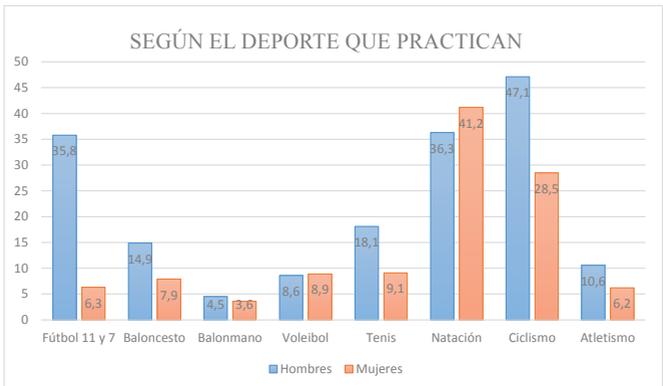
Tenemos que decir, que conforme han pasado los años, el deporte es considerado como solución a muchos problemas, tanto en edades tempranas, como en edades más avanzadas, por eso, en estos cinco años el porcentaje de personas que realizan deporte en los diferentes tramos de edad han aumentado.



Elaboración propia

Por último, fijándonos en el nivel de estudios, nos encontramos con personas que realizan deporte semanalmente y que tienen la Educación primaria y secundaria, y personas que realizan deporte con estudios de Educación superior o equivalente. En el año 2010, las personas con un nivel de Educación primaria y secundaria que realizaban deporte era de un 33,2% y en 2015 de un 39,4. Sin embargo, las personas que practican deporte con un nivel de Educación superior o equivalente, en 2010 era de un 54,9% y en 2015 de un 64,1%.

Como podemos observar, en este caso el nivel de estudios de las mujeres es un factor muy importante, ya que un 58,2 % más de mujeres son las que practican deporte teniendo estudios superiores. Esto puede deberse a que, en estos cinco años, aunque hubiese mujeres que practicaban deporte, no tenían estudios superiores, y en estos cinco años son más las que se han propuesto estudiar y lo han conseguido, dando lugar a este resultado:



Elaboración propia

También podemos hacer una diferenciación basándonos en el deporte que más se práctica y diferenciándolo entre hombres y mujeres que lo realizan, ya que como sabemos, en la actualidad, aún hay deportes que están masculinizados y otros que están feminizados. Para esto también nos hemos basado en el Anuario de Estadística Deportivas de 2017.

Como podemos observar, aún sigue habiendo deportes que son masculinos y otros que son femeninos, un ejemplo claro sería el fútbol, donde un 35,8% de las personas que lo practican son hombres y solo un 6,3% son mujeres. Esto puede deberse a que en estos deportes, entra en juego la competitividad, y los hombres en estos casos, son mucho más competitivos que las mujeres, por lo que las mujeres prefieren realizar o practicar otro tipo de deporte donde esta característica, quizás no sea la más destacada.

El deporte también es importante a la hora de obtener unos resultados positivos en el colegio, por eso se han realizado varios estudios para comprobar esto.

Según la Universidad Autónoma de Madrid a través de un estudio realizado, nos demuestran que los efectos que tiene la práctica del deporte tiene una relación directa con los datos académicos de los menores que lo practican. Los investigadores destacan que la capacidad cardiorrespiratoria y la habilidad motora que el menor tiene, hace que el impacto en el desempeño escolar sea mayor. Además, estos alumnos tienen una mayor capacidad de atención, mejor memoria y un aprendizaje óptimo.

## 5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

### 5.1. Metodología

Según Sierra (2001:125): “El fin del diseño, como el de la investigación en general, es lograr la máxima validez posible, es decir, la correspondencia más ajustada de los resultados con la realidad”.

Para llevar a cabo este estudio, el objetivo es investigar cómo la práctica de deporte en edades tempranas puede ayudar a la obtención de unos resultados académicos mejores. Además de esto, la actividad física también ayudada a adquirir ciertos valores sociales que, a través de otras vías, es más difícil interiorizar.

Basándonos en Rubio y Varas (2004), existen dos tipos de investigación, la de carácter cuantitativo y la de carácter cualitativo. Para cumplir con nuestro objetivo, nos vamos a basar en la de carácter cuantitativo.

En el caso de la metodología cuantitativa, nos describe y nos explica los hechos sociales desde una perspectiva externa, por lo que, se aborda el nivel de los hechos del

contenido de la realidad social en el que situamos todos los fenómenos sociales manifiesto que son perceptibles y registrables a partir de la observación del investigador (Rubio y Varas, 2004). Además, desde una perspectiva holística nos ayuda a abordar el objetivo del estudio para obtener uno resultados más concretos y a la vez fiables con el fin de llegar a conseguir lo que nos hemos propuesto en la investigación (Ero del Campo y Silva, 2013).

La realidad social la encontramos construida por el conjunto de significados y símbolos, así se obtiene una comprensión más profunda de estos elementos para que así, se puedan reflejar en el ambiente social (Jiménez, 2000).

Por su parte, Hurtado y Toro (1998), señalan que la investigación cuantitativa tiene una concepción lineal, esto implica claridad entre los elementos que conforman el problema que estamos estudiando, estos deben ser limitados y saber con exactitud donde comienzan, también se debe reconocer qué tipo de suceso hay entre sus elementos.

El estudio está orientado a conocer la relación entre el deporte y los datos académicos. Es por esto que vamos a realizar un cuestionario donde vamos a tener en cuenta el sexo, los estudios realizados junto con los resultados académicos, y si han practicado deporte alguna vez a lo largo de su vida. Además, también vamos a realizar dos preguntas abiertas para que expresen lo que piensen sobre el deporte y su relación con el rendimiento académico, y si consideran que el deporte es un factor importante a la hora de erradicar la exclusión social.

El cuestionario es una técnica que se utiliza para explorar las opiniones de un número de personas más o menos alto, utilizando para ello un impreso o formulario que el sujeto investigado en la mayoría de los casos puede cumplimentar por sí mismo (Fernández, 2007).

Según Fernández (2007), la realización de un cuestionario tiene menor trabajo por parte del encuestado, ya que éstos no tienen que realizar esfuerzo a la hora de escribir o verbalizar sus opiniones, sino que simplemente tienen que elegir una opción de las que se le ofrecen. Pero esto conlleva una desventaja, y es que el encuestado se encuentra limitado a la hora de responder, y puede ser que, en alguna ocasión, el entrevistado no se considere descrito con ninguna de las respuestas que se ofrece en las distintas categorías.

Pero, por otra parte, también tiene ventajas, como dice Philip Race (1997), el cuestionario nos permite encuestar a muchas personas en un período de tiempo menor, además los datos son estandarizados y fácil de resumir. Otra de las ventajas que ofrece es el anonimato, lo que da lugar a que las respuestas que se recogen sean más honestas.

Existen varios tipos de cuestionarios, en este caso, hemos utilizado el cuestionario que busca una información descriptiva común, aquí el encuestador tiene en cuenta las

variables que utiliza para que puedan responder todos los sujetos sin ninguna excepción (Pérez, 2002).

## 5.2. Recogida de información

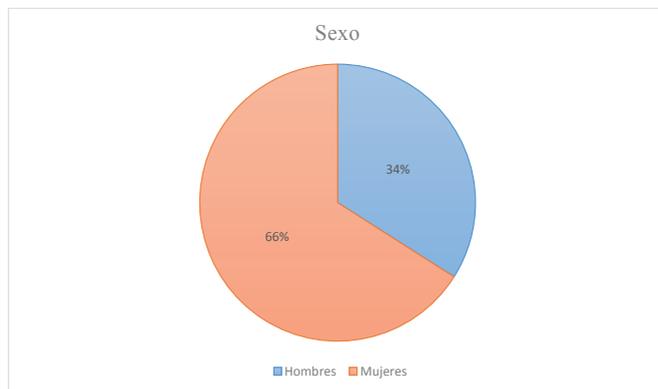
El cuestionario que hemos elaborado se ha realizado a través de *Google Forms* y se ha difundido vía Internet, a través de Redes Sociales como Facebook. Los encuestados no rigen un patrón común, por lo que son tanto hombres como mujeres de diferentes tramos de edad. En este cuestionario se realizan 10 preguntas, de las cuales dos son de respuesta libre.

El tiempo que ha estado abierto para poder realizarlo ha sido una semana, donde las personas han podido contestar libremente desde el lugar que ellos desearan. Esta forma es la más cómoda para los encuestados, es así que el total de cuestionarios recogidos han sido 100 donde, el 66% han sido mujeres y el 34% hombres.

## 6. RESULTADOS

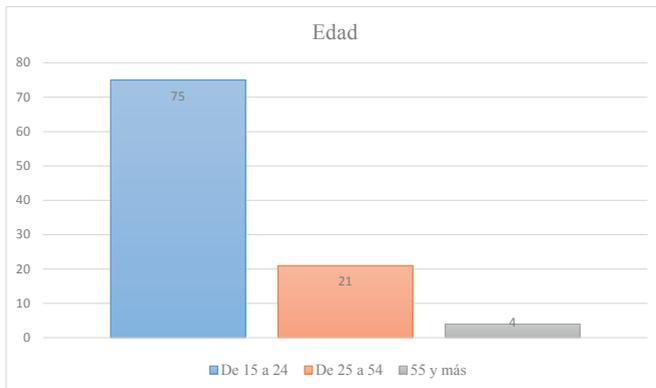
A continuación, vamos a pasar a analizar los datos recogidos del cuestionario que se ha realizado.

En primer lugar, se pregunta por el sexo, donde un 66% de las personas que han contestado son mujeres, y un 34% son hombres.



Elaboración propia

En la siguiente pregunta se recoge la edad del participante, aquí se puede observar que no hay límite por lo que las respuestas incluyen todas las edades. En este caso, vamos a realizar tres grupos, el primero sería las edades que comprenden entre los 15 años y los 24 años, el segundo desde los 25 años hasta los 54 años, y el tercero, desde los 55 y más años.

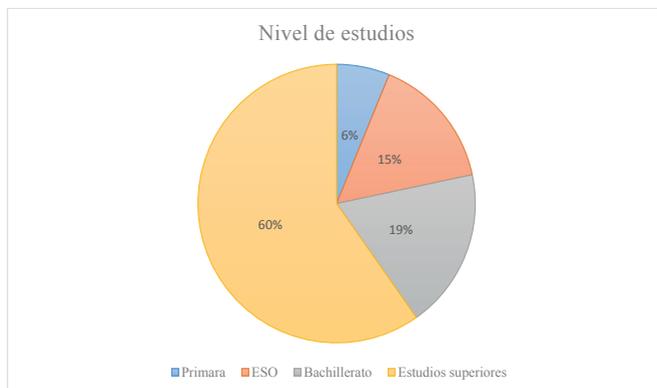


Elaboración propia

Como podemos observar, la mayor parte de las personas que han realizado el cuestionario tienen edades comprendidas entre los 15 años y los 24 años, concretamente un 75%. Le sigue un 21%, donde las edades son desde los 25 años a los 54 años, y por último un 4%, siendo edades de entre los 55 años en adelante.

La razón de que el 75% de las personas que han contestado a este cuestionario se encuentren entre los 15 años y los 24 puede ser que, aunque en la actualidad, la sociedad esté avanzada con respecto a las tecnologías, son los jóvenes los que más están al día de todas las redes sociales, y diariamente las visitan. Es por esto que el total de personas de más de 55 años que han contestado al cuestionario solo sea de un 4%.

La tercera pregunta es el nivel de estudios de los participantes, a continuación, le mostraremos la gráfica.

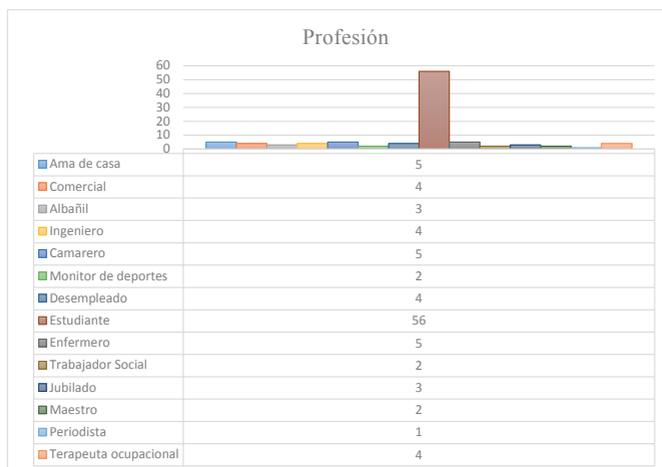


Elaboración propia

En la actualidad, las personas más jóvenes suelen inclinarse por seguir estudiando hasta obtener un título superior, ya que, como sabemos, es muy difícil encontrar un trabajo sin tener estudios superiores.

Por el hecho de que, como ya hemos dicho, un número importante de las personas que han participado tienen edades comprendidas entre los 15 y los 24 años, el resultado que obtenemos referido al nivel de estudio es el siguiente: con un 6% encontramos a las personas que tienen la primaria, un 15% tienen la ESO, un 19% tienen bachillerato, y por último, un 60% tienen estudios superiores.

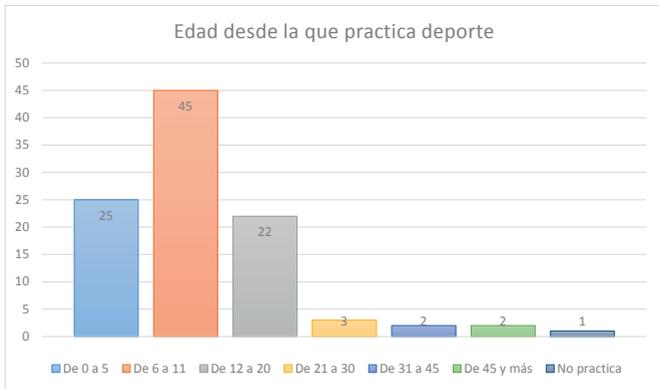
La siguiente pregunta contempla la profesión o la ocupación de los encuestados.



En relación a las otras preguntas, podemos observar que la mayoría de los encuestados actualmente están estudiando, ya sea un Grado Superior, una carrera u oposiciones, concretamente un 56%.

Tenemos que destacar también, que la mayoría de las personas que no se encuentran en la opción de estudiantes, tienen puestos de trabajo que requiere unos estudios superiores previos, como está el caso de enfermero, ingeniero, maestro, periodista o terapeuta ocupacional. Por el contrario, la minoría de ellos tienen puestos de trabajos que no requieren tener estudios superiores como en el caso anterior.

En la siguiente pregunta veremos desde que edad practican deporte las personas encuestadas.

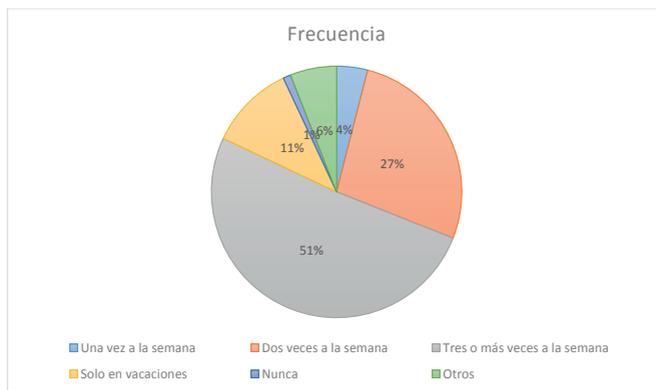


Elaboración propia

Normalmente, la edad con la que inician la práctica de algún tipo de deporte suele ser temprana, aquí podemos ver cómo un 45% de las personas comienzan entre los 6 años y los 11 años. Por el contrario, a partir de los 21 años, encontramos el menor porcentaje, con un total de 8%.

Esto puede deberse a que normalmente, los niños comienzan a la vez que el colegio a practicar deportes extraescolares, ya que los padres trabajan durante todo el día, y de esta manera no están solos. Como consecuencia, esto hará el niño/a siga manteniendo sus hábitos deportivos hasta edades más avanzadas.

A continuación, veremos con qué frecuencia realizan deporte las personas encuestadas.



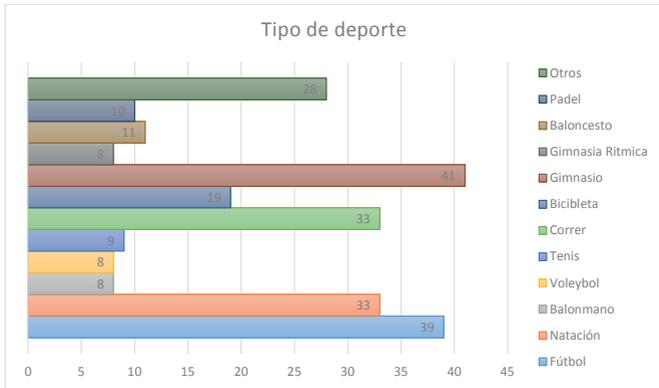
Elaboración propia

En la actualidad, sabemos que la práctica del deporte está muy al día, ya sea por el hecho de querer estar en forma, o bien por tener una buena salud, por lo que las personas que suelen practicar deporte, normalmente, lo hacen más de una vez por semana, concretamente un 51% de las personas encuestadas practican deporte tres o más veces por semana.

También puede darse el caso de que solo practiquen deporte en verano, un 11%, esto puede ser debido a que, como ya hemos explicado antes, los cánones de belleza hacen que las personas quieran tener un cuerpo ideal, y es en verano cuando creen que tienen que realizar estos cambios.

Podemos ver que la mayoría de las personas realizan deporte más de una vez por semana, lo que quiere decir que tienen como un hábito la práctica del deporte en sus vidas, siendo algo muy positivo en varios aspectos.

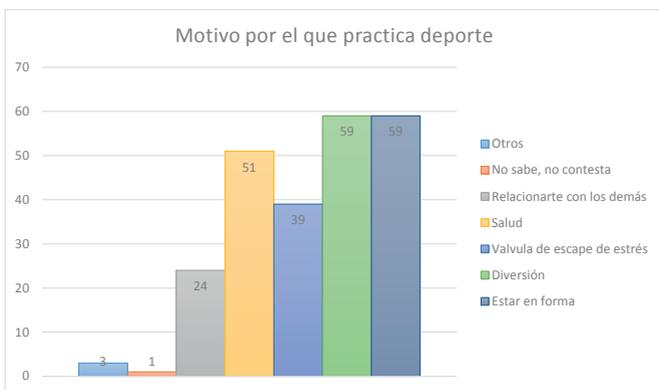
En este caso, veremos el deporte que realizan los encuestados, en este caso, podían elegir hasta tres opciones, siendo opciones no mutuamente excluyentes entre sí.



Elaboración propia

Los deportes más famosos en este país suelen ser los que más se practican, en este caso se puede observar claramente como el fútbol con un 39% es el que más se realiza, aunque también está el gimnasio, con un 41%. Tenemos que decir, que en la actualidad el gimnasio se ha puesto muy de moda en los jóvenes, ya que es una forma de ponerse en forma rápida. Podemos destacar otros deportes como la bicicleta, correr y natación, siendo estos los más seleccionados entre los participantes.

Además, también queremos saber el motivo que les lleva a practicar deporte, y como en la anterior pregunta, también opciones no mutuamente excluyentes, es decir, que pueden elegir más de una opción.



Elaboración propia

En esta última gráfica podemos ver como los principales motivos que llevan a que las personas practiquen deporte son estar en forma con un 59%, la diversión con otro 59% y la salud con un 51%. Tampoco podemos dejar pasar la opción de utilizar el deporte como una válvula de escape de estrés con un 39% y la de relacionarse con los demás con un 24%, esta última es menor pero no por eso menos importante que el resto de las opciones.

Además de realizar preguntas cerradas o semi-cerradas, también hemos hecho dos preguntas cortas, donde los entrevistados pueden explicar que piensan sobre lo que se pregunta.

La primera de ellas es ¿Cree que el deporte ayuda a mejorar el rendimiento académico? ¿Por qué? Ante esta pregunta, hemos recogido todo tipo de respuestas, pero la predominante sin duda es el sí, todos consideran que el deporte ayuda de una u otra manera a mejorar el rendimiento académico. Los motivos que dan son diversos, pero todos coinciden en que es una forma de despejar la mente y libera el estrés, además también lo utilizan como una motivación para llevar a cabo de manera efectiva los estudios, como también puede ayudar a mejorar la capacidad de atención, la concentración y a saber trabajar en equipo.

También tenemos que decir, que hay una minoría que piensa que no, ya que depende de la persona, y de las horas que le dediques al estudio y al deporte. Además, nos dicen que no todo el mundo tiene esa forma de despejarse, que puede haber muchas otras formas.

La segunda pregunta es, ¿Se puede considerar el deporte como un factor importante a la hora de erradicar la exclusión social? ¿Por qué? Aquí, al igual que en la anterior pregunta, la mayoría piensa que sí, el deporte se utiliza como medio para relacionarse y se está en contacto continuo con personas de las cuales te relacionas cada vez que lo practicas, haciendo que esto sea algo positivo para erradicar la exclusión social. También nos dicen que si el deporte practicado es en grupo mejora aún más, ya que hace que se eliminen barreras y fomentan la participación social teniendo en cuenta principios como la equidad y la justicia social con el fin de encontrar el bienestar social y su propia calidad de vida.

## 7. CONCLUSIÓN

En general, en todas las sociedades, nos podemos encontrar con muchas situaciones que dan lugar a que determinadas personas puedan llegar, o incluso estén, en situaciones de riesgo y vulnerabilidad, aproximándose así a situaciones de exclusión social.

Son muchas las razones que llevan a las personas a estar en situación de exclusión social, aunque tenemos que decir, que a esto se llega con un conjunto de factores que son continuos. Existen medidas, herramientas, habilidades y valores que pueden dar lugar a que se pueda reducir los riesgos de encontrarse en esta situación, y ayudar a su vez a poder superarlos de la mejor manera. Estas medidas, herramientas, habilidades y valores, se pueden aprender e interiorizar desde edades muy tempranas.

El deporte y las actividades físicas ofrecen a todas las personas incluyendo a las personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad, una oportunidad de demostrar a la sociedad y a ellos mismos que tienen habilidades personales y sociales que en otros contextos educativos les puede resultar más difícil manifestar. (Hellison, 1978; Johnson y Johnson, 1995; Miller, Bredemeier y Shields, 1997)

El deporte, como hemos dicho anteriormente, cuentan con innumerables beneficios, ya sean físicos, de salud, o personales, pero éste ofrece la oportunidad a las personas de potenciar aspectos que para ellos son importantes, como puede ser la pertenencia a un grupo, haciendo que pongan metas en común y tengan como objetivo cumplirlas. Además, también ofrece valores propios del deporte, como aprender a trabajar bajo presión, resolver problemas, trabajar en grupo junto con sus compañeros, etc. Estas habilidades que se aprenden a través del deporte, puede transmitirse a la vida, siendo un aspecto muy positivo. (Escartí, 2006).

En la actualidad, para obtener un trabajo es muy importante saber trabajar en equipo, y quizás sea uno de los requisitos que más se piden, poniéndole más importancia que incluso a las notas o calificaciones obtenidas en los estudios que hayan realizado. El deporte es una vía para poder aprender y aprehender a trabajar en equipo, ya que desde una edad temprana se fomenta a trabajar en grupo, a ayudar a los compañeros en el caso de que lo necesiten, y son muchos los deportes que sin darnos cuenta nos enseñan estas habilidades tan importantes, tanto para nuestro día a día, como para nuestro futuro.

También existen proyectos donde los beneficiarios son los más pequeños, ya que son muchas las escuelas federadas con las que cuenta la sociedad. En muchos casos los niños, por diferentes situaciones, no tienen la oportunidad de practicar un deporte a un nivel más avanzado, debido a que, por una situación económica, no pueden pagar lo que eso requiere. Entonces es aquí donde intervienen esos proyectos, en este caso, “AMRES” (Apadrinamiento de Menores en Riesgo de Exclusión Social), el cual, ya hemos explicado anteriormente, se trata de un proyecto que tiene como objetivo favorecer la práctica deportiva entre los niños del municipio de Montilla (Córdoba), que se encuentran en riesgo de exclusión social. De esta manera, el dinero recaudado en diferentes

actos deportivos, les da la oportunidad a los niños que por diferentes motivos no pueden federarse en el deporte que quieren, a hacerlo.

Como ya hemos demostrado, el deporte es un factor que ayuda a mejorar el rendimiento académico, ya que, según la mayoría de las personas entrevistadas, suele ser una vía para poder despejarse y tener después de practicarlo la mente más abierta, para así, poder seguir estudiando.

También tenemos que destacar que cada vez son más las mujeres que practican deporte, y aunque cada vez las personas reconozcan que esto es bueno para su salud, también hay que decir que, en la actualidad, el físico es un factor importante para las personas, los cánones de belleza cada vez son más específicos y, cada vez se les dan más importancia. Relacionado con esto, hay que decir que es por esto que el gimnasio se ha puesto tan de moda, ya que es una forma de hacer deporte que tiene como fin, además de beneficiar su salud, tonificar su cuerpo de una forma más rápida y efectiva.

Como hemos podido comprobar, de los 100 participantes de la encuesta realizada, todos han practicado deporte alguna vez en su vida, y la mayoría de ellos comienzan desde edades muy tempranas, y exactamente un 60% de éstas, tienen estudios superiores, y un 19% tienen o están cursando bachillerato. Este dato es muy positivo, por la razón de que como queremos demostrar, la práctica del deporte ayuda a mejorar el rendimiento académico en los jóvenes, ayudándoles a que, en un futuro, no se queden en una situación de exclusión o vulnerabilidad social, por el simple hecho de pertenecer a una familia que anteriormente o en ese momento se haya encontrado en situaciones difíciles para los menores.

Según el anuario de estadística de 2017, se puede comprobar como las personas que tienen estudios más avanzados o los están cursando, han aumentado su práctica en el deporte, hecho que como hemos dicho ya anteriormente, tiene una relación directa con el rendimiento académico positivo. También se puede observar que son más las mujeres que con estudios practican más deporte, y esto puede deberse tanto a que, en la actualidad, el deporte es fundamental en muchas personas para mejorar su día a día, y que también son más las mujeres que tienen estudios superiores o que están cursándolos.

También a través de los encuestados, hemos podido comprobar que para ellos el deporte puede ser una forma de relacionarse, ya que se está en contacto con personas que no son de tu mismo entorno y que gracias a éste, conoces. Consideran, además, que el deporte en equipo es muy importante, siendo una vía para eliminar barreras que se crean fácilmente en la sociedad.

Por último, considero importante hablar en primera persona, ya que he decidido realizar esta investigación debido a que, desde edades muy tempranas he practicado deporte, y gracias a él he aprendido a valorar el trabajo en equipo, he sabido organizar mis estudios para poder hacer deporte, ya que para mí es una vía de escape, y considero que mis calificaciones, han sido, en cierto modo, más positivas gracias a él. Además, también tengo que decir, que, aunque el deporte aun esté diferenciado, actualmente cada vez hay menos prejuicios, tanto a las mujeres que practican deportes masculinos, y hacia los hombres que practican deportes femeninos.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Araoz-Fraser, S.. (2010, diciembre). Inclusión social: un propósito nacional para Colombia. Documentos de Investigación, 7, p.9.
- Callejo, F. (2017). Efectos negativos del exceso de deporte. *Centro de Psicología y Coaching en Madrid*. Recuperado de <https://www.upadpsicologiacoaching.com/>
- Carrusel. (20 de abril de 2015. La importancia de incluir el deporte en la educación. El tiempo. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/>
- Castillo, I., Tomás, I., García-Merita, M. & Balaguer, I. (2003). Participación en Deporte y Salud percibida en la adolescencia. *Revista de psicología general y aplicada*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/>
- Del Campo, E., & Silva, A.. (2013). Metodología Cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Ciencias Sociales*, III, pp.2-6.
- Durán, L.(Ed.) (2006) *Valores en movimiento. La actividad física y el deporte como medio de educación en valores*. Madrid. Ministerio de Educación y Ciencia Consejo Superior de Deportes
- Escartí, A. Gutiérrez, M. Pascual, C. Marín, D. Martínez, C. Chacón, Y. Septiembre-diciembre (2006). Enseñando responsabilidad personal y social a un grupo de adolescentes en riesgo: Un estudio observacional. *Revista de Educación*. 341. pp. 373-396
- La práctica de deporte mejora el rendimiento académico (2014, septiembre 2). Recuperado de <http://www.abc.es/>
- Ley Orgánica 5/2016, de 19 de julio, del Deporte de Andalucía. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, núm. 140, de 22 de julio de 2016. Recuperado de <http://www.juntadeandalucia.es/boja/2016/140/1>

- Organización de las Naciones Unidas. (2008). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*
- Pardo, I. (2015, 15 de diciembre). Los alumnos que realizan deporte de forma regular obtienen mejores resultados académicos. *Cadena ser*. Recuperado de <http://cadenaser.com/>
- Pérez Serrano, G. (2002): *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. II Técnicas y análisis de dador*. Madrid: la Muralla S.A.
- Pérez, D. (2017, febrero 23). El deporte como medio de integración e inclusión social. *Revista digital INESEM*. Recuperado de: <https://revistadigital.inesem.es/>
- Perona, N., Crucella, C., Rocchi, G. & Robin, S. (s.f). *Vulnerabilidad y exclusión social. Una propuesta metodológica para el estudio de las condiciones de vida de los hogares*. Recuperado el día 28 de agosto de 2006 de <http://www.ubiobio.cl/cps/ponencia/doc/p15.4.htm>
- Ponce, A. (2013). *Análisis de valores en la educación física y en el deporte escolar: Estudio de caso* (tesis de pregrado). Universidad de Valladolid, Segovia.
- Subdirección General de Estadística y Estudios de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2017, mayo). *Anuario de Estadísticas Deportivas 2017*.
- Vidarte, J.A., Vélez, C., Sandoval, C. & Alfonso, M.L.. (2011, abril 25). Actividad física: Estrategia de promoción de la salud. *Hacia la promoción de la salud*, 16, pp.202-2018.

9. ANEXOS

A continuación, os mostraremos la encuesta que se realizó con todas las preguntas.

PREGUNTAS
RESPUESTAS
100

## La práctica deportiva como instrumento de integración social

Hola soy Alba Pulido estudiante de 4º Curso de Trabajo Social en la Universidad de Málaga. Estoy realizando una investigación realizada bajo la supervisión del profesor José Luis Albanchez, acerca de "La práctica deportiva como instrumento de integración social".  
 Con este trabajo queremos comprobar si practicar algún tipo de actividad física hace que mejore el rendimiento académico, dando lugar a la erradicación de la exclusión social.  
 Muchas gracias por ayudar en mi investigación.

**Sexo** \*

Hombre

PREGUNTAS
RESPUESTAS
100

**Nivel de estudios** \*

Primaria

ESO

Bachillerato

Estudios superiores

**Profesión** \*

Texto de respuesta corta

---

⋮

**¿Desde que edad practica deporte?**

Respuesta corta

Texto de respuesta corta

---

**PREGUNTAS**    RESPUESTAS    100

---

¿Con qué frecuencia? \*

Una vez a la semana

Dos veces a la semana

Tres o más veces a la semana

Solo en vacaciones

Nunca

Otros

¿Qué tipo de deporte ha practicado o practica? Marque tres como máximo \*

Fútbol

Natación

**PREGUNTAS**    RESPUESTAS    100

---

¿Por qué practicaba o practica deporte? Marque tres como máximo \*

Estar en forma

Diversión

Valvula de escape de estrés

Salud

Relacionarte con los demás

No sabe no contesta

Otros

¿Cree que el deporte ayuda a mejorar el rendimiento académico?¿Por qué? \*

Texto de respuesta larga

---

PREGUNTAS    RESPUESTAS    100

---

¿Cree que el deporte ayuda a mejorar el rendimiento académico? ¿Por qué? \*

Texto de respuesta larga

---

¿Se puede considerar el deporte como un factor importante a la hora de erradicar la exclusión social? ¿Por qué? \*

Texto de respuesta larga

---

**Observaciones**

Texto de respuesta larga

Esta es la página web de montilla, donde se puede ver la activa participación de AMRES para poder llevar a cabo actividades, con el fin de recoger dinero y ayudar al colectivo que ya hemos nombrado anteriormente en la investigación.





# “Análisis de la gestión en las organizaciones sociales lucrativas”

Autora: **Carmen José Rivas García**

Tutor: **Dr. Francisco Salguero Caparrós**

## Resumen

La convicción popular de que el mayor volumen de empleo de Trabajo Social se encuentra en la administración pública ha ido desapareciendo a lo largo de los años, debido a las condiciones económicas y políticas que atraviesa España en las últimas décadas. Cada vez se crean más empresas de carácter social e iniciativa privada, cuyos objetivos radican en el empoderamiento de colectivos en riesgo.

Por otro lado, durante los cuatro años de grado, se estudian las diferentes problemáticas sociales que existen, junto a ellas, aparece la figura del trabajador social como agente de cambio. Sin embargo, el Trabajo Social en ejercicio libre apenas es mencionado y tampoco está contemplado en el listado de prácticas externas.

Por todo lo anterior, es fundamental como trabajador social tener un conocimiento base sobre el funcionamiento de las organizaciones y empresas sociales, para poder ampliar las fronteras laborales, los nichos de trabajo y liderar o tomar parte activa en estas entidades. Es necesario visibilizar este sector, para que los jóvenes egresados pierdan el miedo a emprender. Conocer cómo funcionan estas entidades dotará a los trabajadores sociales de herramientas y habilidades para desempeñar una buena labor dentro o fuera de las mismas.

Una vez realizada una exhaustiva búsqueda de literatura sobre el tema, se concluyó que había poco contenido investigado hasta ahora, debido tanto al desconocimiento de la profesión como a su escasa trayectoria. Por ello, se pensó que la mejor manera de examinar la realidad de estos trabajadores era elaborar un cuestionario para que los componentes de la Asociación Nacional de Trabajadores y Trabajadoras Sociales en Ejercicio Libre (ATSEL) lo completaran.

Analizar los datos y observar la situación real en la que se encuentran los trabajadores sociales por cuenta propia, sus empresas y proyectos han sido los objetivos principales de esta investigación.

### Palabras claves

Empresa social, organización social, tercer sector, empresa privada, autónomo, lucrativo, trabajo social en ejercicio libre.

### Abstract

The popular conviction that the largest volume of Social Work employment is in public administration has been disappearing over the years, due to the economic and political conditions that Spain is going through in the last decades. More and more companies of a social nature and private initiative are created, whose objectives lie in the empowerment of groups at risk.

On the other hand, during the four years of the social work degree, the different social problems that exist are studied, with them; the figure of the social worker appears as an agent of change. However, Social Work in free practice is hardly mentioned and is not included in the list of external internships.

For all the above, it is essential as a social worker to have a basic knowledge about the functioning of social organizations and businesses, in order to expand labor borders, work niches and lead or take an active part in these organizations. It is necessary to make this sector visible, because young graduates have to lose their fear of undertaking. Knowing how these entities work will provide social workers with tools and skills to develop a good job inside or outside of them

After an exhaustive search of literature on the subject, it was concluded that there was little content investigated so far, due both to the ignorance of the profession and its short trajectory. Therefore, it was thought that the best way to analyze the reality of these workers was to prepare a questionnaire for the components of the National Association of Workers and Social Workers in Free Exercise (ATSEL) to complete it.

To analyze the data and to observe the real situation of social workers, their companies and their projects have been the main goals of this research.

### Keywords

Social enterprise, social organization, third sector, private company, autonomous, lucrative, social work in free practice.

# ÍNDICE.....

1. INTRODUCCIÓN .....	42
2. MARCO TEÓRICO.....	42
3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS .....	53
4. MATERIALES Y MÉTODOS .....	54
5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	57
6. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	66
7. CONCLUSIONES .....	69
8. ANEXOS.....	72
9. BIBLIOGRAFÍA.....	77

## INTRODUCCIÓN

El trabajo social es una profesión con un amplio abanico de actividades profesionales por realizar. No obstante, al ser una profesión joven, el trabajador social se encuentra con el desconocimiento del usuario sobre los servicios que puede ofrecer. Y no sólo entre éste, sino también entre el resto de colegas.

La principal ocupación que se suele asignar a esta profesión es la pública, y normalmente encuadrada dentro del medio de actuación de los servicios sociales. La mayoría de las veces nos limitamos a ser gestores de recursos. Sin embargo, cada vez son más los profesionales que se atreven a dar el paso, crear un gabinete de trabajo social privado donde el trabajador social sea su propio jefe, es la clave del ejercicio libre del trabajo social. En otras profesiones, se complementan un sistema público y otro privado, en el caso del sistema social no está muy explotado, ni tampoco existe una cantidad significativa de investigaciones sobre el tema.

## MARCO TEÓRICO

### ¿Qué es una organización?

Las organizaciones son formaciones sociales compuestas por individuos, que pretenden conseguir ciertos objetivos mediante un conjunto de funciones diferenciadas, que están racionalmente coordinadas, y que tienen cierta continuidad en el tiempo.

Permite a la sociedad perseguir aspiraciones que no pueden alcanzar los individuos por separado.

Las organizaciones necesitan adaptarse a un entorno cambiante, como por ejemplo, las nuevas tecnologías, su impacto tanto positivo como negativo. Analizar qué está pasando en nuestro alrededor. También requiere de una mayor exigencia de eficacia, para alcanzar los objetivos planteados, y eficiencia, para alcanzarlos con el menor consumo de recursos posible.

### Organización social

En la investigación de Berti, G. y Chillida, G. se entiende por empresa una organización social basada en la creación de vínculos cooperantes y participativos entre los diferentes trabajadores que la componen. Al aplicar este modelo social y civil a la empresa se conforma un modelo de vinculación interpersonal y grupal que permite la fácil interacción entre sus miembros.

Podemos concebir que un grupo es la unión de dos o más personas que:

- Comparten un conjunto de normas, valores y creencias comunes.
- Mantienen relaciones implícitas y explícitas, donde la conducta de cada uno afecta al resto.
- Interaccionan motivados por un objetivo común y específico.

Pero además interesa descubrir que los elementos de un grupo proactivo son:

- Percepciones y cogniciones de los miembros del grupo.
- Motivación y satisfacción de necesidades.
- Metas del grupo.
- Organización del grupo.
- Interdependencia de los miembros.
- Interacción.

Resulta interesante destacar cómo el grupo varía su capacidad de rendimiento atendiendo al grado de cohesión interna, al nivel de sensación de pertenencia de cada miembro, a la dirección del grupo (al tipo de liderazgo) y las normas propias del grupo.

Evidentemente cuando una persona siente satisfechas, más o menos, sus necesidades individuales, sus relaciones afectivas vinculantes al grupo y disfruta de cierta seguridad y disposición comunicativa, entonces su grado de pertenencia se afianza.

Sólo a partir de este momento, el momento en el que los miembros del grupo sienten como suyo el espacio y los nexos establecidos, podemos asegurar la organización del trabajo en equipos y la eficacia del resultado.

Los beneficios de una organización social que abarcan tres esferas principales:

1. Individual: Cada miembro gana en implicación y ve reconocido su trabajo (ya que se siente miembro activo del grupo).
2. Grupal: La cohesión de los grupos se consolida, a partir de acciones conjuntas que redundan en un aumento de confianza. Un miembro no es más que otro, simplemente tienen funciones diferentes, lo que facilita la definición del grupo.
3. Organizacional: A nivel interno la organización es más sana y eso hace que su ejercicio aporte mayor valor añadido al cliente. La organización responsable de su desempeño fideliza al cliente, ya que siente sus necesidades cubiertas.

### *Peculiaridades de las organizaciones sociales*

Su **input**, su «materia prima» son las personas. Trabajan directamente con y para seres humanos con atributos específicos. Son las personas con una problemática o necesidades sociales.

Su **output** o producción es cambiar o transformar la situación de las personas que atienden. A través del servicio se transforma o mejora esa realidad. Se busca aumentar el bienestar.

- Su mandato, y la justificación de su existencia, es proteger y promover el bienestar de las personas con las que trabajan. Se trata de un servicio generalmente derivado de un marco legal que define sus competencias.
- En algunos casos, el número de miembros es muy reducido.
- Las actividades a desarrollar incluyen una gran diversidad de tareas.
- La actuación profesional es compleja.

### *¿Qué define a una organización?*

Va a ver dos tipos de factores: Elementos visibles o tangibles (Instalaciones que te permiten prestar el servicio, herramientas, tecnologías,...). Hay una gran cantidad de elementos no visibles que crean su identidad (valores, ideas, símbolos, rutinas organizativas) y la hace ser diferente y única.

### **Las organizaciones prestadoras de Servicios Sociales:**

“Los Servicios Sociales son prestaciones técnicas y otras actividades en las que se brinda ayuda o apoyo fundamentalmente relacional y de proximidad para la cobertura de carencias y el desarrollo de potencialidades en lo que tiene que ver con la autonomía (o dependencia) personal y la integración (o exclusión) comunitaria y social en general” (Fantova, 2006 citado por Ollero, C., 2013)

- Pueden ser entidades públicas o privadas, lucrativas o no lucrativas.
- Desarrollan y prestan servicios a los ciudadanos para resolver problemas sociales y dar respuesta a necesidades, tanto individuales como colectivas.
- Su función va dirigida a la mejora de las condiciones de vida y al desarrollo de las potencialidades que posibiliten el pleno desarrollo humano y reduzcan las desigualdades.

En el análisis de los servicios sociales en España, encontramos distintos sistemas de prestación a la asistencia a las necesidades sociales:

#### *Administraciones Públicas*

- La respuesta estatal o pública a las necesidades es la que ha tenido el protagonismo históricamente
- La Admón. Asume la responsabilidad de organizar y financia los SS.SS desde distintos niveles de competencias: Estatal, Autonómico y Entidades Locales.
- Diversidad de campos de actuación: personas con diversidad funcional, drogodependientes, mayores, menores, inmigrantes, etc.

#### *Organizaciones no lucrativas (Vernis, A et al, 1998)*

- Se trata de organizaciones voluntarias sin ánimo de lucro.
- Actúan dentro de un marco organizado y con una finalidad social.
- Pueden revestir múltiples modalidades: fundaciones, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, etc.
- Gran riqueza de servicios prestados y múltiples destinatarios (organizaciones medioambientales, ayuda al desarrollo, atención a discapacitados, menores refugiados...)
- Estas organizaciones han tenido gran relevancia histórica y continúan teniéndola.

#### *Definición Tercer Sector:*

Formado por entidades privadas de carácter voluntario y sin ánimo de lucro,

Surgidas de la libre iniciativa ciudadana,

Funcionan de forma autónoma y solidaria realizando acciones de interés general,

Impulsan el reconocimiento y el ejercicio de los derechos sociales, de lograr la cohesión y la inclusión y bienestar social en todas sus dimensiones.

Fundación Luís Vives (2012)

“Las entidades del tercer sector son instituciones privadas y sin ánimo de lucro, cuyas actividades se basan en unos principios y en unos valores determinados y que persiguen la consecución de un bien social a través de una gestión democrática, transparente y participativa, encauzando la solidaridad de personas voluntarias.”

De Asís et al., (2008)

### *Empresas privadas:*

Son empresas que tienen un fin lucrativo, prestan un servicio con el fin de obtener una recaudación económica.

- Modalidad de asistencia que se presta desde organizaciones y empresas de servicios, pero con fin lucrativo.
- Está incrementando su relevancia. Este crecimiento se debe a que el sector público no cubre todas las necesidades y además cambios en los patrones sociales.

Una vez aclarado los conceptos, centramos nuestro objeto de estudio en las **organizaciones sociales en el ámbito lucrativo, que estaría dentro del sector de empresas privadas**, cuyo objetivo es obtener beneficio económico a cambio de realizar acciones sociales.

A estas organizaciones sociales lucrativas también se las puede denominar **empresa social**.

La empresa social (Emprendedores y PYMES, 2017) es un tipo de empresa que contribuye de una forma determinada a la sociedad y que, a su vez, le resulta rentable para generar negocio y obtener éxito empresarial.

No obstante, los emprendedores sociales, como cualquier otra empresa, busca obtener un beneficio y que su negocio sea rentable, por lo que es totalmente compatible hacerlo a través de acciones sociales, donde la prioridad no sea únicamente lograr mayor cifra de ventas.

La empresa social es un modelo de empresa innovador, a través del cual se busca la resolución de un problema social y, a su vez, obtener beneficios, generar empleo y tener grandes consecuencias en la sociedad. Algunas de sus características son:

- Carácter participativo, fomentando e incentivando la participación de uno o varios grupos de ciudadanos.

- Beneficiar a la comunidad como principal objetivo. Su mayor interés pasa por la satisfacción y obtención de un beneficio pero para un grupo concreto de la sociedad.
- Distribución de beneficios limitada. Los beneficios no son el principal objetivo de las empresas sociales.
- Garantizan la igualdad de oportunidades, evitando cualquier tipo de discriminación, ya sea por sexo, raza, religión, etc.
- La empresa social se basa, sobretodo, en la fuerza del trabajo, más que en el capital.
- Promueven la innovación económica y social.
- Se basan en financiamiento mixto, siendo su objetivo prioritario el de la **autofinanciación** y reducir, de esa manera, la dependencia económica.

Se trata pues, de otra forma de construir una empresa, más solidaria y con sentido, donde las personas sean lo primero y no los resultados económicos. La economía de las empresas con sentido son una nueva forma de entender los negocios más respetuosa y cercana a los verdaderos problemas de las personas y cómo estos son solucionados.

En ocasiones faltan ejemplos de empresas que ya lo estén logrando, compañías que facturan y que ya muestran síntomas de poder echar un pulso a esa otra economía exclusivamente focalizada en la obtención de recursos económicos para directores ejecutivos y accionistas

Por todo ello, nuestro objeto de estudio será ATSEL (**Asociación Nacional de Trabajadores Sociales en Ejercicio Libre**). Empresa formada por un conjunto de Trabajadoras y Trabajadores Sociales, con carácter emprendedor, cuya misión radica en visibilizar el Trabajo Social en ejercicio libre, defender los intereses de las y los Trabajadores Sociales emprendedores, enriquecer la disciplina del Trabajo Social a través de sus conocimientos y experiencias y establecer alianzas con otras entidades afines entre otras muchas actividades.

Sin embargo, antes de profundizar de lleno en nuestro eje principal de estudio, es preciso aclarar de qué estamos hablando realmente, en qué consiste esta rama del trabajo social tan desconocida para la mayoría de personas.

Surgen numerosas preguntas, ¿qué es el ejercicio libre de la profesión?, ¿cómo se desarrolla?, ¿cuáles son las áreas de actuación? Veamos algunas definiciones antes de seguir adelante:

- Profesión Liberal: Es aquella en la que no existe ninguna subordinación entre el que la efectúa y el que acude a sus servicios.
- Libre: Que posee la facultad de obrar como quiere. No sujeto a dominación. Independiente. Que no depende de nadie.
- Ejercicio Libre de la Profesión: Práctica de nuestra actividad profesional en un marco de independencia o no dependencia laboral, con una entidad en concreto.

En todas ellas hay algo en común, la independencia a la hora de prestación de nuestros servicios profesionales.

Los términos citados quedan aclarados, el problema se plantea cuando intentamos extrapolar estos conceptos a la profesión del trabajo social.

Estamos acostumbrados como sociedad a que cuando tenemos un problema social, vamos y solicitamos cita y entrevista con el profesional del Trabajo Social de nuestra zona. Esta cita viene cubierta con nuestro sistema de protección social. Esto sería la puerta de entrada en el sistema de protección social que el Estado nos ofrece, y sería el acceso a la ayuda profesionalizada.

Sin embargo, los trabajadores sociales pueden escoger otra trayectoria profesional que no iría ligada a este sistema de protección social, otros campos del trabajo social.

Es aquí donde aparece una situación relacional laboral muy poco explorada en nuestro país, y en la que cada día son más los compañeros y compañeras del trabajo social que dan el paso: es la creación de un gabinete de trabajo social privado. Y al igual que en otras profesionales, donde se complementan un sistema público y otro privado, como puede ser el sanitario, en el caso del sistema social es muy frecuente.

Según el artículo de Gabriel Ángel Cano, desde un gabinete de trabajo social se pueden acompañar a las personas o las familias en sus problemas de índole social, a encauzarlos y trabajarlos. Por ejemplo, se podría trabajar con familias con problemas de definición de roles, con los hijos/as tanto a nivel infantil, así como problemas de conducta con los adolescentes. Siempre muy relacionados con la familia y a nivel individual.

Otros servicios que puedes encontrar en un gabinete de trabajo social son mediación familiar, orientación familiar, informes sociales y periciales, trabajo social terapéutico, acompañamiento social en duelos, orientación a los estudios, con pautas y atenciones, acompañamiento en procesos de toma de decisiones, búsqueda de servicios, creación de expedientes sociales para acceso a ayudas y servicios diversos, etc. Siempre desde la discreción más absoluta, con horarios de mañana y tarde, así como una atención personalizada y centrada en la persona con la que estamos trabajando.

Una vez planteadas algunas de las diversas actividades que puede hacer un Trabajador Social en ejercicio libre, recogemos los diferentes requisitos y aclaraciones que contempla el Colegio de Trabajo Social de Málaga para poder ejercer el Trabajo Social de manera autónoma:

Las/os Trabajadoras/es Sociales que ejerzan la profesión libremente deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Estar en posesión de la correspondiente titulación
- Estar colegiado/a
- Estar dado de alta en IAE y Seguridad Social
- No haber sido sancionadas/os por infracción muy grave o condenadas/os por sentencia firme a la pena de inhabilitación, mientras dure el tiempo de su cumplimiento.

La Comisión de Ejercicio Libre del Colegio Profesional de Málaga acuerda la creación de un listado de profesionales en ejercicio libre de Trabajo Social constituidos en Málaga, sea cual sea su figura legal: persona física o persona jurídica.

### **Objetivo general:**

Impulsar, apoyar y promover la acción de los profesionales en ejercicio libre de Trabajo Social.

### **Objetivos específicos:**

- Poner a disposición de entidades públicas y privadas, asociaciones, fundaciones, profesionales de otras disciplinas y ciudadanos en general, un listado actualizado de profesionales y/o empresas de Trabajo Social.
- Difundir información sobre los colegiados en activo con dedicación en el ejercicio libre y/o empresas especializadas de Trabajo Social.

Tras la aclaración exhaustiva de los diferentes conceptos relacionados con el ejercicio libre del Trabajo Social, es preciso hacer un breve repaso histórico por la empresa social, tanto a nivel general como centrándolos en el territorio español, para poder comprobar de dónde provienen los orígenes de esta rama del trabajo social, y además conocer cómo se encuentra actualmente.

## Antecedentes

En sus orígenes el trabajo social desarrolló su intervención “al calor” de la filantropía privada (de carácter laico, o bien de carácter religioso). Una intervención desarrollada, pues, en el ámbito de la sociedad civil.

El estado, tal y como lo conocemos en la actualidad, se estaba construyendo. La iniciativa empresarial se encontraba centrada sólo en el desarrollo económico a través del proceso de industrialización. A medida que el Estado aumentó su nivel de intervención en las estructuras sociales y se erigió en garante de los derechos sociales de los ciudadanos, el Trabajo Social basculó su práctica hacia éste. Las empresas, por su parte, y dentro del marco del conflicto entre el capital y el trabajo, tuvieron que introducir medidas orientadas a favorecer determinados derechos de carácter laboral. En estas aguas el Trabajo Social estableció una específica manera de actuación profesional. Una práctica que dio lugar al Trabajo Social de Empresa. En este contexto, el trabajo social de empresa quedó definido como aquella “actividad organizada, que pretende ayudar a la adaptación recíproca de los trabajadores y su empresa. Este objetivo se alcanza mediante la utilización de técnicas y métodos destinados a permitir que los trabajadores, los grupos y las colectividades de trabajo, hagan frente a las necesidades, resuelvan los problemas que plantea su adaptación a una sociedad industrial en evolución y, a merced de una acción cooperativa, que mejore las condiciones económicas y sociales.”

Los tres planos de actuación que dentro de la empresa tiene la figura del Trabajador Social (Bernard, 1967:19), pueden explicarse de la siguiente manera: aportar una ayuda psicosocial a los individuos y a las colectividades de trabajadores que se encuentran en dificultades; participar en la creación, en el funcionamiento y en la mejora de las realizaciones sociales de la empresa, favorecer una mejor toma de conciencia de los problemas humanos y sociales que surgen con motivo del trabajo, poniendo a disposición de responsables e interesados todas las observaciones e informaciones recogidas a través de la práctica de la actividad profesional. Esta forma específica del Trabajo Social entró en declive de forma progresiva.

Pueden establecerse como detonantes las siguientes causas:

1. Dificultades de identidad del trabajador social de empresa.
2. Desarrollo y consolidación del Estado del Bienestar.
3. Transformaciones en el mundo empresarial.

Así como en otros ámbitos la figura del Trabajador Social se ha consolidado y ha establecido un ámbito propio de intervención, en el marco de la empresa no ha sido así. Una

visión crítica desde la profesión hacia el papel de las empresas en el entramado social y el enfoque excesivamente asistencial de las actuaciones desarrolladas, provocaron la pérdida de identidad profesional dentro de estas estructuras.

La década de los sesenta fue el período de mayor expansión del TSE. Este fenómeno fue propiciado por el despegue económico y la insuficiente participación del Estado en programas de Bienestar Social, prácticamente inexistentes. De esta manera, las empresas eran las encargadas (en muchas ocasiones, incluso obligadas) a desarrollar “Obras Sociales” con las que atender a las demandas de atención social de sus trabajadores.

La consolidación de Sistemas Públicos en el ámbito de la Sanidad, la Educación y los Servicios Sociales se constituyeron en la causa principal de la desaparición del TSE. El Estado pasó a ser el garante de unos derechos ciudadanos que ya no tenían que resolverse en instancias privadas. De esta forma, en el momento que se consolidó un Servicio Público que atendía a las necesidades de carácter educativo, sanitario y/o social, las empresas dejaron de prestar un servicio, que para ellas era secundario y prescindible.

### **Evolución de las características del Trabajo Social en Empresa**

El TSE respondía a las siguientes características: La Política Social y la dirección que debía seguir, era inspirada y decidida por los empresarios. Los Servicios Sociales de Empresa se concretaban en Obras Sociales, y no abordaban problemas estructurales. El TSE era de carácter individualizado, dirigido al bienestar del trabajador y su familia y a la solución de problemas personales que pudiera plantear. No se abordaban con frecuencia problemas laborales. Los programas eran de carácter asistencial, enfocados hacia los más necesitados o a los que por sus peculiaridades se hacían acreedores de las prestaciones sociales. (Soto, J.1991:243)

Los orígenes del Trabajo Social en España se sitúan a finales del siglo XIX, cuando se empieza a hablar del Estado Social. Sin embargo, la historia del Trabajo Social de Empresa en España surge en el marco del llamado “paternalismo empresarial”, con la incorporación de la figura profesional de la asistente social, a quien se le encarga la gestión de las prestaciones y servicios que ofrece la empresa a sus trabajadores/as. Desde esta perspectiva, el Estado carecía de unas estructuras básicas de bienestar, y delegaba en las empresas la tarea de atender las demandas de su personal. La posterior irrupción del Estado como proveedor de servicios sociales y la transformación del mundo empresarial, relegó a los y las trabajadoras sociales al ámbito público y de las organizaciones no lucrativas. De esta forma, en el momento que se consolidó un servicio público que atendía a las necesidades de carácter educativo, sanitario y/o social, las empresas deja-

ron de prestar un servicio, que para ellas era secundario y prescindible (Méndez Ollero, Ortiz Valderrábanos y Pérez Lagares, 2012:1092). En la actualidad, el TSE ha recuperado de alguna manera su protagonismo, impulsado principalmente por el auge de la Responsabilidad Social Empresarial, vista como una oportunidad de “trasladar” la acción social al sector privado.

De modo que, como ya hemos visto en el recorrido histórico del trabajo social empresarial, la temática está centrada única y exclusivamente en aquellos trabajadores sociales que se han dedicado a trabajar en empresas privadas, en ningún momento se menciona que sea el propio trabajador social el que posea la empresa y cuya empresa esté dedicada a realizar acciones sociales con un fin lucrativo.

Se puede concluir pues, que las empresas sociales lucrativas tienen una trayectoria muy escasa, además de ser un ámbito del trabajo social muy poco conocido, es más, del bajo porcentaje de trabajadores sociales que tienen conocimiento sobre esta actividad, la mayoría de ellos se muestran reticentes y dubitativos ante la posibilidad de que este nuevo nicho de empleo pueda ser fructífero.

### Situación actual

La mayor parte de las investigaciones relacionadas con los términos “trabajo social” y “empresa” van enfocadas a la figura del trabajador social que desempeña una actividad organizada, que pretende ayudar a la adaptación recíproca de los trabajadores y su empresa. Este objetivo se alcanza mediante la utilización de técnicas y métodos destinados a permitir que los trabajadores, los grupos y las colectividades de trabajo, hagan frente a las necesidades, resuelvan los problemas que plantea su adaptación a una sociedad industrial en evolución y, merced a una acción cooperativa, que mejoren las condiciones económicas y sociales.” (Bernard, 1967: 19)

A pesar de la evidente relación entre el Trabajo Social y el mundo empresarial, el Libro Blanco de Trabajo Social de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), ya nos dejaba en 2005 algunos datos que invitan a la reflexión: apenas un 17% de los empleadores encuestados consideraban que la empresa podía ser un ámbito profesional del Trabajo Social, porcentaje que se reducía al 7,1% si preguntábamos a empleadores del sector público (ANECA, 2005:232). Son porcentajes exiguos, frente a otros campos como los servicios sociales o la sanidad, que reflejan la necesidad de impulsar este espacio profesional, dotando, eso sí, de formación y herramientas específicas a los y las trabajadoras sociales.

Sin embargo, a nivel europeo, las empresas sociales se encuentran mucho más desarrolladas que en España, Hay alrededor de 2 millones de empresas de Economía Social en Europa que generan unos 14,5 millones empleos, tal y como destacó el presidente de CEPES y de Social Economy Europe, Juan Antonio Pedreño en una de sus intervenciones en el Parlamento Europeo. Por ello, son de gran importancia como motor clave del desarrollo económico y social en Europa. Se exponen aquí algunos ejemplos:

- **De kringwinkel:** Es una empresa belga que aúna trabajo social, dando empleo y formación a personas paradas de larga duración, y atención al medioambiente, a través del reciclaje de objetos y venta de artículos de segunda mano. Tiene tiendas repartidas por todo el país y da empleo a más de 5.400 personas. Su filosofía es dar una segunda oportunidad tanto a las personas como a los objetos.
- **Community Campus 87:** Ofrecer vivienda y apoyo a las personas sin hogar es su principal objetivo. La clave de su éxito es trabajar con otras organizaciones voluntarias, autoridades locales, agencias de educación y empresas locales. Sus objetivos son: ofrecer servicios de vivienda y apoyo; formación y desarrollo personal; y servicios de construcción. A menudo trabajan con otras organizaciones para entregar proyectos para mejorar el área en la que viven y trabajan para crear oportunidades, derribando barreras y empoderando a las personas para que lleven a cabo su potencial.

En conclusión, las organizaciones sociales de carácter lucrativo constan de un escaso recorrido en el territorio español, pues carecen tanto de material bibliográfico como de ejemplos físicos y tangibles de su existencia. Se deduce pues, que estamos ante un campo de trabajo social aún sin explorar y en el que queda mucho trabajo por realizar.

## OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

### Objetivo general:

Conocer cómo se organiza y gestiona el Trabajo Social en ejercicio libre, en empresas y organizaciones sociales.

### Objetivos específicos:

- Conocer cuál es la situación actual de los trabajadores sociales por cuenta propia.
- Averiguar cuáles son las características principales de sus empresas.

- Aportarmás información sobre el trabajo social empresarial, para que el trabajador social pueda ampliar sus fronteras laborales.
- Investigar sobre un nicho de empleo poco conocido y estudiado entre los profesionales del trabajo social.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Los trabajadores sociales suelen centrar su línea de investigación en los temas más representativos del trabajo social (infancia, personas mayores, familias multiproblemáticas, inmigración, violencia de género, etc.). Se puede considerar de gran interés conocer el funcionamiento de las organizaciones y empresas sociales, para que el trabajador social pueda ampliar sus fronteras laborales, sus nichos de trabajo y liderar o tomar parte activa en estas entidades.

El método de estudio en una investigación social es uno de los pasos fundamentales para poder llevarla a cabo de la manera más satisfactoria. Existen diferentes caminos para indagar la realidad social.

Según Monje (2011):

La investigación científica en ciencias sociales, se puede abordar desde dos paradigmas o alternativas metodológicas: cuantitativa y cualitativa. Cada una tiene su propia fundamentación epistemológica, diseños metodológicos, técnicas e instrumentos acordes con la naturaleza de los objetos de estudio, las situaciones sociales y las preguntas que se plantean los investigadores bien con el propósito de explicar, comprender o transformar la realidad social. (p.10).

Como hemos explicado anteriormente, el trabajo social en ejercicio libre es una temática poco estudiada en la investigación social, por ello, se considera oportuno emplear una *metodología cuantitativa*, pues al tener pocos antecedentes sobre ello, una recogida de datos sencilla y básica mediante un cuestionario, nos proporcionará información muy valiosa para realizar un estudio de la realidad social de estos trabajadores.

La metodología cuantitativa de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Por lo tanto, para realizar estudios cuantitativos es indispensable contar con una teoría ya construida, dado que el método científico utilizado en la misma es el deductivo.

La metodología cuantitativa utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población.

## 1. Fases y etapas de la investigación cuantitativa

- 1) *Fase conceptual.*
  - Formulación y delimitación del problema
  - Revisión de la literatura
  - Construcción del marco teórico
  - Formulación de hipótesis
- 2) *Fase de planeación y diseño*
  - Selección de un diseño de investigación
  - Identificación de la población que se va a estudiar
  - Selección de métodos e instrumentos
  - Diseño del plan de muestreo
  - Término y revisión del plan de investigación
  - Realización del estudio piloto y las revisiones
- 3) *Fase empírica*
  - Recolección de datos
  - Preparación de los datos para análisis
- 4) *Fase analítica*
  - Análisis de datos
  - Interpretación de resultados
- 5) *Fase de difusión*
  - Comunicación de las observaciones
  - Aplicación de las observaciones

Una vez aclarado los pasos que se han de seguir para elaborar correctamente una investigación cuantitativa, vamos a profundizar en algunas técnicas y métodos empleadas para esta investigación en concreto.

La fase conceptual comprende varias etapas, la primera y más complicada fue delimitar el objeto de estudio, es decir, qué se quiere estudiar exactamente, una vez que se decidió el tema exacto sobre el que se iba a trabajar, se procedió a la revisión de la literatura ya escrita sobre ello, este paso ha supuesto una búsqueda de material bibliográfico

bastante exhaustiva y prolongada en el tiempo. Una vez terminada esta etapa, se pasa a la fase de planeación y diseño:

El proyecto ha sido elaborado de forma no experimental ya que durante el estudio no ha habido intervención alguna sobre los sujetos estudiados, no se ha modificado ni introducido ningún factor que altere su actividad normal.

La población estudiada abarca a todos aquellos trabajadores que actualmente son miembros de la Asociación Nacional de Trabajadores Sociales en Ejercicio Libre, un total de 41 empresas que se encuentran registradas oficialmente esta entidad, tanto las empresas como los empresarios se encuentran distribuidas por toda España, luego el alcance de la investigación es de nivel estatal.

Atendiendo a las características de nuestro objeto de estudio y al espacio de tiempo con el que se cuenta para la realización del proyecto, la idea más factible ha sido la elaboración de un cuestionario con un máximo de 20 preguntas y un mínimo de 15, en el que figuran preguntas con multi-respuesta y preguntas diseñadas en escala likert junto con preguntas abiertas para redactar sugerencias o contemplaciones. En principio, se formularon más de 35 preguntas, sin embargo, al final del diseño del cuestionario se escogieron aquellas que podían ser más representativas para ver la realidad en la que se encuentran estos trabajadores sociales, también se tuvo en cuenta toda la literatura investigada en el marco teórico y las charlas de jóvenes emprendedores sociales a las que asistí, pues allí se comentaban abiertamente los diferentes problemas y retos a los que se enfrentaban estos nuevos empresarios sociales.

Este cuestionario ha sido enviado vía email a todos y cada uno de los integrantes de ATSEL, en dicho correo electrónico se explica detalladamente el objetivo del cuestionario y se agradece la colaboración de los participantes. Se ha sugerido un plazo máximo de 15-20 días para devolver dicho cuestionario relleno. El email fue enviado en dos ocasiones. El modelo de cuestionario enviado a los componentes de ATSEL puede verse en el apartado de anexos.

En un estudio reciente sobre la investigación cuantitativa y cualitativa (Monje, 2011) se establece que una vez realizados los pasos previos, es necesario revisar y perfeccionar el plan de investigación antes de ejecutarlo. Para someter a evaluación con fines académicos, como es el caso, es muy conveniente que el investigador haga revisar sus planes preliminares por individuos ajenos al proyecto. Los expertos, con frecuencia aportan correcciones de gran valor para identificar fallos y faltas que para el autor puede pasar desapercibido. También ha de someterse a aprobación previa del protocolo por el que se rige dicho trabajo académico.

En este caso en concreto, se ha contado con la supervisión y el apoyo externo de Javier Espinosa, trabajador social en ejercicio libre, fundador Jábega Social y miembro de ATSEL. Desde la propia organización de ATSEL, se ha concedido una beca contabilizada en horas para mentorizar este trabajo, esto quiere decir que, Javier Espinosa y sus compañeros/as, han estado a disposición del proyecto siempre que ha sido necesario, aportando recomendaciones, sugerencias y cambios para mejorar dicho trabajo. Toda esta colaboración ha sido paralela a la supervisión constante del tutor del proyecto.

Una vez finalizado el plazo para contestar los cuestionarios, se procedió al análisis de los mismos para obtener los correspondientes resultados y finalizar con las conclusiones.

Los cuestionarios han sido analizados pregunta por pregunta, aquellas preguntas cuyos resultados resultan destacables y/o interesantes para el estudio se han ilustrado con un gráfico pertinente. Aquellas otras cuestiones cuyos resultados se han considerado menos significativos se han comentado brevemente. Así pues, el análisis está conformado por la exposición de los datos recabados en los 12 cuestionarios obtenidos, dicha exposición puede ser mediante un gráfico, una explicación escrita, una breve mención o cualquier otra modalidad adecuada.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Los resultados que se van a presentar a continuación han sido extraídos de la muestra obtenida. Esta muestra consiste en un total de 12 cuestionarios recibidos. Se contaba con una participación inicial de 41 personas, sin embargo, por motivos totalmente ajenos a la investigación, hemos contado con 12 empresas participantes.

El cuestionario cuenta con un total de 18 preguntas, todas ellas han sido analizadas detalladamente para conocer el impacto real que tienen en la sociedad. Determinados resultados resultan más relevantes que otros, por lo que algunos de ellos constarán de una explicación más extensa y otros se resumirán en una corta mención.

Al comienzo del cuestionario, se preguntan datos básicos de la persona empresaria, estos datos son: el sexo, la edad, la formación, la formación específica relacionada con gestión y organización de empresas, las personas que conforman su empresa y el año en el que se fundó la misma.

De todos estos datos personales cabe destacar que la mayoría de los individuos que han contestado pertenecen al sexo femenino, concretamente un 75% de los encuestados. La media de edad de los empresarios comprende los 39,6 años. Todos los encuestados son licenciados o graduados en Trabajo Social, sin embargo tan sólo dos de ellos tienen

formación específica relacionada con la gestión y/o organización de empresas, es decir, muchos de ellos especifican en otros apartados las diferentes titulaciones que poseen, algunos tienen varias carreras, másteres, doctorados, amplia experiencia en diferentes ámbitos del trabajo social, pero no formación específica en el área indicada, aunque sí es cierto que muchos de ellos aclaran que han sido autodidactos, es decir, ellos mismos han investigado y estudiado por su cuenta cómo ser un trabajador social en ejercicio libre. Haciendo la media del número de trabajadores que conforman estas empresas, obtenemos un resultado de 5,25 personas. Sin embargo, para obtener un dato más real de las empresas, también se ha calculado la moda, debido a que hemos contado con dos agrupaciones que tienen un gran número de trabajadores (15 y 23 personas), y el resto carecían de ese volumen de trabajadores, por ello la media daba un resultado aproximado de 5 personas. La realidad es que la mayoría de empresas cuentan con 2 personas en su plantilla.

Finalmente, el año medio en el que estas entidades nacieron corresponde al 2011. Algunas de ellas empezaron años antes y otras muchas hace tan sólo un par de años, lo que está claro es que se produjo el boom del emprendimiento a partir de la primera década del 2000.

Ahora bien, pasamos a analizar las respuestas obtenidas de todos los cuestionarios que han sido recolectados.

1. Comenzaremos con la pregunta número uno, en la cual se preguntaba la forma legal de sus empresas. El análisis de la pregunta ha revelado que la mayoría de los participantes son autónomos, aunque un número reducido de ellos son sociedad limitada.

A continuación, se muestra el gráfico de la pregunta número dos:

2. Ser emprendedor en la profesión de Trabajo Social resulta más complicado que en otras profesiones.



Gráfico 1.

Como podemos observar en este gráfico, la mayoría de los encuestados han contestado que sí es más complejo ser emprendedor en la profesión de trabajo social, pues más de la mitad de ellos (7 de los 12 participantes) han respondido con “casi siempre”, seguido “siempre”, que ha obtenido 3 votos y 1 persona que ha contestado “a veces”.

3. Es necesario poseer unas cualidades especiales para ejercer el Trabajo Social en ejercicio libre (ser planificado, constante, positivo, arriesgado, comunicativo, tolerante a la frustración, buen líder...).

En esta pregunta, 11 personas de los 12 encuestados han contestado “**Siempre**”, y el encuestado número doce ha respondido “**casi siempre**”. Luego la visión de los trabajadores sociales en ejercicio libre sobre esta pregunta es bastante homogénea.

4. La pregunta número cuatro está bastante relacionada con la anterior ya que comenta otras cualidades que debe poseer el trabajador social por cuenta propia (ser planificado, constante, positivo, arriesgado, comunicativo, tolerante a la frustración, buen líder...) por ello, los resultados son similares, esto quiere decir que la mayoría de los encuestados han contestado “**siempre**” y “**casi siempre**”.

5. Considero que la creatividad es fundamental para ser un emprendedor social.

El 75% de los encuestados ha contestado “siempre” y el 25% de las personas restantes han contestado “casi siempre”, con lo que, el resultado resulta también bastante equilibrado y similar a las preguntas anteriores.

6. Para crear una empresa relacionada con el Trabajo Social es necesario realizar una gran inversión económica:

Para crear una empresa relacionada con el Trabajo Social es necesario realizar una gran inversión económica

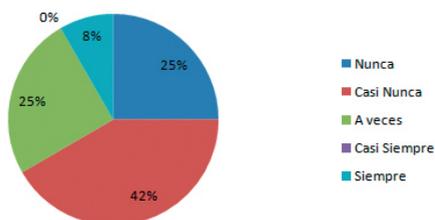


Gráfico 2.

En esta pregunta podemos observar que la mayor parte de los encuestados responde la opción “casi nunca”, sin embargo, hay más variedad de opiniones, pues el gráfico recoge 4 de las 5 posibilidades de respuesta. Obteniendo un 25% tanto en la respuesta “a veces” como en la respuesta “nunca” y un 8% en la opción “siempre”.

7. Esta cuestión está estrechamente relacionada con la anterior, pues en ella se habla de si necesitaron financiación pública para crear su empresa:

**Para crear mi empresa necesité financiación pública.**

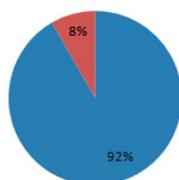


Gráfico 3.

Como podemos observar en el diagrama de sectores, la gran mayoría de los encuestados, en concreto el 92% de ellos, afirman que no necesitaron ningún tipo de financiación pública para la creación de su empresa, y un pequeño grupo (8%) afirma que casi nunca.

8. Los ingresos que recibe mi empresa me permiten costear todos mis gastos.

**Los ingresos que recibe mi empresa me permiten costear todos mis gastos.**

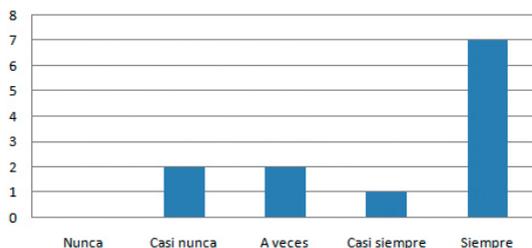


Gráfico 4.

Como podemos observar en este diagrama de barras, hemos obtenido un resultado positivo, pues más de la mitad de los encuestados afirma que sí pueden costear sus gastos gracias a los ingresos que recibe de su empresa. Traducido en datos, esto quiere decir que, 7/12 encuestados ha contestado “siempre”, 1/12 ha contestado casi siempre, y luego tenemos la relación 2/12 encuestados para “casi nunca” y “a veces”, que supone una visión un tanto más negativa.

8. Considero que los servicios que ofrece mi empresa son novedosos.

En este caso, se ha visto oportuno no hacer gráfico puesto que los resultados son bastante dispares. Esta pregunta es un tanto subjetiva, se explicará detalladamente en la discusión de los resultados.

- 25% de los encuestados ha contestado “a veces”
- 33,3% de los mismos han respondido “casi siempre”
- 41,6% de las personas han contestado “siempre”

La visión global es positiva, pero como se ha comentado anteriormente, puede carecer de objetividad.

9. Existe rivalidad entre las empresas del mismo sector.

Esta pregunta es clara, más de la mitad de los trabajadores sociales encuestados (58,3%) opina que no hay rivalidad alguna entre las empresas del mismo sector, el resto de ellos ha contestado que muy poca, esto se traduce en “casi nunca” o “a veces”.

10. Existe colaboración y sinergias de trabajo entre otras empresas de trabajo social

Como es de esperar, esta pregunta ha de tener resultados totalmente opuestos a la pregunta anterior. Se muestran el resultado del análisis a continuación.

Tras analizar los resultados de esta pregunta, concluimos que más de la mitad tiene una visión bastante positiva del trato que existe con otros trabajadores de su misma profesión, pues las personas que han contestado “casi siempre” conforman el 75% de las respuestas, luego tenemos otros encuestados, pero en menor cantidad, que han seleccionado el resto de las respuesta, que conforman el 25% restante.

11. Considero que cuento con los suficientes recursos materiales y humanos para alcanzar los objetivos que propone mi empresa.

**Para crear mi empresa necesité financiación pública.**

■ Nunca ■ Casi nunca ■ A veces ■ Casi siempre ■ Siempre

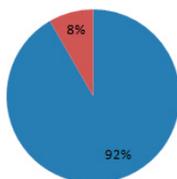


Gráfico 5.

En este gráfico podemos encontrar resultados muy variados, está claro que la mayoría de los encuestados están satisfechos con los recursos que posee su empresa, sin embargo tenemos a otro pequeño sector que considera que sus condiciones podrían mejorar.

12. Considero necesario que en las empresas sociales exista la posibilidad de colaborar como voluntario.

**Los ingresos que recibe mi empresa me permiten costear todos mis gastos.**

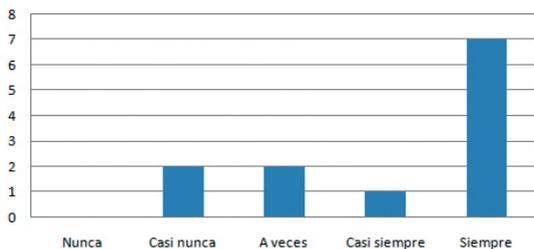


Gráfico 6.

La respuesta en esta pregunta es bastante variada, un gran sector de los encuestados opina que “nunca” (40%) y “casi nunca” (13%), sin embargo hay diferentes tipos de respuestas, pues el 20% de ellos han contestado “a veces” y 27% de los mismos han seleccionado “casi siempre”.

13. La mayor parte de los clientes quedan satisfechos con los servicios que mi empresa presta.

En esta respuesta la gran mayoría de los encuestados ha contestado positivamente, sin embargo, esta pregunta no es objetiva porque en este tipo de empresas no se suele pasar un cuestionario de calidad para comprobar la satisfacción del cliente. Se explicará más detalladamente en la discusión de los resultados.

14. Prefiero trabajar individualmente en vez de en equipo.



Gráfico 7.

La pregunta número quince muestra también respuestas muy variadas, aunque ninguno de los participantes ha respondido con la opción “siempre” y la respuesta más votada ha sido “a veces”.

- 1/12 ha respondido la opción “nunca”
- 3/12 han contestado la opción “casi nunca”
- 7/12 han seleccionado la opción “a veces”
- 1/12 ha respondido la opción “casi siempre”

15. Considero importante pasar un cuestionario de satisfacción para evaluar mi trabajo una vez que el servicio con el cliente ha finalizado.

En esta pregunta, todos los encuestados han contestado positivamente, es decir, han marcado las opciones que van desde “a veces” a “siempre”, pero no se ha preguntado si realmente ellos pasan dicho cuestionario de satisfacción a sus clientes, luego la respuesta carece de veracidad.

16. Suelo acudir a eventos para dar a conocer los servicios que oferta mi empresa y hacer contactos profesionales

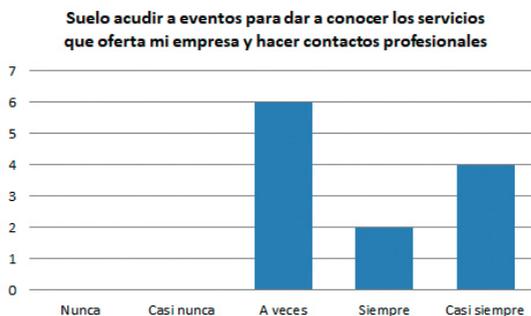


Gráfico 8.

En esta pregunta, observamos que nadie se ha inclinado por aquellas opciones que tienen un carácter negativo, como son “nunca” y “casi nunca”. La mitad de los encuestados han contestado “sin embargo”, es decir, seis de ellos, y el resto se han decantado por “siempre” y “casi siempre”, recibiendo esta última opción más votos que la anterior.

17. Elige la afirmación con la que más te identifiques:

- a) Actualmente estoy iniciándome diseñando mi empresa y servicios.
- b) Estoy en una fase inicial, buscando clientes y concertando reuniones.
- c) Ya he realizado algún trabajo como empresa pero con dificultades para conseguir nuevos trabajos.
- d) He realizado diversos trabajos como empresa y empiezo a consolidarme
- e) Mi empresa está consolidada, aunque con dificultades para seguir creciendo
- f) Mi empresa está consolidada y en pleno crecimiento.
- g) Mi empresa ha funcionado durante un tiempo, pero ahora me encuentro con dificultades para seguir adelante.

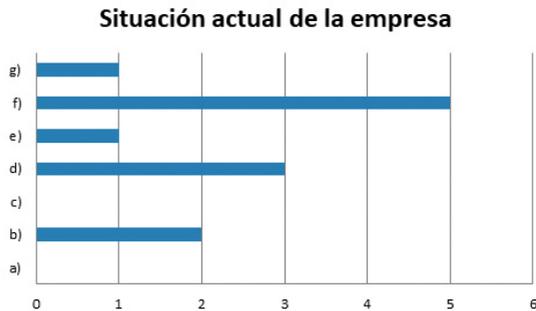


Gráfico 9.

Una vez analizada esta pregunta, hemos comprobado que la mayoría de las personas que dedicaron su tiempo a responder el cuestionario son empresarios cuyas empresas están consolidadas y en pleno crecimiento, seguidos por aquellos que están empezando pero a su vez su negocio está en auge y luego tenemos una minoría en fase inicial más una persona cuya empresa no tiene demasiado éxito.

#### 18. Situación ideal:

- a) Vivir de mi empresa
- b) Combinar trabajos de mi empresa con trabajos por cuenta ajena
- c) Combinar trabajos de mi empresa con trabajos como funcionario/a
- d) Trabajo por cuenta ajena (contratación privada)
- e) Trabajar como funcionario/a

La respuesta de esta pregunta ha sido bastante representativa, pues 10 de los 12 encuestados han contestado que su situación ideal sería vivir de su empresa. Sin embargo 1 de ellos ha contestado que querría dedicarse al funcionariado y el otro restante querría estar contratado en una entidad privada.

## DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En este apartado se van a comentar los resultados obtenidos en el análisis de los cuestionarios. Se seguirá la misma dinámica del apartado anterior, los resultados más significativos serán explicados más detalladamente y otros con menor relevancia contarán con una breve mención.

Las primeras preguntas del cuestionario consistían en varias cuestiones de carácter más personal para conocer el perfil de los encuestados, como el sexo, la edad, la formación... Como se mostró en el análisis de los resultados, la mayor parte de las personas encuestadas pertenecen al sexo femenino, puede resultar extraño en un principio ya que las encuestas estatales nos muestran que la mayoría de empresarios españoles pertenecen al sexo masculino. Sin embargo, este caso es diferente ya que el grado de trabajo social es una carrera muy feminizada, un alto porcentaje de alumnos egresados son mujeres, luego no es de extrañar que sean las propias mujeres las que decidan ser trabajadoras sociales en ejercicio libre.

La edad media del personal encuestado rondaba los 39 años, puede haber muchos motivos que incite a los trabajadores sociales de mediana edad a emprender, pero hay varios de ellos bastante frecuentes que durante las reuniones y charlas con estos empresarios han salido a la luz numerosas veces. Uno de ellos es que cuando los alumnos acaban la carrera deciden trabajar en alguna entidad para ganar experiencia en el sector o dedicarse a continuar sus estudios con un máster o el consiguiente doctorado, dentro de sus alternativas no se contempla el emprendimiento social, por ello la cifra muestra a profesionales mayores de 30 años. Otro motivo muy frecuente proviene de todos aquellos trabajadores sociales que llevan años dedicándose al funcionariado público, esta labor, puede resultar frustrante y tediosa debido a la escasez de recursos tanto materiales y económicos como de personal con el que se cuenta actualmente. De modo que, este sector, decide abandonar su labor rutinaria y emprender por su cuenta una vez que tiene experiencia y estabilidad económica.

Otro dato destacable proviene del año de nacimiento de las empresas, pues parece que a finales de la primera década del 2000 se produjo un “boom” de emprendimiento, los datos nos muestran claramente lo ocurrido. A finales de esta década España estaba atravesando uno de los momentos más álgidos de la crisis económica, luego la precariedad laboral junto con la escasez de ofertas de trabajo impulsó a muchos trabajadores sociales a emprender su propio camino.

Pasamos ahora a la pregunta: Ser emprendedor en trabajo social es más complicado que en otras profesiones. La respuesta a esta cuestión fue bastante homogénea puesto

que la gran mayoría de los participantes contestaron “siempre” o “casi siempre”. La razón es evidente, es un área del trabajo social poco conocido e investigado hasta el momento, luego es difícil contar con el apoyo de otros compañeros que tengan experiencia en el sector. Tampoco se cuenta con bibliografía suficiente ni con la información necesaria para beneficiarte de ayudas económicas. En otras profesiones resulta mucho más fácil debido a la cantidad de años que llevan trabajando en el sector privado.

A continuación vamos a comentar las preguntas 3,4,5 del cuestionario, ya que están estrechamente relacionadas, todas ellas hablaban de las cualidades que ha de poseer un trabajador social en ejercicio libre, como la creatividad, ser planificado, constante, positivo, arriesgado, comunicativo, tolerante a la frustración, buen líder... Al igual que en las preguntas anteriores, los resultados han sido bastante homogéneos, pues es cierto que el trabajo social es una carrera vocacional, cuyo objetivo radica en ser agente de cambio y querer transformar la sociedad con pequeñas acciones, sin embargo, para ser trabajador social en ejercicio libre no basta sólo con poseer esas cualidades, hay que estar dotado de unas habilidades especiales que te permitan desarrollarte como profesional y tener un negocio consolidado a lo largo de los años.

Otra cuestión que es conveniente destacar es la inversión económica que se necesita hacer para convertirse en trabajador social en ejercicio libre. La creencia popular nos dice que para emprender se necesita contar con una buena cantidad de ahorros porque no es una actividad barata. Sin embargo, la mayoría de los trabajadores sociales que he conocido durante el proceso de investigación me han afirmado que no se necesita una gran suma de dinero para comenzar a emprender, y en los resultados de las encuestas está la confirmación, pues la mayoría de ellos ha contestado que no necesitaron invertir grandes cantidades de dinero en el momento en el que decidieron trabajar por su cuenta. Esta creencia tan extendida también proviene del desconocimiento acerca de este sector del trabajo social.

La siguiente pregunta que se va a comentar está relacionada con la anterior pues hablaba de la financiación pública de la que se han beneficiado todos aquellos trabajadores sociales en ejercicio libre. La gran mayoría ha respondido que no se benefició de ninguna ayuda pública para crear su empresa. El motivo podría ser que existen escasas ayudas para aquellos empresarios sociales que deciden emprender, sin embargo, también es cierto que estas ayudas existen y se pueden solicitar presentando la documentación pertinente, puede ocurrir que debido a la escasa información que hay sobre emprendimiento social, algunos trabajadores desconozcan la existencia de las mismas, pues alguno de ellos han comentado en el apartado “sugerencias y comentarios” que desconocen la existencia de prestaciones económicas para su negocio.

Continuamos la discusión de los resultados con la pregunta: Mi empresa me permite costear mis gastos. Un alto porcentaje de los encuestados ha contestado positivamente. Otra creencia popular muy extendida es que a la población en general le cuesta asimilar que un trabajador social pueda vivir de su propia empresa, que tenga su sueldo mensual y reciba retribución por los servicios que presta a sus clientes. Este pensamiento está muy extendido entre la ciudadanía e incluso en el alumnado de trabajo social, sin embargo, los resultados muestran que es un empleo en auge y que cada vez tiene más éxito.

Es necesario comentar también que tanto la pregunta “considero que mis servicios son novedosos” como “la mayoría de mis clientes quedan satisfechos con el servicio prestado” se pensó que serían cuestiones interesantes durante el proceso del diseño del cuestionario, pero una vez analizados los resultados se concluyó que carecen de subjetividad ya que todos han contestado positivamente, pero realmente no sabemos la opinión de los clientes/otras empresas.

Hacemos ahora alusión a las preguntas relacionadas con la rivalidad y/o la colaboración que existe en las empresas del mismo sector, como era de esperar, la rivalidad entre ellas tiende a ser baja y la colaboración muestra altas cifras. Uno de los principales motivos radica en que el rol del trabajador social normalmente es desempeñado en grupos multidisciplinares, el trabajo en equipo y colaboración con otros compañeros son características comunes del trabajo social.

A pesar de lo comentado en la pregunta anterior, la mayoría de los participantes ha respondido “a veces” al preguntarles si preferían trabajar individualmente en vez de en grupo. Esto puede deberse a que según el contexto en el que se encuentren, prefieren realizar determinados trabajos por su cuenta, pues puede ocurrir que en ciertas ocasiones la ayuda de otra persona provoque el efecto totalmente contrario y entorpezca el ritmo de trabajo, por ello se entiende que en algunas ocasiones se prefiere trabajar solo y en otras en equipo.

Tener personal realizando actividades voluntariado en la empresa es una opción que no ha sido muy apoyada por los encuestados. La respuesta es bastante obvia, un gran porcentaje de empresas y organizaciones tienen en su plantilla a personas voluntarias que desempeñan el papel del trabajador social sin retribución alguna. Algunos de estos voluntarios carecen de cualificación específica. De modo que, en muchas ocasiones, el voluntariado es considerado como una usurpación del puesto de trabajo que puede rozar la ilegalidad.

Con respecto a la pregunta “suelo acudir a eventos para dar a conocer a mi empresa”, la mayor parte de las respuestas se han centrado en “a veces”, puede entenderse

que si el volumen de trabajo es muy elevado en determinados momentos no sea posible acudir a eventos sociales. Resulta curioso que gran parte de estos emprendedores manifiesten quejas sobre la poca visibilidad que tiene su profesión pero no acudan a eventos para promocionarse tanto como debieran.

Para finalizar, las últimas dos preguntas del cuestionario son de carácter más personal como las preguntas iniciales, pues el objetivo era conocer la situación actual de la empresa y los planes de futuro de los empresarios. Un gran porcentaje de los mismos afirma con seguridad que su empresa está actualmente consolidada, lo que muestra que con esfuerzo y sacrificio es posible alcanzar el éxito en la profesión, y prácticamente todos ellos desean vivir de su empresa en un futuro, es decir, sin tener que compaginar un trabajo complementario o sin ser esta actividad un empleo pasajero, luego poner todo el empeño y dedicación en el propio negocio también es una de las claves del éxito en esta profesión tan poco valorada.

## CONCLUSIONES

“En trabajo social, el principal recurso que podemos ofrecer somos nosotros mismos como profesionales” (Mi Gabinete Social, 2014.)

El trabajo social es una profesión con un extenso abanico de actividades profesionales por realizar. No obstante, al ser una profesión relativamente reciente, el trabajador/a social se encuentra con el desconocimiento del usuario sobre los servicios que puede ofrecer. Y no sólo entre éste, sino también entre el resto sus compañeros.

Comenzaremos las conclusiones hablando de aquellos aspectos que inicialmente resultaron difíciles de llevar a cabo, entre ellos, se encuentra la escasa información disponible actualmente sobre el trabajo social en ejercicio libre.

Uno de los aspectos más complejos de esta investigación ha sido encontrar bibliografía que se ajustara a lo que realmente se estaba investigando, pues como se ha comentado en apartados anteriores, gran parte de la literatura disponible versa sobre la figura del trabajador social dentro de la empresa pero no sobre que el propio trabajador social sea el empresario. La búsqueda ha sido complicada, se puede concluir que debido a la escasa trayectoria de la profesión de trabajador social en ejercicio libre y la poca visibilidad que tiene, la bibliografía actualmente disponible es bastante reducida.

El proyecto comenzó con un planteamiento inicial confuso, debido al amplio rango de posibilidades que se podían investigar dentro del trabajo social en ejercicio libre. Las opciones eran muchas y resultó complicado decantarse por conocer cómo se gestiona y

organizan las empresas sociales, pues aunque pueda parecer un tema concreto, dentro del mismo hay un sinfín de opciones que estudiar.

Por otro lado, resulta sorprendente que en este sector del trabajo social se manifieste un amplio descontento sobre el poco reconocimiento y valor que tiene su trabajo, sin embargo, cuando se inician investigaciones cuyo fin es aportar nuevo contenido sobre el trabajo social en ejercicio libre, sus empresas y sus proyectos, la participación de estos trabajadores es escasa, pues el cuestionario, que ha sido la base de la investigación, fue enviado a todos los miembros de ATSEL en dos ocasiones, con un mensaje donde se explicaba la naturaleza de la investigación y se pedía la máxima participación para poder desarrollar un trabajo veraz. Desafortunadamente, no más de un 25% de los miembros de la asociación se decidieron involucrarse.

También es preciso comentar que la investigación ha sacado a la luz aspectos muy positivos sobre la gestión y la organización de estas empresas sociales, pues muchos de los empresarios cuentan actualmente con un negocio consolidado, que le permite costear todos sus gastos, están satisfechos con los recursos materiales y humanos con los que cuentan y consideran que la mayor parte de su clientela reciben un servicio integral y de calidad. Algunos de ellos están empezando esta aventura y otros muchos llevan ya varios años en el sector, pero todos ellos afrontan el futuro con positivismo y ganas de trabajar.

Es importante mencionar la originalidad de la investigación, ya que la mayoría del alumnado escoge temáticas convencionales para su proyecto fin de grado, sin embargo, resulta muy positivo visibilizar aquellas áreas del trabajo social que se encuentran escondidas pero que a su vez están en auge, pues la figura de trabajador social engloba un sinfín de actividades, que incluso los propios profesionales desconocen, de esta manera lo único que se consigue es limitar las oportunidades laborales y reducirla al funcionariado público y varias alternativas más. Es esencial que el trabajador social se reinvente y se ajuste a la sociedad actual que avanza a pasos gigantescos.

Asimismo, resulta imprescindible resaltar el apoyo continuado que he recibido por parte de varios miembros de la Asociación Nacional de Trabajadores en Ejercicio Libre, la colaboración de Anahí Rama y Javier Espinosa ha resultado fundamental para el desarrollo de este proyecto. A la hora de realizar una investigación, es esencial ir más allá de los datos recabados y la bibliografía consultada, estar en contacto con las personas que realmente están viviendo la situación aporta veracidad y credibilidad al proyecto. He asistido a varias reuniones de trabajadores sociales emprendedores, cada uno ha contado su experiencia y trayectoria profesional, sus ideas de futuro y los retos a los que se estaba enfrentando al emprender. Me han recomendado artículos científicos, me han facilitado

contactos clave para la investigación y me han dotado de herramientas y materiales que me han sido muy útil para el correcto desarrollo de este proyecto.

Queda claro que el trabajo social es una carrera vocacional, el área de actuación en la que cada profesional se especialice es elección propia, pero todas tienen una similitud, es fundamental esforzarse cada día para ser un buen agente de cambio y crear un mundo mejor a su alrededor. El trabajo social en ejercicio libre requiere además de la vocación y dedicación, un sobreesfuerzo añadido, se necesitan otras muchas habilidades que no se enseñan en la carrera y que son difíciles de adquirir formalmente, ya que algunos estudios superiores relacionados con las empresas no van destinados a la rama de lo social, sino a un perfil más ligado con el mundo económico o para carreras técnicas. Por todo ello, es importante continuar investigando áreas del trabajo social poco comunes, ya que esta profesión ha de seguir reinventándose, buscando nuevas oportunidades laborales, creando nuevos puestos de trabajo, ampliando las fronteras laborales y formando a trabajadores sociales bien preparados para afrontar la compleja realidad social

## ANEXOS

Cuestionario:

### ANÁLISIS DE LA GESTIÓN EN ORGANIZACIONES SOCIALES LUCRATIVAS

**Introducción:** Este estudio forma parte del Trabajo Final de Grado que realiza Carmen José Rivas García para la obtención de Grado en Trabajo Social por la Universidad de Málaga.

El citado Trabajo Final de Grado se titula “Análisis de la Gestión en Organizaciones Sociales Lucrativas”. Para su realización cuenta con la inestimable colaboración de ATSEL (Asociación Nacional de Trabajadoras y Trabajadores Sociales en Empleo Libre).

En primer lugar, rellene la información personal. A continuación, complete el cuestionario señalando con una cruz la casilla adecuada. Hay cinco posibles respuestas: **1. Nunca** **2. Casi nunca** **3. A Veces** **4. Casi siempre** y **5. Siempre**. También encontrará cuestiones en las que deberá señalar la respuesta que considera adecuada.

Al final del cuestionario, puede añadir algún comentario u objeción si lo considera necesario.

#### Información personal

Sexo:  Mujer  Varón

Edad: \_\_\_\_\_ años

Formación general:

---

---

Formación específica en gestión de organizaciones sociales:

---

---

**Información sobre la empresa:**

Número de personas que componen la empresa:

---



---

Año en que se fundó la empresa:

---



---

**Cuestionario**

1. La forma legal de mi proyecto/empresa se corresponde con:

- Autónomo
- Sociedad limitada
- Sociedad Anónima
- Cooperativa
- Asociación
- Fundación
- En vías de establecerse
- Otras: \_\_\_\_\_

2. Ser emprendedor en la profesión de Trabajo Social resulta más complicado que en otras profesiones.

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

3. Es necesario poseer unas cualidades especiales para ejercer el Trabajo Social en ejercicio libre (ser planificado, constante, positivo, arriesgado, comunicativo, tolerante a la frustración, buen líder...)

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

4. Considero que la creatividad es fundamental para ser un emprendedor social.

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

5. Para crear una empresa relacionada con el Trabajo Social es necesario realizar una gran inversión económica

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

6. Los ingresos que recibe mi empresa me permiten costear todos mis gastos.

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

7. Para crear mi empresa necesité financiación pública.

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

8. Considero que los servicios que ofrece mi empresa son novedosos

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

9. Existe rivalidad entre las empresas del mismo sector.

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

10. Existe colaboración y sinergias de trabajo entre otras empresas de trabajo social

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

11. Considero que cuento con los suficientes recursos materiales y humanos para alcanzar los objetivos que propone mi empresa

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

12. Considero necesario que en las empresas sociales exista la posibilidad de colaborar como voluntario.

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

13. La mayor parte de los clientes quedan satisfechos con los servicios que mi empresa presta.

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

14. Prefiero trabajar individualmente en vez de en equipo.

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

15. Considero importante pasar un cuestionario de satisfacción para evaluar mi trabajo una vez que el servicio con el cliente ha finalizado.

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

16. Suelo acudir a eventos para dar a conocer los servicios que oferta mi empresa y hacer contactos profesionales

1 Nunca	2 Casi nunca	3 A veces	4 Casi siempre	5 Siempre
---------	--------------	-----------	----------------	-----------

17. Elige la afirmación con la que más te identifiques

- h) Actualmente estoy iniciándome diseñando mi empresa y servicios.
- i) Estoy en una fase inicial, buscando clientes y concertando reuniones.
- j) Ya he realizado algún trabajo como empresa pero con dificultades para conseguir nuevos trabajos.
- k) He realizado diversos trabajos como empresa y empiezo a consolidarme
- l) Mi empresa está consolidada, aunque con dificultades para seguir creciendo
- m) Mi empresa está consolidada y en pleno crecimiento.
- n) Mi empresa ha funcionado durante un tiempo, pero ahora me encuentro con dificultades para seguir adelante.

18. Situación ideal

- Vivir de mi empresa
- Combinar trabajos de mi empresa con trabajo por cuenta ajena
- Combinar trabajos de mi empresa con trabajo como funcionario/a

- Trabajo por cuenta ajena (contratación privada)
- Trabajar como funcionario/a

Si desea añadir alguna objeción o comentario, hágalo a continuación:

Por favor, asegúrese de que todas las preguntas han sido contestadas adecuadamente, es importante para la validez y veracidad de este cuestionario. Gracias por su colaboración.

## BIBLIOGRAFÍA

- Balaguer, B. El ejercicio libre de la profesión, a examen. Recuperado de <https://www.coit.es/publicac/publbit/bit103/ejerlibr.htm>
- Berti, G. y Chillida, G. (2007). *La empresa como organización social*. Recuperado de <https://filoempresa.wordpress.com/2007/03/29/la-empresa-como-organizacion-social/>
- Cano, G. (2017, febrero 05). El ejercicio libre del trabajo social. *El diario*. Recuperado 27 febrero, 2018 de [https://www.eldiario.es/clm/palabras-clave/ejercicio-libre-trabajo-social\\_6\\_609349081.html](https://www.eldiario.es/clm/palabras-clave/ejercicio-libre-trabajo-social_6_609349081.html)
- Colegio Profesional de Trabajo Social de Málaga. (2016). *Registro Ejercicio Libre*. Recuperado de [http://trabajosocialmalaga.org/html/EJLIBRE\\_ejercicio\\_libre.php](http://trabajosocialmalaga.org/html/EJLIBRE_ejercicio_libre.php)
- Del Villar, I., y Tobías E. (2015). Presente y futuro del Trabajo Social en la empresa privada. *Revista de Trabajo Social y Acción Social*, 56, 1133-6552. Recuperado de [http://www.trabajosocialmalaga.org/archivos/revista\\_dts/56\\_3.pdf](http://www.trabajosocialmalaga.org/archivos/revista_dts/56_3.pdf)
- Empresa social. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/la-empresa-social.html>
- Manzano, J. (2016). *25 empresas sociales que demuestran que otra economía ya es posible en España*. Recuperado de <http://almanatura.com/2016/07/empresas-sociales-demuestran-otra-economia-posible/>
- Ollero, C. (2013). *Las “nuevas salidas” profesionales del trabajo social: el trabajo social en la empresa privada*. Recuperado de <http://www.10.ujaen.es/sites/default/files/users/factra/Congreso/54.pdf>
- Social Foundation Nest. (2017). *Las empresas sociales, ejemplos europeos*. Recuperado de <http://socialnest.org/las-empresas-sociales-ejemplos-europeos/>
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica*. Recuperado de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Vernis, A et al (1998): *La Gestión de las Organizaciones No Lucrativas*. Ed. Deusto, Bilbao.



# “Normalización en el consumo de alcohol en series de televisión”

Autora: **Ana del Río Florido**

Tutor: **Dr. Rafael Arredondo Quijada**

## Resumen

En un mundo donde las series de televisión están a la orden del día y van ganando adeptos, se reciben diversas cantidades de imágenes y referencias de alcohol y además podemos acceder a ellas a través de un clic desde plataformas digitales o desde el sofá con el mando del televisor. Nos preguntamos si podrían influir y reforzar valores y creencias populares asociadas al consumo de alcohol en la población y, por ende, si además pueden incidir en nuevos comportamientos o costumbres. En la presente investigación se indaga a modo referencial sobre el poder de la publicidad para influenciar, sobre la televisión como medio por excelencia de información y sobre las series de televisión como soporte que enfatiza en reproducir y recrear pautas socialmente aceptadas por la sociedad. Se propone visualizar y analizar determinadas series internacionales con un gran volumen de seguidores y nominaciones a los premios Emmy con el fin de comprobar el número de escenas que reflejan los contenidos de consumo de alcohol plasmados explícita o implícitamente para el espectador. En esta investigación se tienen en cuenta criterios como las características físicas y personales del personaje que consume, el contexto en el cual se desarrolla la escena, su profesión, entre otros. Por último, trata de verificar si pudiese ser un factor a tener en cuenta como agente normalizador del consumo de alcohol en las audiencias.

## Palabras claves

Consumo de alcohol, series de televisión, normalización, influir, sociedad.

## Abstract

In a world where television series are on the agenda and keep attracting followers, we are fed a diverse number of images of and references to alcohol consumption, and furthermore, these are easily accessible through just a click from digital platforms or by using the remote control from the comfort of your couch. This makes

us wonder if these could influence and reinforce popular beliefs associated with the population's alcohol consumption, and consequently have an impact on new behaviours or habits. In the present research, we enquire in referential mode into the influencing power of advertising, into television as the information media par excellence, and into television series as a platform that places the emphasis in reproducing and recreating socially accepted patterns. It visualises and analyses certain international television series with a large number of followers and nominations for the Emmy Awards, in order to check the number of scenes reflecting the contents of alcohol consumption explicitly or implicitly expressed to the viewer. This research considers criteria such as the personal and physical characteristics of the character who consumes alcohol, the context in which the scenes are carried out, the occupation of the character, among others. Lastly, it tries to verify if this could be a factor to consider as a normalising agent of the audience's alcohol consumption.

### Key words

Alcohol consumption, television series, normalisation, to influence, society.

# ÍNDICE.....

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>82</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>82</b>
2.1. El consumo de alcohol no es solo por diversión.....	82
2.2. Nos vamos de “cañas” .....	85
2.3. Medios de comunicación igual a publicidad al cuadrado .....	88
2.3.1. “La caja tonta” .....	90
2.3.2. El alcohol como f(actor) protagonista.....	92
<b>3. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS .....</b>	<b>94</b>
<b>4. METODOLOGÍA.....</b>	<b>95</b>
<b>5. ELEMENTOS DE ESTUDIO .....</b>	<b>98</b>
A. 2012 – Homeland. Clasificación +16. Temporada .....	98
B. 2012 - American Horror Story. Asylum. Clasificación +18. Temporada .....	106
C. 2013 - Juego de tronos. Clasificación +18. Temporada 4 .....	115
<b>6. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>128</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>130</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

La Real Academia Española define el término de normalización como “Acción y efecto de normalizar”, se habita en un país donde se puede consumir alcohol en cualquier momento del día y ocasión como por ejemplo, para celebrar el fin de épocas de exámenes, que has conseguido trabajo, comprar la casa de tus sueños, que vas de viaje con tus mejores amigos, una despedida o una bienvenida, cualquier momento puede ser especial para hacerlo, y sin contar actos más puntuales como conciertos, ferias, época navideña... Tenemos normalizado el uso de alcohol, de hecho, es raro que en una fiesta sino bebes una “copa” alguien te pregunte porque razón no lo haces.

Pero si una sociedad tiene normalizada el consumo de alcohol no nos puede extrañar que esto suceda y si contamos con agentes que pueden reinventar o reforzar una idea es más complicado actuar sobre ella y aún más sino lo tenemos en consideración. Es por ello por lo que en este trabajo se han tenido en cuenta, y han sido analizados los medios que reproducen los acontecimientos, hábitos y vivencias de los españoles, como son la publicidad, estrategias que se utilizan para su influencia y las series de televisión, esta última incluso más subestimada pero que realmente puede ser un medio de persuasión potente y que a través de televisión y especialmente en plataformas de streaming están cobrando fuerza.

Pues fidelizan historias donde el espectador se pueda sentir identificado e incluso en cualquier categoría tanto drama como comedia. Los contextos en los que se puede producir el consumo pueden ser diversos, así como el significado que se le atribuyen. Aunque muchas de las series son de origen estadounidense las historias acaban teniendo un trasfondo con valores y creencias en las que pueden ser similares a experiencias personales de la audiencia, y no solo las historias sino los personajes caracterizados que pueden tener aspectos o personalidad en común con cualquier persona de a pie y puedan verse reflejados en ellos.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. El consumo de alcohol no es solo por diversión

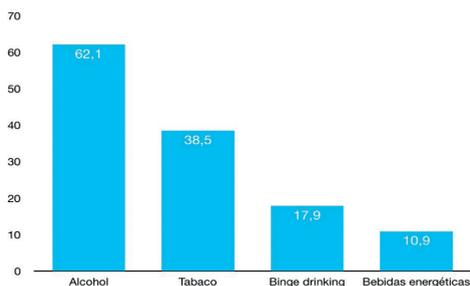
Cuando se refiere al consumo de alcohol se debe tener presente datos estadísticos para una visión más cercana al problema y constancia del índice porcentual que atañe a la población. España cuenta con multitud de investigaciones de total veracidad sobre adicciones y en nuestro caso, el alcohol, que serán utilizadas a lo largo del marco teórico. No sólo se habla de un consumo habitual o por ende casual, además, se analiza el con-

sumo concentrado que indica un estado que se origina por bebidas alcohólicas y conlleva a síntomas de trastorno de conciencia, juicios, afectos, cognición y conductas (OMS, 2005). Un consumo a corto plazo produciría un efecto agudo del alcohol, mientras que el uso prolongado a largo plazo se definiría como efecto crónico (Farke y Anderson, 2007). Esto perjudica gravemente a los efectos sociales negativos para el individuo, tales como disminución del rendimiento laboral, accidentes de tráfico, daños cerebrales, adicción al alcohol, suicidios, enfermedades cardiovasculares, coronarias, transmisión sexual y muerte precoz (Farke y Anderson, 2007).

Dejando a un lado el consumo en exceso, del que más adelante se interpretará, existen informes actuales con relevancia en España que representa a través de datos numéricos la presente situación con respecto al consumo de alcohol del territorio.

Informes como el realizado por el Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones, bajo el nombre, Encuesta sobre Alcohol y Drogas en España (EDADES) 1995-2015 (2017), se puede recabar la evolución desde el año 1995 hasta el 2015, en ese último año con una muestra total de 22.541 personas supone como la edad media de inicio en el consumo es de 16,6 años, dicha media es la más baja si la comparamos en años anteriores, por lo que en otras palabras, en 2015 la edad media de inicio decrece tres décimas frente al año 1999 y 2001 cuyas edades son las más altas siendo ambas 16,9 años. Siendo predominante el alcohol con un 62,1% como principal sustancia consumida entre sujetos de 15 a 64 años en el año 2015 seguido del tabaco con 38,5% como se puede apreciar en la Figura 1, a continuación, en la siguiente página.

Figura 1. Prevalencia de consumo de drogas en los últimos 30 días entre la población de 15-64 años. España, 2015.



Fuente: Elaboración propia, datos de OEDA. Encuesta sobre Alcohol y Drogas en España (EDADES).

Se considera de vital importancia tener en cuenta la edad de inicio puesto que las políticas y estrategias no solo son centradas en reducir el consumo, sino además no olvidaremos que también implican un alto grado de prevención.

En la encuesta realizada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad en el año 2016/2017 (ESTUDES) a una muestra de 35.364 estudiantes de 863 centros educativos públicos y privados de España obtuvieron que la droga más consumida con un 75,6% fue el alcohol, siendo analizadas más de 20 sustancias psicoactivas. El alcohol prevalece como una de las drogas de inicio entre los jóvenes con edades comprendidas entre 14 y 18 años, el género no constituye diferencias significativas en el inicio del consumo.

Pero si tuvo constancia la diferenciación de género cuando en el consumo excesivo de alcohol, (Binge drinking) término anteriormente descrito, el sexo femenino lidera edades más tempranas según ESTUDES, (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2018). Las chicas con 15 años obtienen de resultado un 27,3% en comparación con los chicos que desciende en un 1,8% alcanzando el valor de 25,5%. Cuando avanzamos en edad el hombre se interpone alcanzando cifras más altas y manteniéndose hasta los 18 años Existen muchos factores y razones por lo que tanto el consumo como la edad de inicio pueden variar a lo largo del tiempo, Comeau, Stewart y Loba (2001) han señalado que el motivo por el que el consumo de alcohol puede emplearse por una retribución interna, podría ser cambios en el estado de ánimo o recompensa externa, por ejemplo, aprobación social.

Martín (2002) además, nombraba varias causas ligados a la sociedad como la valoración social del alcohol, la percepción del riesgo que conlleva el consumo y la tolerancia tanto de las familias como del entorno social hacia el uso del alcohol es de vital importancia. Incrementar la percepción del riesgo resulta una meta para prevenir el consumo ilícito de alcohol. Las actitudes, además, tienen una puesta en común con la historia y ciertos valores arraigados a la cultura.

Y si se refiere a la cultura es inevitable hacer referencia a estereotipos, haciendo alusión a creencias que siguen existiendo, así como falsos mitos y frases prefabricadas que se siguen extendiendo hoy en día sobre el consumo de bebidas alcohólicas, tales como, el alcohol es un estimulante sexual, facilitador de relaciones sociales, el alcohol previene enfermedades del corazón, incita al apetito.

Si todos estos factores sabemos que incitan a un consumo y que la sociedad está expuesta a ello, considerarlo como problema social podría ser de utilidad, la cuestión es lo que ya afirmaba el autor Calafat en el artículo *El abuso de alcohol de los jóvenes en España* (2007) explicaba que el problema del alcohol era visionado por la sociedad de forma in-

dividual, y que sea el propio individuo quien se modere, en diversos anuncios podremos observar el conocido: “consumo responsable”.

Esto no quiere decir que no se creen planes o campos de actuación para ello, para más inri hoy está aprobada la Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024:

Las Estrategias Nacionales, como documentos de planificación, se han convertido en el medio principal a través del cual se establecen y apoyan las diferentes respuestas ofrecidas a nivel local y/o regional, creando una herramienta de coordinación para todos aquellos involucrados en implementar una política de drogas. (p. 4)

La mencionada estrategia dedica un apartado especial enfocado a la perspectiva de género que establece que en la violencia contra la pareja y abuso sexual el desmesurado uso de alcohol conlleva a una causa fatídica. A lo que es corriente detectar un incremento de usuarios en programas de intervención para drogodependientes que son acusados de malos tratos u orden de alejamiento.

## 2.2. Nos vamos de “cañas”

Probablemente esta frase la puedas haber oído alguna vez, e incluso podría haber sido tu quien la entonase, el caso es que en España y a través de estudios analizados la cerveza es consumida por gran parte de la población de distintas edades, y como se puede sospechar hablaremos de ella en este apartado.

A nivel de datos más generales la industria alcoholera realiza un papel relevante en gran cantidad de países de la Unión Europea, en la Europa de los 15 (EU15) las cifras ascendieron a veinticinco billones de euros en el año 2001, exceptuando las tasas de venta y otras cuotas pagadas de suministros. Europa es el continente donde más se consume alcohol. La cerveza es la principal fuente de alcohol consumida con un 44%, seguido por vino 34% y licores 23% (Anderson y Baumberg, 2006).

Arceo (2004) sobre las variables que incitan al consumo de cerveza en nuestro país, donde los sujetos que participaron pertenecían a diferentes ámbitos, entre ellos asociaciones de consumidores, periodistas especializados, jóvenes y una pequeña muestra representativa de los habitantes. Entre sus resultados destaca, la información que cada sector tenía de las diferencias entre la cerveza y otras bebidas e incluso alegaban conocer las capacidades beneficiarias para la salud de quienes la ingieren moderadamente.

La investigación además propone diferentes variables representativas en nuestro territorio, como sería el clima y, por consiguiente, el turismo. Asimismo, añaden que países

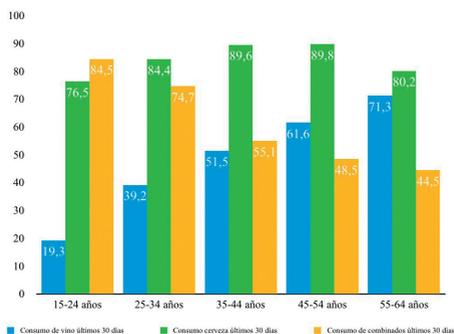
potencialmente visitantes como Gran Bretaña, Alemania y Francia tienen costumbres cerveceras muy enraizadas en su cultura.

Por lo que, si se reflexiona, en España se dan una serie de variables climatológicas que hacen que su consumo sea aún más placentero o al menos apetecible y las altas temperaturas es un buen aliado, es por ello por lo que muchas marcas de cerveza lo saben y juegan con ello, como diría el eslogan de la marca Estrella Damm “mediterráneamente”.

Para incidir aún más la investigación se basa además en los datos recogidos del Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (2017), la prevalencia del consumo de vino, cerveza y combinados en los que han consumido alcohol en atracón (binge drinking) en los últimos 30 días en 2015, en una población con edades que oscilan desde 15 a 64 años.

Fundándose en la edad, revela que la bebida obtenida por fermentación de la cebada en agua y aromatizada con lúpulo es la elegida por la mayoría de los rangos de edades que se comprenden entre los 25 hasta los 64 años, siendo las edades entre 35-44 años las que más hacen uso de esta bebida alcohólica con un 89,6% de los encuestados (Figura 2). Sin embargo, la categoría de edad más joven que pertenece a 15-24 años manifiesta un 84,5% consumir combinados frente a un 76,5% que corresponde con el consumo de cerveza. El vino cobra popularidad en edades más avanzadas, siendo su dato más alto en consumidores de 55-64 años con un 71,3%, aunque la cerveza sigue encabezando la posición con un porcentaje del 80,2.

Figura 2. Prevalencia de consumo de vino, cerveza y combinados en los últimos 30 días entre los que han consumido alcohol en atracón (binge drinking), en la población de 15-64 años. España, 2015.

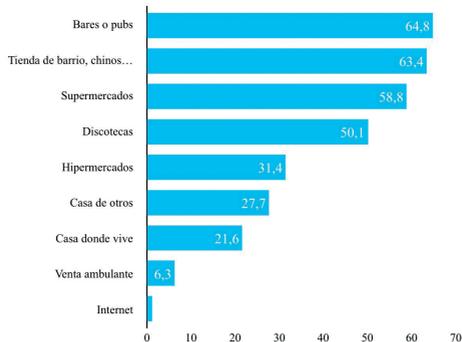


Fuente: Elaboración propia, datos de OEDA. Encuesta sobre Alcohol y Drogas en España (EDADES).

Una pregunta que cabe esperar es que, si se tiene en cuenta que se prohíben la venta de alcohol a jóvenes menores de 18 años en cualquier comercio, ¿Por qué el consumo de las bebidas combinadas y cerveza resultan ser tan elevados? La respuesta sería simple: porque las tiendas y/o negocios las venden sin tener en cuenta el documento de identidad del menor, por ejemplo, o quizás porque en un grupo de amigos la mayoría de las veces hay diversidad de edades y puede haber mayores de edad que se hagan responsables de la compra.

Los jóvenes tienen alcance por alguna razón a ellas, el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad en la encuesta (Figura 3) sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias en España (ESTUDES), 2018, con datos referidos al curso 2016-2017 afirma que el 34,9% de estudiantes de 14 a 17 años adquieren alcohol por ellos mismos y los lugares elegidos son a través de bares o pubs 64,8%, seguido de tiendas de barrio, chinos... 63,4%, que veremos a continuación en la página siguiente.

Figura 3. Obtención de bebidas alcohólicas en establecimientos los últimos 30 días; estudiantes 14-17 años



Fuente: Elaboración propia, datos de ESTUDES 2016/2017. OEDA. DGPNSD. MSSSI.

Es curioso que, en los bares y pubs, es el lugar donde estudiantes consigan más alcohol puesto que es un consumo que se hace público a la vista de cualquier persona y donde también se puede exigir la mayoría de edad, de hecho, en las máquinas de tabaco lo prohíben expresamente en carteles. En casas ajenas y en el propio hogar es frecuente que se reserve alguna botella, o se guarde en la nevera alguna bebida alcohólica, en nuestra sociedad puede ser algo cotidiano.

### 2.3. Medios de comunicación igual a publicidad al cuadrado

Alguien dijo que la publicidad es el arte de crear necesidad y estaba en lo cierto, se encuentra publicidad a lo largo del día a veces incluso sin darnos cuenta de ello, la población está constantemente expuestos, en diferentes medios y circunstancias como ejemplos: mientras estás en la sala de espera del dentista leyendo una revista, de camino al trabajo escuchando la radio, cuando ves la televisión e incluso cuando un amigo te aconseja lo bien que le ha ido con un producto o servicio. Esto crea una influencia habitualmente de forma directa que repercute en nuestros hábitos y costumbres, pero esta persuasión puede tener diferentes intereses.

Para ponerse en antecedentes en el ámbito que incube respecto al alcohol y publicidad cuando se hace mención a la persuasión que ejerce la publicidad sobre la normalización del alcohol, se tiene en cuenta como los diferentes anuncios publicitarios actúan sobre los espectadores. Hay constancia de que la industria alcoholera invierte grandes sumas de dinero para la publicidad, en el año 2000 se destinó alrededor de 460 millones euros en campañas publicitarias para el alcohol y tabaco (Montes, Álvarez y Baz, 2007). Es indiscutible que haya una relación entre la iniciación del consumo de alcohol ante la visión de mensajes de publicidad de bebidas alcohólicas, además de un incremento en las personas que ya se iniciaron a ello (Montes-Santiago, Álvarez y Baz, 2007; Thomsen y Rekve, 2006; Van Daleny Kuunders, 2006).

Y es que para entender el impacto que ejercen los anuncios publicitarios se debe entender que la publicidad reproduce las pautas, valores y estereotipos pertenecientes de la cultura, es por ello que es fácil que colectivos dominantes se sientan fuertemente identificados en ellos, además ayudan a que sigan permanentes e inmutables (Berganza y Del Hoyo, 2006). Es por ende que la publicidad puede contribuir como documento histórico ya que hace fiel representación a la sociedad (Marchand, 1985). Como afirma Albaladejo (2009. p. 400) “la publicidad también contribuye (o ha contribuido) a la “normalización” de nuevos valores e identidades y a su integración en el imaginario social”. Y que cuando se refiere al ámbito de la comunicación en la publicidad no solo se hace reseña a la información de un bien o servicio sino, además, de la persuasión en creencia y conductas como procedimiento para la aproximación del receptor (Lomas, 1997). La realidad, como la es concebida, está estructurada mediante los mensajes divulgados en los medios de comunicación (Rodríguez, Navarro y Megías, 2001).

Y ahora es cuando se cuestiona, como se puede ejercer ese poder hacia el receptor a través de la publicidad, el autor Moro (2008) en su análisis “Educación en valores a través de la publicidad y televisión” exponía como los anuncios sirven de soporte económico para grandes medios de comunicación, la televisión mayoritariamente en canales

privados, inclusive en internet. La creatividad es valorada en concursos donde es premiada la originalidad de estos. Los publicistas emplean diferentes estrategias para obtener la atención del consumidor que logran transmitir diferentes estados de ánimos, así como humor desde la ironía, dobles sentidos e inclusive metáforas. Los jóvenes saben que les influye, pero lo consideran algo inevitable, justificando así su consumo con pretextos como “las marcas son calidad”.

Bermejo (2013) en cambio, hace una aclaración sobre las diferencias de la publicidad a lo largo de décadas, haciendo hincapié en dos tipos, en primer lugar, la considerada clásica y en segundo, la publicidad enmascarada de la cual surgen tres modalidades, que se identifica lo que se conoce en la actualidad: publicidad integrada, neopublireportaje y publicidad autorreferencial. Las tres modalidades poseen particularidades similares. Bermejo (2013) explica varios ejemplos, la publicidad integrada se puede apreciar cuando los personajes públicos hacen entrevistas a medios de comunicación e integran productos en sus respuestas. En segundo lugar, el neopublireportaje que ocurre cuando el lector visiona un reportaje sobre un determinado tema y no contenga mensaje publicitario sino alusión de productos, también conocido como publirreportaje. Por último, la publicidad autorreferencial que se realiza cuando un anuncio alude en sí mismo otro anuncio. Concluye sobre los diferentes tipos de publicidad, antes dirigida a la conciencia y que ahora pasa a centrarse en los últimos años al subconsciente a través de las estrategias persuasivas.

Otras estrategias inmersas en medios de comunicación como televisión y radio que nos plantea los autores López, García y Gázquez(2013) son términos denominados como “publicidad noticiada” que viene dada en los programas informativos, habitualmente en ellos se dedica a divulgar noticias relacionadas con el alcohol y demás sustancias, en ellas las empresas alcoholeras hacen uso para incrementar la persuasión e influencia, dicho con otras palabras, utilizan las noticias para estar en la actualidad a través de técnicas de marketing empleadas en los informativos de televisión, prensa, radio... y así, como comúnmente se puede decir vendría a ser algo parecido a “estar a la orden del día”. Aunque en este caso, el mensaje que se pretende dar es negativo forma parte de una promoción hacia la demanda.

Otras de las modalidades que nos muestran es “Brand placement” no es más que hacer uso de series y programas de televisión para incluir productos, ya sea una cafetería, farmacia, entre otros, los escenarios son ilimitados. Añaden que para los productos catalogados como prohibidos es una técnica muy utilizada ya que no es necesario publicitarlo de forma implícita sino, mostrando botellas alcohólicas en una estantería de un bar, podría ser una escena válida. Como ejemplo curioso tenemos los chocolates *Russell Stover* que se hicieron mundialmente famosos, la culpa de ello la tuvo la exitosa película *Forrest Gump*.

Por último, “Branded content” es de las estrategias más sutiles propuestas ya que lo que se intenta es conectar los contenidos de modo sofisticado a valores, productos u objetivos de la marca para que forme parte de ellos. Un ejemplo de ello podría ser el famoso dibujo animado Popeye, donde la asociación de las espinacas con ser un superhéroe reportó beneficios a empresas y comercios de hortalizas y verduras.

Todas las técnicas aludidas a lo largo de lo expuesto hacen manifestación tanto a los consciente como a los subjetivo de la inconciencia, pero sí en algo se puede caracterizar la publicidad es por recibir mensajes a través de la experiencia perceptual inconsciente.

Existe un método muy conocido y extendido como es el mensaje subliminal, recabando información aplicamos tecnicismos de la ciencia de la psicología para entender este concepto, “consiste en emborronar el mensaje de tal forma que, mediante el efecto de defensa perceptual, el sujeto no ve lo que realmente no quiere ver”, (1991, p. 68) así lo afirmaban Martín y Sutil en *Mensajes subliminales en la publicidad*. Se trata de una modalidad ilegal que induce determinadas respuestas al receptor, así como conductas permutables sin que se adviertan sobre ello, utilizada para la coacción destinada a consumir (Becerra, 2005).

El mensaje subliminal durante décadas anteriores se ha relacionado con el sexo. Publicistas y anunciantes han recurrido a sus productos para ello, bien en el disimulo de dibujar un pecho en la botella de una bebida, hacer que la nariz y el morro de un camello simulen a los genitales masculinos, en estos ejemplos se establecen un cierto interés en la práctica sexual que evoca en las personas. La autora además identifica que los efectos sonoros son más potentes en este tipo de publicidad que los visuales, camuflados en canciones o melodías (Becerra, 2005).

Al final todo desemboca en un esfuerzo por fomentar estrategias que inciten al consumidor a la adquisición del producto como hemos podido comprobar.

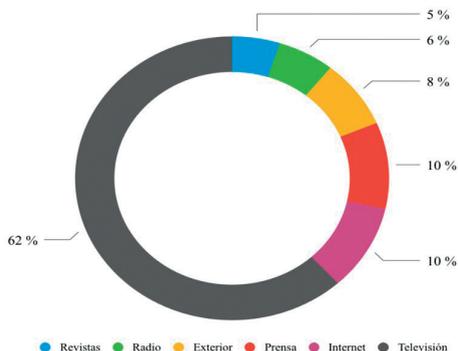
### 2.3.1 “La caja tonta”

Bueno, también llamada televisión, se dedica una especial mención ya que la televisión es uno de los principales factores del medio de masas que sirve de escaparate para la publicidad con capacidad de renovarse, remontándose a la era TDT (Televisión Digital Terrestre) hasta la conocida hoy en día como Smart TV o los lectores QR que en ocasiones puede ir acompañando el anuncio publicitario, no solo en televisión.

En el informe presentado por UTECA (2017) indica la inversión realizada por la publicidad en diferentes medios de comunicación, en la Figura 4 que se puede ver a con-

tinuación en la siguiente página la muestra de las inversiones realizadas en campañas publicitarias. El 63% pertenece a la televisión seguido con un 10% por la radio y la prensa.

Figura 4. Distribución de la inversión por medio en una campaña optimizada, 2016



Fuente: Elaboración propia, a partir de Estudio ROI Notoriedad multimedia 2016, Atresmedia Publicidad y Tres14.

Siguiendo con el mismo estudio de UTECA (2017) el medio de comunicación más frecuente y que transmite más confianza a la hora de obtener información de noticias vuelve a ser la televisión con un 56% en el que le sigue la prensa con 46% e internet con 45%.

El estudio presentado por la Asociación de Investigación de Medios (AIMC, 2016/2017) realizado a una muestra total de 34.097 individuos, indica que las edades que más ven la televisión son las que pertenecen a 65 y más años, por el contrario la que menos exposición suponen es el rango de 20 a 24 años con un 79,8% seguido muy de cerca con las edades comprendidas de entre 14 a 19 años 80,3%. Sin embargo, y aunque pueda sonar contradictorio la televisión ha decaído en cuanto a preferencias de contenido, seguro que si nombramos el término de “televisión basura” a la gran mayoría les sonará. Y es que no ofrece contenidos innovadores y la falta de heterogeneidad hace que su uso incluso pueda descenderse. En la investigación que ofrece el Observatorio del ocio y el entretenimiento digital (OCENDI, 2011) un estudio con un tamaño muestra que se divide por edades, de 14 a 17 años (tuvo una participación de 557 encuestas), mientras que de 18 a 25 años supuso un total de 1.585 encuestas, con un nivel de confianza del 98% en ambos rangos, donde el tipo de encuesta fue personal y electrónica. Se determina que el 70% de

los jóvenes de nuestro país hizo uso de las descargas online de contenido audiovisual. Esto se debe según opiniones de ambos rangos de edades a la presencia de programas del corazón donde los canales hacen un gran abuso de ellos. Internet corona la lista de posición, los jóvenes la utilizan de forma habitual y como medio para el entretenimiento, pero esto no significa que dejen de ver la televisión, sino que se elige otros soportes para ver según las preferencias personales. Así lo vaticinaban algunos autores que una de las consecuencias en alza en la actualidad es la tecnología, destacando los aparatos móviles y ordenadores, los cuales son considerados como uso de entretenimiento (Nabi y Beth, 2009; Sayre y King, 2010; Shrum, 2004). El autor Sanagustín (2009) nombra la presencia de internet, junto a las redes sociales como vínculo. Aportaciones de las autoras López, González y Medina (2011) añaden que los espectadores deciden ver la televisión como primera opción por el entretenimiento, seguido de la información. Es importante considerar que uno de los factores que más ha estado implicado en la transformación ha sido el uso de internet y su fácil acceso a plataformas digitales con todo tipo de contenidos multimedia. En su investigación realizada a un número aproximado de 3.000 jóvenes con edades comprendidas entre los 14 y 25 años la mayoría estudiantes universitarios obtuvieron que el canal preferido por excelencia sea la cadena Cuatro, que coincide con mayor oferta de series televisivas extranjeras. Por lo que internet es una opción que va ganando en adeptos. Las series son la principal fuente de búsqueda para la audiencia de este estudio.

Por último, a lo que respecta sobre publicidad, televisión y alcohol nos gustaría destacar el estudio realizado por López, García y Gázquez (2013), que obtuvo datos relevantes sobre distintas campañas publicitaria de bebidas alcohólicas, los anuncios de televisión más recordados pertenecen a bebidas como Heineken con un 14,1%, seguido de Bacardi, Mojito 12,05% y Martini 8,47%. Las bebidas con menos graduación de alcohol les siguen muy de cerca Cruzcampo que cosechó un total de 7,73% junto a Estrella Damm con un 7,03%. El medio donde se ha llegado a más consumidores ha sido a través de la televisión que suma un 89,2%, la ambientación y la música son componentes notables para el impacto del consumidor para recordarlo, los jóvenes premian la originalidad y lo que representen es esencial. Los autores concluyen que las marcas más memorables, siendo de baja graduación pertenecen a cervezas en especial Heineken, Cruzcampo y Estrella Damm, las bebidas de media graduación corresponde a Martini y alta graduación Ron Barceló.

### 2.3.2 El alcohol como f(actor) protagonista

Cuando se refiere a series de televisión, se plantea la dualidad de series americanas o españolas, curiosamente algo parecido ocurre en el séptimo arte. La autora Grandío (2008) previene de la escasez de estudios que había sobre las series de televisión en

nuestro país, sin embargo, uno de los temas que se examina en cuanto la ficción americana en el extranjero son ideas como el *Imperialismo cultural* y el impacto que sufre en las *identidades culturales* de las sociedades. Biltereyst (1991) hizo uso de la concepción de *americanización*. A pesar de ello otros autores postulaban que los telespectadores bajo su punto de vista lo interpretaban como su particular cultura nacional, llevándosela a su propio terreno (Chitnis, 2006).

En España las series nacionales han sido la elección principal de los telespectadores, pero, en la década de los 90 aparecían títulos de series exportadas que comenzaban a hacerse un hueco en la parrilla televisiva y ganar en terreno de audiencia. Series memorables como Expediente X (Fox, 1993-2002) que actualmente ha vuelto a producirse tras más de diez años, Twin Peaks (ABC, 1990-1991) o Ally McBeal (Fox, 1997-2002) Grandío (2008) nos realiza un análisis de una de las series televisivas que cosechó popularidad en nuestro país, se trata de Friends con una muestra de 2.494 encuestas, dos grupos de discusión y diez entrevistas en profundidad. Sus fundamentos son investigar sobre el entretenimiento y los valores que se representan. El rango de edad que presentaban las encuestas oscilaba entre el 60,3% con edades promedio entre 16 y 25 años y el 33,2% que corresponde a 25 y 35 años. El 84,7% afirmó ver la serie en su totalidad de capítulos emitidos, tan solo el 4,5% hizo un bajo seguimiento de la serie. El tipo de historia que trataba se dividió en: exclusivamente americana, temas universales, propios de la ficción y otros. El 63% consideró que la serie Friends trataba de temas universales.

El motivo por el que se elige citar este estudio de esta serie en concreto entre otras, es por varias razones, una de ellas es que a día de hoy se sigue emitiendo en canales privados como de pago y grandes cadenas textiles como Inditex o Mango elaboraron en 2017 camisetas y sudaderas de la serie, este uso se conoce como *merchandising*. Si estos motivos no fuesen suficientes a lo largo del desarrollo de la serie se representa en una cafetería llamada “Central Perk” cuyos protagonistas son un grupo de veinteañeros compuestos por tres chicas y tres chicos. Como dato obtenido del estudio, llama la atención que la mayoría de las personas creen conocer muy bien la ciudad de Nueva York, donde es representado el formato y lo que hace que los espectadores españoles tengan gran cercanía con la ciudad de los rasca cielos (Grandío, 2008), los valores más representados en la serie son la familia y el trabajo, creencias que también representan las españolas.

La autora Cascajosa (2009) realiza un análisis sobre otras series americanas bajo el apodo de “edad dorada”, en él nos muestra como el canal HBO, proyectó la serie de *Los Sopranos* en 1997 para aquella audiencia norteamericana que tuviese contratada la plataforma de pago. La serie supuso un impacto cultural inmediato y su éxito fue sobresaliente. Más adelante en 2004 fueron estrenadas varias series como *Lost* (Perdidos,

BC: 2004-2010), *Desperate Housewives* (Mujeres desesperadas, ABC: 2004-), *House* (M.D., Fox: 2004-) y *Grey's Anatomy* (Anatomía de Grey, ABC: 2005-) cadenas en abierto el éxito que han cosechado tuvo gran notoriedad. El género por excelencia que se debe destacar de las series norte americanas pertenece al considerado género dramático en el las historias vienen precedidas por narrativa policiaca, espionaje, médico y judicial. Incluso series con toques de humor han tenido escenas basadas en drama catalogándose como *dramedy*, buen ejemplo de ello podría ser *Mujeres desesperadas*, la historia de la serie da comienzo a raíz de un suicidio y aun así tiene toques de humor que caracterizan a la serie.

Pero si se analiza series de televisión es difícil no mencionar a las plataformas digitales de origen estadounidenses anteriormente nombradas como son HBO España o Netflix. HBO España llegó en el año 2016 un año después de Netflix, ambas tienen cuotas mensuales parecidas, dependiendo de la calidad de imagen y usuarios los precios pueden variar. Existen muchas plataformas como Wuaki Tv, Movistar+, Filmin... Pero la razón por la que elijo mayoritariamente ambas plataformas es porque ofrece tal variedad de series que las que más generan repercusión son transmitidas en streaming por ellas independientemente de cuando fueron estrenadas puesto que estas plataformas se pueden encontrar series de distintas décadas, además de estrenos.

La llegada de Netflix con su lema “Podrás ver series donde quieras y cuando quieras” deja a un lado a otros portales utilizados de servicio online gratuito bajo suscripción y supone un boom para el visionado de contenido audiovisual, ver tanto series, como películas y documentales con variedad de idiomas, en diferentes dispositivos y con la comodidad de elegir sólo el contenido.

### 3. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS

Las hipótesis que se consideran para este estudio son:

1. ¿Las series de televisión contribuyen a la normalización del alcohol como sustancia principal en la sociedad?
2. Todas las series trasladan un modelo de consumo de sustancias adictivas.

Los objetivos son divididos en:

#### Objetivo general:

- Analizar el contexto cuando aparece la imagen del alcohol y otras sustancias en escenas de series televisivas elegidas según sus nominaciones y audiencias en número de temporadas.

**Objetivo específico:**

- Revisar los perfiles de los protagonistas de las series como factor de identificación en el espectador.
- Analizar en qué entorno de las series presentan el consumo de sustancias.

**4. METODOLOGÍA**

Para abordar el objetivo de analizar el contexto de las series de televisión se utilizará una de las técnicas cualitativas como es la observación. En el libro de Rubio y Varas (1997) “El análisis de la realidad en la intervención social” se define la observación como una de las técnicas más importantes pues en ella alberga la información que se deriva del contexto natural donde tiene cabida los sucesos. Esta observación que será de tipo no participante pues se va a limitar a recoger la información que aparece, además de indirecta ya que el estudio está arraigado en fuentes documentales como son las series de televisión.

Las series han sido minuciosamente elegidas puesto que después de tener un amplio abanico de posibilidades, se estimó que el proceso de selección sería a través de las más aclamadas por el público. Para ello se tuvo en cuenta uno de los premios más prestigiosos a nivel mundial en cuanto a series de televisión como son los premios Emmy anualmente celebrados en Estados Unidos. El hecho de elegir series internacionales es por la globalización que representa, es decir, por la gran recepción entre países que muestran tanto en España como en el resto de los continentes. Por lo que, se pasará para su posterior análisis aquellas que han acumulado cada año mayor número de candidaturas.

Es preciso puntualizar que los Emmy son clasificados en diferentes géneros cinematográficos o especialización, cada categoría muestra diversos premios, es decir, la categoría de comedia le corresponde nueve premios, mejor comedia, mejor actor de comedia, mejor actriz de comedia, entre otros. Al igual que el género de drama o miniserie tienen sus respectivos premios. Se pueden encontrar categorías dedicadas a los más pequeños como programas infantiles, programas musicales, documentales, etc. El total de todas las candidaturas asciende a 92 premios que se reparten anualmente en la ciudad de los Ángeles. Dado al gran volumen se decide a través de periódicos de rigor periodístico en España, elegir aquellas series más destacadas en los artículos, ya que siempre al menos hay una serie que lidera en críticas o como es en este caso, candidaturas. La fuente de la que extraemos la información será el periódico “El País” el cual tiene multitud de referencias de la ceremonia en su buscador y artículos precedido por críticos expertos.

Es conveniente también establecer el parámetro cronológico para esclarecer el número total de estas. Para ello la búsqueda abarca varios artículos de prensa escrita nacional en los que destaca el periódico de tirada diaria “El País” en el artículo “La era de la explosión ‘seriéfila’” (Marcos, 2015) el profesor de Comunicación Audiovisual en la Universidad de Navarra N. García añade la explicación del boom que se vive desde los últimos 15 años por diversos factores. Otro artículo, en este caso en la sección Lagúiatv del periódico nacional “ABC” titulado “¿Por qué las series están de moda?” en 2015 de donde se extrae la siguiente cita literal:

A finales de los noventa y principios del siglo XXI «Twin peaks» y producciones de la HBO como «The Wire» y «Los Soprano» popularizaron lo que se llamó la edad de oro de la ficción televisiva, una etapa dulce para el género en el que las producciones han ido mejorando en calidad, cantidad y diversidad, conquistando a todo tipo de públicos, incluido a los más pequeños (Cortés, 2015).

Si se ponen en relación ambas informaciones se pudiera considerar que el rango de años que sería satisfactorio es el que oscila alrededor de los diez, de donde saldrían el siguiente listado de series:

1. 2008 - John Adams (23 nominaciones)
2. 2009 - Rockefeller plaza (22 nominaciones)
3. 2010 - The pacific (24 nominaciones)
4. 2011 - Mad men (19 nominaciones)
5. 2012 - Homeland (6 galardones)
6. 2013 - American Horror Story: Asylum (17 nominaciones)
7. 2014 - Juego de Tronos (19 nominaciones)
8. 2015 - Juego de Tronos (24 nominaciones)
9. 2016 - Juego de Tronos (23 nominaciones)
10. 2017 - Westworld (22 nominaciones)

Ante el gran volumen de información que supondría el análisis completo del listado, y teniendo que adaptar el trabajo a los requisitos en cuanto al número de páginas. Se procede a realizar una reducción de tan sólo tres series, tomando en cuenta las siguientes variables: que sigan siendo tendencia, vigentes y que cuenten con al menos siete temporadas en la actualidad, lo que indica un número considerable de seguidores, quedando la selección final compuesta por:

1. 2012 – Homeland (6 galardones)
2. 2013 - American Horror Story: Asylum (17 nominaciones)
3. 2014 - Juego de Tronos (19 nominaciones)

Así además se tendría un seguimiento cronológico que abarca del año 2012 al 2014. La serie Homeland no fue la más nominada en el 2012, pero debido a un empate de nominaciones entre dos series (Mad men y American horror Story), se decide desempatar con la serie que ganase mayor número de galardones.

El modo de operar la observación será a través de una ficha técnica elaborada de manera específica para la investigación, en la que indicar determinados criterios que se desarrollan primero desde lo global:

- **Nombre de la serie**
- **Características personales y físicas.** Este criterio facilita los rasgos y personalidades más expresadas por las series, además de la identificación que supone para el espectador que no sólo se puede sentir identificado con las características personales y físicas sino además con un deseo de idolatrar, bien porque empatice a quién lo ve o porque se quiera parecer al personaje. Aquí también se incluye la profesión como indicador de status. Dentro de este criterio se incorpora la **edad del personaje consumidor**, la edad puede influir al igual que el sexo en la identificación del espectador, pero se considera este aún más poderoso pues según su edad puede tener intereses, valores o creencias distintas, al que el espectador se pudiese sentir identificado.

Y los criterios específicos en cada escena:

- **Temporada y capítulo** en el que se consume alcohol. En los que además se añade la duración de la escena y localización horaria exacta.
- **Duración.** Será registrada el tiempo de inicio y finalización de cada escena.
- **Estado Anímico.** Con ello se refiere al estado que atraviesa el personaje que consume, como se sienten ese momento. Si existe dificultad porque no presenten ningún estado anímico en concreto se valorará como imparcial o neutro.
- **Contexto escénico** en el que consume alcohol. Además de ser una descripción detallada de la escena y entorno que rodea a los personajes, ayudará para poner en antecedentes para entender aún más posibles matices que se crean importantes a la hora de explicar en las escenas. También se incluirán posibles referencias en diálogos, así como marcas de alcohol o tipo de bebidas.

Por último, la ficha técnica no sólo se basa en el análisis del alcohol, sino que también se tiene en cuenta el valor que juega la identificación en las series y que este podría ser un factor aliciente para corroborar la hipótesis. Donde el visionado de las series se ha desarrollado durante los meses de abril a junio.

## 5. ELEMENTOS DE ESTUDIO

### A. 2012 – Homeland. Clasificación +16. Temporada 1

#### Características de los personajes consumidores:

**Carrie Madison**, es uno de los personajes principales, agente de la CIA contraterrorismos, sufre un trastorno mental bipolar, pero lo mantiene en secreto para no ser despedida. Sus características más destacables son audaz, inteligente, perspicaz, emocional y calculador. Tiene un físico delgado, atractiva, normalmente suele ir con traje de chaqueta. Tiene alrededor de 35 años.

**Nicholas Brody**, en la serie más conocido como Brody, Sargento de la Marina secuestrado por terroristas durante ocho años, vuelve a su país convertido al islam, presenta un gran peligro para la nación y futuros ataques. Se muestra un personaje perturbado por las torturas sufridas, al tiempo que avanza la serie es un padre de familia de clase social media-baja, aunque este status asciende. Es comprensivo, atento y leal a su nueva religión. Tiene alrededor de 35 años.

**Jessica Brody**, esposa de Nicholas Brody, mientras Brody fue secuestrado mantuvo una relación con su mejor amigo Mike Faber. No tiene buena relación con su hija Dana. En la serie se observa arrepentida por su infidelidad. Es delgada y atractiva. Su edad se comprende entre los 30 y 35 años.

**Dana Brody**, Hija de Nicholas y Jessica Brody. Una adolescente rebelde, sabe la infidelidad de su madre y sospecha que algo raro le pasa a su padre. Tiene 17 años.

**Mike Fader**, mayor del Cuerpo de Marinas de los Estados Unidos, tiene una relación en secreto Jessica Brody. Su físico es fuerte y atractivo. Tiene unos 35 años.

**Saul Berenson**, jefe de la división de Oriente Medio en la CIA, fue mentor de Carrie y amigo íntimo. Sufre problemas matrimoniales con su pareja Maira por su trabajo. Es una persona leal, honesta, confiable, constante y responsable con su trabajo. Tiene un físico delgado, con rasgos judíos, su edad oscila entre los 55 y 60 años.

**David Estes**, director del centro contraterrorismo de la CIA. Divorciado con tres hijos que apenas ve. Mantiene una relación tensa con Carrie. Desconfiado y autoritario. Es alto y delgado. Aproximadamente 40 años.

## 1. Capítulo 1

**Duración:** 27:48-29:51

**Estado anímico:** Relajados.

**Contexto escénico:** Brody y Jessica están en su dormitorio, empiezan hablar, Jessica le pregunta:

- ¿Una copa de vino? He abierto la botella
- Ya veo de que va esto, bajo las luces, me embriagas de alcohol...

La conversación sigue escasos segundos que desemboca en silencio, Jessica lo rompe volviendo a preguntar:

- ¿Pruebas el vino o qué?
- Sí. Brody se dirige a servirlo

La botellas y copas servidas se quedan en la cómoda y pasan a segundo plano.

## 2. Capítulo 1

**Duración:** 46:38-48:06

**Estado anímico:** Decepcionado.

**Contexto escénico:** Se celebra una barbacoa por el regreso a casa de Brody, este prepara la carne alrededor de varios amigos con botellines de cerveza en la mano. Jessica está en la cocina donde Mike intenta hablar con ella, tiene un botellín de cerveza donde se puede apreciar que es de la marca *Heineken*. Antes de terminar la escena da un sorbo a la cerveza.

## 3. Capítulo 1

**Duración:** 48:50-50:20

**Estado anímico:** Alegre.

**Contexto escénico:** En un sofisticado bar, se encuentra Carrie sentada en la barra con una copa, un hombre se acerca a ella para entablar conversación. En la imagen se observa diferentes tipos de alcohol en los vasos, el hombre le pregunta:

- ¿Puedo hacerte una pregunta personal?
- ¿No quieres que me tome un par de copas antes?

Tanto el hombre desconocido como Carrie beben en una ocasión.

#### 4. Capítulo 2

**Duración:** 23:16-23:28

**Estado anímico:** Impreciso.

**Contexto escénico:** Carrie pasa gran parte del tiempo trabajando en casa, en la mesa del salón se puede ver una botella de vino junto a una copa que parece haber sido utilizada.

#### 5. Capítulo 2

**Duración:** 23:51-24:16/25:34-25:51

**Estado anímico:** Euforia.

**Contexto escénico:** La escena transcurre en una discoteca, una espía que trabaja para Carrie se encuentra con varias mujeres, una de estas coge una copa de champán. En el segundo acto están todas sentadas, en la mesa hay cuatro botellas, una de las chicas grita:

– ¡Otra botella!

#### 6. Capítulo 4

**Duración:** 31:41-34:35

**Estado anímico:** Relajados.

**Contexto escénico:** Carrie se encuentra con David Estes y otro compañero de trabajo, ella bebe una vez de su copa de vino blanco, David una cerveza Amstel y el compañero *Dos equis*. Al fondo cuando Carrie aparece en el plano se puede ver una estantería iluminada con botellas. David habla sobre su situación familiar a lo que Carrie hace un brindis de consolación, ambos beben al hacerlo.

#### 7. Capítulo 4

**Duración:** 34:36-35:44/35:53-36:15/36:49-37:27

**Estado anímico:** Alegre.

**Contexto escénico:** En la primera escena sale directamente una botella, Jessica y una amiga se sirven chupitos de tequila de la marca *Jose Cuervo*, bebe un total de dos. En el segundo acto de la escena Mike aparece con una botella en la mano como detalle al acudir a la fiesta, se sirve una copa que deja segundos después al salir de la casa para buscar a Brody. En el tercer acto Jessica vuelve donde estaba tomándose los chupitos.

## 8. Capítulo 5

**Duración:** 42:03-43:16

**Estado anímico:** Reflexivos.

**Contexto escénico:** Saul entra en casa, su esposa lo espera sentada en el sofá, en la mesa hay una bandeja con un plato y una copa con resto de vino tinto.

## 9. Capítulo 5

**Duración:** 47:36-48:39

**Estado anímico:** Alterada

**Contexto escénico:** Carrie en un estado de alteración por su trabajo, acude a la casa de su hermana a medianoche, ambas están en la cocina, su hermana le dice que se calme mientras le sirve un vaso de vino tinto. Antes de terminar la escena Carrie bebe del vaso.

## 10. Capítulo 6

**Duración:** 22:27-27:00

**Estado anímico:** Imparcial.

**Contexto escénico:** Se rinde homenaje en casa de Brody por el funeral de su compañero también capturado en Irán. La gran mayoría de los asistentes tienen bebidas alcohólicas en la mano. Brody es visto bebiendo en dos ocasiones de un botellín de cerveza. Se puede observar, además, dispensador de cerveza.

## 11. Capítulo 6

**Duración:** 32:42-35:30

**Estado anímico:** Imparcial.

**Contexto escénico:** Brody está en la barra de un bar esperando a Carrie entra, se sienta a su lado y dice al camarero:

- Tomaré lo mismo que el.
- Bourbon, un strike bourbon.
- ¿Qué diferencia hay? No lo sé.
- El strike madura dos años en barricas de roble quemadas.

Carrie asienta con la cabeza impresionada, ambos beben la bebida del tamaño de un chupito.

Brody vuelve a coger otro vaso y se lo bebe, Carrie le advierte:

- Oye, sino vas más despacio no te podré alcanzar

En total Brody bebe tres veces, Carrie dos. La escena termina con Brody haciendo el gesto de otra ronda de bebidas.

## 12. Capítulo 6

**Duración:** 35:31-37:01

**Estado anímico:** Alterada

**Contexto escénico:** Brody y Carrie caminan por el parking del bar están ebrios, se les nota al andar y al hablar, Carrie expresa: - Hemos bebido mucho.

## 13. Capítulo 7

**Duración:** 07:27-07:34

**Estado anímico:** Imparcial.

**Contexto escénico:** De nuevo están junto Carrie y Brody, están en el coche, Brody le comunica:

- Me apetece una copa... o tres.
- ¿De acuerdo, bar pijo o tugarío?

## 14. Capítulo 7

**Duración:** 04:43-06:28

**Estado anímico:** Ebrios.

**Contexto escénico:** Carrie y Brody, finalmente acuden a un bar, juegan al billar una vez finalizada la partida Brody le dice:

- Cuánto más bebo peor juego.

Brody pierde la partida y le propone:

- ¿Al mejor de tres?
- Invítame a otra y me apunto.

- ¿Cuervo?
- Tequila revolución, plateada, sin lima.
- Te gusta los alcoholes blancos...

#### 15. Capítulo 7

**Duración:** 06:48-06:56

**Estado anímico:** Ebrios.

**Contexto escénico:** Vuelven al coche:

- Eres una borracha jodidamente peligrosa. Le dice Brody
- Gracias. Contesta Carrie a carcajadas.

#### 16. Capítulo 7

**Duración:** 10:02-11:20/12:24-14:23

**Estado anímico:** Imparcial.

**Contexto escénico:** En el bosque, Carrie y Brody buscan las llaves de la cabaña propiedad de la familia de ella, se nota su embriaguez por la forma de hablar y caminar dando tumbos. Carrie habla con su hermana por teléfono, esta le expresa que parece ebria. Brody bebe directamente de una botella. En el segundo acto de la escena Brody sigue bebiendo de la botella, la botella podría ser la marca que antes pedía Carrie *Tequila revolución*. Brody bebe dos veces, le pasa la botella a Carrie y bebe una vez.

#### 17. Capítulo 7

**Duración:** 24:44-25:44

**Estado anímico:** Alegre.

**Contexto escénico:** Dana está en casa con tres amigos en el jardín, cada uno con un botellín, hacen juegos para beber, además uno de ellos fuma marihuana. La joven bebe del botellín en una ocasión. Las cervezas no tienen etiqueta.

#### 18. Capítulo 7

**Duración:** 31:39-32:38

**Estado anímico:** Alegre.

**Contexto escénico:** En la cabaña, mientras Carrie corta la verdura en primer plano, se ven seis botellas en la encimera, ambos están cocinando.

Imagen 1: Manos de Carrie cortando verdura.



Brody le pregunta:

- ¿Hambrienta?
- Sedienta. Contesta Carrie tocando la botella.

## 19. Capítulo 8

**Duración:** 23:33-25:25/26:35-29:06

**Estado anímico:** Alegre.

**Contexto escénico:** Se celebra la candidatura del vicepresidente, una fiesta en su casa donde acuden invitados Saul y su mujer, al llegar le sirven dos copas de champán. En el segundo acto Maira bebe en segundo plano. Saul bebe en una ocasión.

## 20. Capítulo 9

**Duración:** 16:00-17:38

**Estado anímico:** Imparcial.

**Contexto escénico:** Carrie entra en una cafetería, se reúne con un hombre que está comiendo, antes de sentarse permanece de pie unos segundos en el que se puede ver una estantería al fondo con numerosas botellas, cuando se sienta, se ven en menor proporción y menor calidad.

Imagen 2. En el fondo multitud de botellas detrás de Carrie.



## 21. Capítulo 10

**Duración:** 29:51-33:28

**Estado anímico:** Nerviosa.

**Contexto escénico:** Brody acude a casa de Carrie, que le sirve dos copas como bienvenida, pero son rechazadas. Al marcharse Carrie entre lloros tira la botella y vierte las copas en el fregadero.

## 22. Capítulo 11

**Duración:** 29:34-29:43

**Estado anímico:** Preocupado.

**Contexto escénico:** Saul entra a la cocina de Carrie en ella se pueden ver tres botellas sujetas por un soporte en la pared.

## 23. Capítulo 12

**Duración:** 11:29-13:19

**Estado anímico:** Alegre.

**Contexto escénico:** Celebración centrada en la candidatura del vicepresidente, los invitados tienen una copa en la mano. Se propone un brindis. El vicepresidente habla con David Estes, que le exclama:

- Y por el amor de Dios, bébete el champán es un Brillecart Salmon.

#### 24. Capítulo 12

**Duración:** 15:22-15:57

**Estado anímico:** Alegre.

**Contexto escénico:** En la unidad familiar de la familia de Brody, este va hacia la cocina y coge una cerveza de la nevera, a los pocos segundos la coloca en la mesa y se dispone a cenar.

#### 25. Capítulo 12

**Duración:** 1:11:02-01:11:30

**Estado anímico:** Alegre.

**Contexto escénico:** Brody llega a casa y se dirige directamente a la nevera, coge un botellín de cerveza, acto seguido bebe de ella dos veces, mantiene una conversación con su mujer y la pone en la mesa.

#### 26. Capítulo 12

**Duración:** 1:15:57-1:17:03

**Estado anímico:** Melancólico.

**Contexto escénico:** Brody está sentado en el tejado admirando el paisaje, aparece su hija Dana en escena que le pregunta:

- ¿Qué haces aquí arriba?
- Reparar la filtración en el tragaluz.
- Con cerveza. Le replica Dana.
- Eso ha venido luego.

Su hija se sienta a su lado para hacerle compañía.

### B. 2012 - American Horror Story. Asylum. Clasificación +18. Temporada 2

#### Características de los personajes consumidores:

**Dr. Oliver Thredson** es psiquiatra, un hombre inteligente, comprensivo, comprometido con sus pacientes. Pero alberga un secreto, es un asesino en serie, en determinados capítulos se mostrará como una persona perversa, sádica, desquiciada, trauma-

tizada por el abandono de sus progenitores. En cuanto a su físico es un hombre de alrededor de 30 años atractivo, con apariencia intelectual.

**Monseñor Timothy Howard máximo responsable del psiquiátrico, en cuanto a características personales es ambicioso, benevolente, dedicado en cuerpo y alma a su profesión como sacerdote. Tiene alrededor de 30 años, con atractivo físico considerable.**

**Lana Winters**, periodista, tiene pasión por su trabajo y altas ambiciones. Es ingresada en el psiquiátrico donde se muestra comprensiva, ayuda a sus compañeros, responsable, afable, cariñosa, sufre acontecimientos traumatizantes en la serie. Tiene alrededor de 30 años y un físico atractivo.

**Hermana Mary Eunice McKee** este personaje trabaja en el psiquiátrico como una de las monjas. Sufre una posesión demoniaca, antes de ello era dulce, inocente, delicada, amable, frágil y cariñosa. Después de su transformación es un ser cruel, perverso, hostil y manipulador.

**Dr. Arthur Arden**, Doctor del psiquiátrico, formó equipo medico a los mandos de Hitler. Es un hombre reservado, frío, calculador, mezquino y sádico. Enamorado de la dulzura y delicadeza de la hermana Mary Eunice McKee. Su físico es delgado, se ha referido así mismo como feo.

**Kit Walker**, acusado de asesinar a su mujer y varias personas. Es ingresado al centro psiquiátrico. Sufre torturas por parte del Dr. Arthur. Es inocente de los homicidios y lucha por salir, es un hombre cariñoso, atento, comprensivo, confiable, fiel. Su edad oscila entorno a los 25 y 30 años. Es atractivo.

**Hermana Jude Martin**, directora del centro. Es una mujer con fuertes cargas emocionales de diversos traumas acarreados del pasado. Es irascible, atormentada, responsable, despiadada, retorcida y autoritaria. En su pasado tuvo problemas con el alcohol. Fantasea sexualmente con Monseñor Timothy Howard. Su rango de edad varía entre los 50 y 60 años, muestra un físico cuidado y elegante.

## 1. Capítulo 1

**Duración:** 06:38-07:37

**Estado anímico:** Impreciso.

**Contexto escénico:** La escena tiene lugar en un taller donde Kit Walker trabaja, es de noche. Tres chicos entran al lugar y sorprenden al joven, llevan una lata cada uno, presumimos que es cerveza por su diseño. Los chicos tienen comentarios imperti-

nentes hacia Kit, como si de un rol de chicos malos se tratase lo que reproduce una situación incómoda. Uno de ellos fuma un cigarro. Ninguno bebe.

## 2. Capítulo 1

**Duración:** 26:43-29:55

**Estado anímico:** Impreciso.

**Contexto escénico:** Nos situamos en el centro psiquiátrico, en la cocina, es hora de cenar, en la mesa se encuentran Monseñor Timothy y la hermana Jude, recordamos que son las máximas figuras de autoridad en el centro. Además de la comida apreciamos dos copas para cada uno, una para el agua y otra para el vino, acompañada de una botella.

Monseñor Timothy termina su copa y se la vuela a rellenar e intenta servir a la hermana Jude cuando ella apunta:

- No, he renunciado a los licores.

## 3. Capítulo 2

**Duración:** 09:12-09:18

**Estado anímico:** Concentrado en su trabajo.

**Contexto escénico:** El Dr. Oliver Thredson revisa el historial de un interno del psiquiátrico sentado en su despacho, mientras bebe de un vaso, su contenido podría ser whisky, además en la otra mano sujeta un cigarro encendido. En la mesa, al lado de su máquina de escribir hay un cenicero con varias colillas apagadas.

## 4. Capítulo 2

**Duración:** 25:08-27:34

**Estado anímico:** Tranquilo.

**Contexto escénico:** En la escena aparece el Dr. Arthur preparando la mesa para la cena, enciende unas velas, llaman a la puerta, entra una mujer. Se sienta a la mesa la invitada, el Doctor permanece de pie, coge la botella y mientras entablan conversación sirve ambas copas. La mujer en cambio hace el amago de brindar con agua, a lo que el Doctor responde con indignación:

- Esto es un Château Saint-Estèphe... una de las mejores botellas de cabernet sauvignon que probarás en tu vida.

## 5. Capítulo 2

**Duración:** 29:52-30:32

**Estado anímico:** Afligida.

**Contexto escénico:** La Hermana Jude tiene un recuerdo que se observa en la serie en forma de flash back en el que se refleja su anterior vida, cuando cantaba en bares. Había militares sentados disfrutando de la actuación con jarras de cervezas. Jude se besa con uno de ellos, pero él se marcha, quedándose reflexiva y tomando un trago de su copa de vino.

## 6. Capítulo 3

**Duración:** 08:41-09:57

**Estado anímico:** Actitud desafiante.

**Contexto escénico:** La Hermana Mary poseída por el demonio (nadie lo sabe) entra al despacho de la hermana Jude donde **está se halla**, sujetando una botella de vino y una copa, conocedora de su pasado alcohólico, la hermana Mary añade:

- Alguien se bebe el vino de la eucaristía (...) pruébelo hermana, estoy segura de que lo han agitado.
- Sabe que no bebo.
- ¡Ah! Claro, desde que el 1949 cuando recibió la llamada de Jesucristo y optó por renunciar al alcohol y dar la espalda a todo placer mundano. Lo probaré yo.

## 7. Capítulo 3

**Duración:** 20:17-22:33

**Estado anímico:** Ansiedad.

**Contexto escénico:** La Hermana Jude recibe una llamada telefónica desagradable que le provoca un estado de crisis y llanto, acto seguido de colgar, se sienta y desliza su brazo hacia una botella de vino. En ese mismo instante finaliza la escena. Tras un fondo negro que dura apenas tres segundos vuelve aparecer el mismo escenario, la Hermana Jude se ha bebido toda la botella, el último trago lo toma directamente de esta.

## 8. Capítulo 5

**Duración:** 32:00-32:09/32:11-32:25. Escenas intercaladas.

**Estado anímico:** Deprimida.

**Contexto escénico:** Tras su despido la Hermana Jude, acude a un bar, sentada en la barra mientras fuma es contemplada por un hombre desde lejos que toma una copa que bien podría tratarse de un licor a la vez que fuma. Mientras Jude se acicala pintándose los labios, el desconocido se acerca hasta ella para entablar conversación, el también fuma. Ninguno bebe.

Imagen 3: A la izquierda el coctel del hombre, a la derecha la Hermana Jude.



## 9. Capítulo 5

**Duración:** 33:27-37:12

**Estado anímico:** Lana analiza la casa de Oliver acongojada.

**Contexto escénico:** La interna Lana es sacada del centro por el psiquiatra Oliver sin que nadie lo sepa, el la lleva a su casa. Al llegar a la casa de Oliver, este le manifiesta:

- Has tenido un día tremendamente estresante, te voy a dar algo para que te relajes un poco.
- Déjalo, no quiero fármacos.
- Te iba a ofrecer una copa de vino
- Eso no suena nada mal.
- ¿Blanco o tinto?
- Tinto.

Brindan por la etapa final del psiquiátrico de Lana y beben ambos a la vez, ella se muestra desconfiada e intenta escapar del hogar alegando que está mareada por el alcohol.

## 10. Capítulos

**Duración:** 40:52-41:01

**Estado anímico:** Imparcial.

**Contexto escénico:** En esta escena aparecen dos personajes con escasa relevancia, pero se destaca este breve diálogo:

- Voy a servirme un Martini. Dice el hombre al llegar a casa.
- Ya te lo sirvo yo. Contesta la mujer.

## 11. Capítulo 6

**Duración:** 25:59-26:07/30:19-31:14. Escenas intercaladas.

**Estado anímico:** Tenso.

**Contexto escénico:** Esta escena es de breve duración la Hermana Jude que acude al centro pide un coñac y dos copas a una monja. En el segundo acto Jude visita al Doctor Arthur a su despacho junto con la botella de coñac y las dos copas. Brindan por su despedida, ella es quien las sirve y alega:

- ¿Un brindis Arthur?
- ¿Un brindis por que?
- Ha ganado.

La intención de brindar era para conseguir huellas para investigar posibles crímenes cometidos por el Doctor. Ambos beben una vez al brindar.

## 12. Capítulo 7

**Duración:** 21:43-21:44/23:13-24:42/25:31-25:33/26:43-26:50/27:47-27:49.

Escenas Intercaladas

**Estado anímico:** Desconcertada, angustiada y en la escena que le precede Embriagada.

**Contexto escénico:** Todas las escenas intercaladas son de duración corta. Primero Aparece en escena un hombre asesinado en su casa, la hermana Jude lo conocía y es

quien lo descubre. El plano de la botella es tan preciso que incluso se puede leer la marca de la bebida alcohólica “Kentucky Hill”. Vuelve a tener un flash back en este caso recuerda cuando atropelló a una niña mientras conducía bebiendo una botella de alcohol. Vuelve al presente se bebe de un trago y contesta a una llamada telefónica que le dice que le ha dejado una botella de Kentucky en la habitación donde esta.

### 13. Capítulo 7

**Duración:** 31:45-32:28

**Estado anímico:** Triste, angustiada, desanimada.

**Contexto escénico:** La Hermana Jude le cuenta a un personaje del elenco sus traumas y secuelas que arrastra desde el pasado, se define así misma como una borracha mientras bebe de una botella.

### 14. Capítulo 9

**Duración:** 23:32-26:05

**Estado anímico:** Conciliador por parte del Doctor y confuso por Kit.

**Contexto escénico:** De esta escena se resalta el siguiente diálogo iniciado por el Doctor Arthur:

- Siempre guardo una botella de wisky de malta añejo en mi mesa para ocasiones especiales como esta.
- ¿Qué pretende?
- Intento ser amable.

El alcohol es utilizado como una herramienta para reconciliar actitud por parte del Doctor, toma un trago. Kit que en un principio desprecia la copa, al terminar la conversación toma un trago.

### 15. Capítulo 11

**Duración:** 16:10-18:10

**Estado anímico:** Sereno.

**Contexto escénico:** El psiquiatra Oliver, dispone de un mini bar compuesto por una barra y estantería con numerosas botellas a la vista, tiene además cubitera de hielos y utensilios para preparar combinados. Lana le exclama:

- ¿a dónde crees que vas?
- A servirme un trago, ¿Me acompañas?
- Siéntate.
- A donde me enviarán no habrá alcohol y no permitiré que me prives de tomar el ultimo Martini.

Oliver es descubierto por Lana de que es un asesino en serie.

## 16. Capítulo 11

**Duración:** 18:11-18:13

**Estado anímico:** Excitación.

**Contexto escénico:** en la escena se aprecia un plano de escasa duración de una botella de cerveza, mientras la atención se centra en un acto sexual de personajes que no habían aparecido antes en la historia.

## 17. Capítulo 11

**Duración:** 19:12-21:24/22:23-23:45. Escenas intercaladas.

**Estado anímico:** Tenso.

**Contexto escénico:** El escenario es el mismo que el descrito en la escena número 15. El psiquiatra Oliver tiene ya su bebida preparada, sale en todo momento sujetándola. La conversación da un giro y se vuelve tensa. En la siguiente escena intercalada, se ven luces de policía a lo que Lana le advierte:

- Ya están aquí saborea tu ultima gota de alcohol.

En esta ocasión se puede contar hasta nueve botellas en una mesa.

## 18. Capítulo 11

**Duración:** 33:02-34:43

**Estado anímico:** Desafiante.

**Contexto escénico:** Monseñor Timothy y Kit mantienen una tensa conversación con intenciones de negociar, en la mesa hay una botella. Monseñor Timothy sirve dos copas, es el quien bebe, sin embargo, Kit fuma.

## 19. Capítulo 12

**Duración:** 03:03-03:46

**Estado anímico:** Entusiasmado.

**Contexto escénico:** Kit que se encuentra ahora en su casa, entra a la cocina y coge un botellín de cerveza de la nevera, que después de unos segundos deja en la mesa sin probarla para atender a sus hijos.

## 20. Capítulo 13

**Duración:** 05:56-08:01/08:54-09:35/33:19-33:28. Escenas intercaladas.

**Estado anímico:** Serena.

**Contexto escénico:** Lana se ha convertido en una periodista de renombre tras publicar una novela con sus vivencias en el psiquiátrico. Un equipo de grabación acude a su casa para realizar una entrevista. La pareja de Lana entra en escena para servirla una copa de Chardonnay, ambas beben. En varios planos de las mismas escenas intercaladas se puede ver una mesilla con diversas botellas a modo de decoración situadas detrás de la entrevistadora.

## 21. Capítulo 13

**Duración:** 35:49-40:10

**Estado anímico:** Sorprendida.

**Contexto escénico:** Cuando el equipo de grabación concluye su entrevista. Lana se queda sola en casa, pero de repente descubre que no está sola y frente al personaje que sale en escena le manifiesta:

– ¿Te sirvo una copa?

El hombre bebe hasta cuatro sorbos y hace el amago de uno mientras Lana deja la copa en la mesa sin probarla, en cambio fuma. Parece que el contenido de la copa es whisky.

### C. 2013 - Juego de tronos. Clasificación +18. Temporada 4.

**Características de los personajes consumidores:** Debido al gran volumen de personajes describiremos lo que salen en repetidas ocasiones.

**Tywin Lannister**, padre de Cersei, Jaime y Tyron. Es el abuelo del rey Joffrey, tiene alrededor de 60 años. Tywin es un hombre calculador, autoritario, astuto y despiadado, sobretodo con su hijo Tyron con quien tiene muy mala relación. Físicamente es alto, delgado y siempre cuidada su imagen.

**Tyrian Lannister**, Hermano de Cersei y Jaime. Conocido como el gnomo debido a su enfermedad, el día que nació su madre falleció, su padre y su hermana se lo reprochan. Es elocuente, culto, inteligente, estrategia y soberbio. Entre 35 y 40 años.

**Cersei Lannister**, Tiene una relación de incesto con su hermano Jaime quien fueron fruto tres hijos, pero nadie lo sabe. Delgada, con larga melena rubia, narcisista, ambiciosa y rencorosa, sólo muestra dulzura con sus hijos. Entre 35 y 40 años.

**Jaime Lannister**, caballero honorado, también llamado mata reyes, enamorado de Cersei, y tiene un profundo aprecio a su hermano Tyron. En cuanto apariencia física es delgado y apuesto, orgulloso, arrogante. Puede ser encantador y también despiadado y cruel. Entre 35 y 40 años

**Joffrey Barethon**, Es consentido, cruel, caprichoso, imprudente, cobarde, sádico y sin escrúpulos. Físicamente es delgado y rubio como su madre con cara burlona. Tiene alrededor de 20 años

**Brienne Tarth**, Es un caballero, la única mujer con funciones de hombres establecidas en la serie, musculosa, alta y robusta. Fuerte y hábil, aunque alguna vez ha sido representada como débil emocionalmente. Su edad oscila alrededor de 35 años.

**Podrick Payne**, Es de estatura baja, físico estándar, servicial, tímido y responsable. Su edad está comprendida entre 25 y 30 años.

**Jon Nieve**, Complexión fuerte, tiene atractivo físico. Honrado, gentil, comprensivo, habilidoso en la lucha, ingenioso. Uno de los personajes más querido por el público. Hermano de Sansa y Arya Stark. Su edad se aproxima a los 25 años.

**Daenerys**, Físicamente es delgada con melena larga y rubia plateada, justa, comprensiva, fuerte emocionalmente. Ha sido considerada como icono feminista.

**El Perro**, su apodo le viene a su familia por la obediencia. Físicamente tiene la cara quemada, robusto, alto y fuerte. Es desagradable, malhablado y reservado. Entres 35 y 40 años de edad.

**Príncipe Oberyn**, Hombre con gran atractivo físico y rostro con expresiones afinadas, es también considerado como ingenioso, vigoroso y sexual. Aproximadamente 25 años.

### 1. Capítulo 1

**Duración:** 06:23-09:04

**Estado anímico:** Aburrido.

**Contexto escénico:** El personaje secundario se encuentra sentado con Tyrion esperando la llegada de una familia real. Mientras espera, en la conversación se extrae la siguiente frase:

- Yo creo que el mejor lugar para quedar con viajeros es una taberna, así si llegan tarde, el que espera puede beber una cerveza.

Acto seguido bebe lo que en tiempos pasados se llamaba talega. Lo mantiene sujeto entre sus manos durante toda la duración de la escena.

### 2. Capítulo 1

**Duración:** 11:45-14:16

**Estado anímico:** Hostil.

**Contexto escénico:** Dos componentes de la realeza uno de ellos el príncipe Oberyn se encuentran en una habitación junto a otros dos hombres, trabajadores de la familia anfitriona, mantienen una conversación amenazante. En la mesa que separa ambos bandos, se puede contemplar jarras de metal con decoración de cobre o plata junto a copas que hacen de decoración en la disputa, pues nadie bebe.

### 3. Capítulo 1

**Duración:** 19:31-22:05

**Estado anímico:** Imparcial.

**Contexto escénico:** Dos mesas con abundante comida, en ella se puede ver dos elegantes y sofisticadas botellas que contienen líquido que bien podría ser vino blanco, cada una situada en cada una de las mesas. Nadie bebe.

### 4. Capítulo 1

**Duración:** 22:32-23:53

**Estado anímico:** Imparcial.

**Contexto escénico:** Esta escena transcurre en un dormitorio, en los primeros segundos una jarra y copa de metal se puede apreciar con nitidez, a medida que avanza la escena la copa pasa a un segundo plano quedando casi imperceptible a la vista. Forma parte de la decoración.

## 5. Capítulo 1

**Duración:** 24:25-27:08

**Estado anímico:** Cersei siente rencor.

**Contexto escénico:** Cersei mantiene un diálogo con un personaje del reparto mientras se sirve una copa de vino, el personaje se marcha de la habitación. Ahora Cersei y Jaime establecen una conversación, Cersei se rellena su vacía copa y vuelve a beber de ella a lo que Jaime le expresa:

- Bebes más que antes.
- Sí...
- ¿Por qué?
- Veamos, montaste una pelea en la calle con Ned Stark y desapareciste de la capital, mi esposo murió en un trágico accidente de caza
- Tuvo que ser traumático para ti (tono irónico).

## 6. Capítulo 1

**Duración:** 43:19-43:27

**Estado anímico:** Embriaguez.

**Contexto escénico:** Sansa (hermana de Jon Nieve) se encuentra a las afueras de palacio, un personaje de reparto la persigue. Cuando termina la persecución ambos inician un diálogo en el que Sansa manifiesta:

- Estáis borracho.
- Sí, tengo motivos para ello. En tiempos, fui caballero, ahora soy un bufón.

La escena no tiene más acontecimientos relevantes.

## 7. Capítulo 1

**Duración:** 47:07-51:35

**Estado anímico:** Hostil.

**Contexto escénico:** Arya y Perro, entran en una casa, una vez dentro se puede apreciar que consiste en una especie de taberna. Hay varias mesas para comer. Esta escena contiene una joven está sufriendo un abuso sexual. En total se pueden contar hasta una decena de hombres, uno de ellos de acerca a los personajes, especialmente al masculino y le denuncia:

- Ponle cerveza a nuestro amigo, ¿Qué te trae por el norte?

Parece conocerse, durante la escena el personaje masculino da hasta tres tragos, el último es de la copa del hombre que le ha invitado como señal de amenaza.

## 8. Capítulo 2

**Duración:** 04:06-05:41

**Estado anímico:** Imparcial.

**Contexto escénico:** Podrick Payne sirve la comida a Tyrion y Jaime Lannister mientras ambos conversan, en la mesa hay una copa de color dorado para cada uno. Tyrion propone un brindis:

- Un brindis por los soberbios vástagos Lannister, el enano, el tullido y la madre de la locura.

Jaime con su nueva mano de acero vuelca la copa sin querer, dejando ver el intenso color burdeos del vino.

- Solo es vino. Dice Tyrion restándole importancia.

Acto seguido se levanta y vuelve a servirle la copa que ha derramado su hermano. Tyrion es el único que bebe en una ocasión.

## 9. Capítulo 2

**Duración:** 14:08-16:34

**Estado anímico:** Joffrey está alegre, su hermano pasa desapercibido en un segundo plano.

**Contexto escénico:** Se celebra una ceremonia antes del compromiso nupcial, el rey, Joffrey recibe regalos de varios miembros de la familia. El padre de la novia, perteneciente a otra realeza le hace obsequio de una gran copa de vino ostentosa, al dejarla en la mesa le dice a Joffrey:

- De parte de la casa Tyrell y del pueblo del Dominio majestad, tengo el honor de entregaros esta copa nupcial. Que vos y mi hija bebáis y viváis largamente.

Alrededor de 50 personas sentadas en diferentes mesas almuerzan, con copas de vinos. Los personajes que se pueden apreciar con claridad que consumen son Joffrey (una vez) y su hermano menor que bebe hasta en dos ocasiones. Los personajes extras más alejados de la mesa del rey se pueden apreciar si se presta atención.

## 10. Capítulo 2

**Duración:** 20:40-22:18

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Tres personajes de reparto cenan, cada uno con una copa, se intuye que es vino ya que el diseño de las copas es similar a los vistos a lo largo de la serie. El hombre no bebe. Las dos mujeres ambas beben una vez.

## 11. Capítulo 2

**Duración:** 29:46-49:05

**Estado anímico:** Joffrey desafiante, Tyrion humillado.

**Contexto escénico:** Esta escena es la más larga analizada, se trata del banquete de la ceremonia nupcial. Las personas ahí presentes son difíciles de contar alrededor de una centena, se observan a mujeres y hombres como sirven copas a los invitados y estos las beben en segundo plano.

Tyrion en un plano más protagonista aparece sirviéndose el mismo, mientras mantiene una conversación con sus familiares, acto seguido de servirse también consume.

La boda que nace desde un convenio entre familias para forzar alianzas.

Aparece en escena una representación teatral que cuenta los mitos e historias de lo que ocurre en palacio, al fondo se puede apreciar al rey Joffrey bebiendo su copa de oro.

Uno de los acontecimientos que destacaremos será la humillación y vejación **propagada por Joffrey** hacia su tío, Tyrion. Este se acerca a él, inclina la copa hacia la cabeza derramándola por todo su cuerpo, Tyrion en uso de su particular humor le responde:

- Una buena cosecha, una pena que se vierta.
- No se ha vertido.
- Mi amor, vuelve conmigo es la hora del brindis de mi padre. Le dice la reina para acabar la disputa.

- ¿Y cómo esperas que brinda sin vino?... Tío puedes ser mi copero, visto que eres demasiado cobarde para luchar.
- Su majestad me hace un gran honor.
- No se trata de un honor.

Tyrion se levanta se dirige hacia la copa de Joffrey que la tiene en su mano, acto seguido la tira y le da una patada.

- Tráeme mi copa. Le recrimina el rey

Su tío la coge e intenta dársela.

- ¿De qué sirve una copa si está vacía? Llénala.

Le sirve ante la silenciosa y atenta mirada de los asistentes. La reina grita la llegada de la tarta nupcial, Joffrey le da un sorbo a la copa antes de disponerse a cortarla.

- ¿Tío a donde vas?, eres mi copero ¿Recuerdas?
- Iba a cambiarme esta la ropa mojada majestad.
- No, no, no, no, está perfecto como vas, sírvenme otro vino.

De nuevo Tyrion se dirige hacia la copa, un silencio vuelve a presidir.

- Deprisa la tarta está seca.

Este la coge y se la da al rey, este sigue bebiendo, empieza a toser. La copa está envenenada.

## 12. Capítulo 3

**Duración:** 06:03-07:35

**Estado anímico:** Preocupadas por su situación familiar.

**Contexto escénico:** En una terraza la reina y su abuela conversan sobre la muerte del rey y lo que su situación familiar incluida status supone, la escena se desarrolla en una terraza del palacio entra ellas las separa una mesa, hacia el lado de la reina una copa de vino que no es bebida en ningún momento.

## 13. Capítulo 3

**Duración:** 18:43-18:57

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Aria y Perro, son invitados por padre y una hija campesinos a hospedarse en su casa. Mientras cenan, Perro pregunta:

- ¿Tenéis cerveza?
- Me temo que no.
- ¿Cómo puede un hombre no tener cerveza en casa?

#### 14. Capítulo 3

**Duración:** 31:25-34:06

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** En esta escena se practica sexo entre varias personas, el príncipe quien también es participante toma un trago de una copa de vino. Son interrumpidos por el abuelo del fallecido rey, todos se van menos el príncipe se levanta de la cama y le pregunta:

- ¿Deseáis sentaros?
- No, gracias.
- ¿Y vino?

Ante la negativa, se sirve una copa para el mismo, bebe un sorbo tumbado en la cama, se vuelve a levantar y la deja en la mesa mientras establecen una conversación.

#### 15. Capítulo 4

**Duración:** 23:41-26:09

**Estado anímico:** Ira.

**Contexto escénico:** Cersei se sirve una copa, en esta ocasión se trata de una copa de cristal sofisticada, bebe un sorbo directamente, entra a la habitación Jaime, la conversación gira hacia reproches de uno al otro, Cersei camina hasta el con la copa en la mano a la altura del pecho incluso en determinados momentos la copa forma parte de la gesticulación con los brazos que realiza Cersei. Durante la escena es contabilizada dos veces las que bebe.

#### 16. Capítulo 4

**Duración:** 35:16-38:06

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** El escenario es oscuro y frío, un comedor repleto de mesas de tablonos rudos se encuentran hombres comiendo. Es la primera escena donde aparecen dos barriles, en las mesas según la categoría del guerrero están en las mesas bajas o en la mesa alta que se accede a ellas a través de una escalera que sube a una especie de estrado, ocupada tan solo por seis hombres, los vasos varían en forma y material según en la mesa que se encuentren.

#### 17. Capítulo 4

**Duración:** 38:06-41:44

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Esta escena resulta desagradable y violenta, aparecen mujeres con rastros de haber sido maltratadas, también aparecen imágenes explícitas de violación. Un personaje antes no visto esta sentado en el centro de la sala, tiene un cráneo en su mano y mientras para de beber dice la siguiente:

- Karl Tanner del callejón de la Ginebra, bebiendo vino del cráneo del puto Jeor Mormont.

#### 18. Capítulo 4

**Duración:** 46:48-46:53

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Vuelve la escena anterior, corresponde al día siguiente, el personaje de reparto bebe ahora desde una copa, la escena es breve ya que la copa una vez ha bebido la pone en la mesa.

#### 19. Capítulo 5

**Duración:** 17:31-22:04

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Tywin se encuentra con ella en una habitación, hay una mesa utilizada como escritorio. En el que el la preside, hablan, mientras tanto se levanta y se dispone a servir una copa de vino para el y para su hija. El padre bebe dos veces mientras que Cersei una, antes de irse la deja en la mesa.

#### 20. Capítulo 5

**Duración:** 28:44-29:13

**Estado anímico:** Tranquilo.

**Contexto escénico:** El príncipe Oberyn se encuentra en una mesa al aire libre en el palacio, en ella hay cofres, pergaminos, libros, una pluma y además una copa y jarra de vino. La escena es breve y solo aparecen como elementos de decoración.

## 21. Capítulo 5

**Duración:** 37:44-37:55

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Destacamos este breve diálogo:

- Hermanos, sed sigilosos.
- ¿Cuántos?
- Once hombres, la mayoría bebidos...

## 22. Capítulo 6

**Duración:** 07:31-09:17

**Estado anímico:** Alegres.

**Contexto escénico:** Personajes que no son muy relevantes, el alcohol se muestra representado en copas que se sitúan al borde de las piscinas. No son consumidas.

## 23. Capítulo 6

**Duración:** 27:51-27:56

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Príncipe habla con un personaje de reparto y en la conversación que mantienen se resalta:

- Mi concubina Ellaria os encontraría muy interesante, deberíais venir al burdel a conocerla, trajimos vino nuestro, no ese brebaje que sirven aquí.

## 24. Capítulo 6

**Duración:** 37:48-38:36

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Tywin está comiendo, Jaime que está de pie empieza a discutir con el por asuntos familiares, en la mesa hay una botella y copa de vino casi im-

perceptibles a la vista, hay momentos en que incluso Jaime se interpone delante de ellos. Cuando Jaime decide irse, el padre toma un trago de la copa.

## 25. Capítulo 7

**Duración:** 08:33-08:51

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Aria y Perro se encuentran a un hombre moribundo quien les dice:

– ¿Puedo beber algo? Morir da mucha sed.

Perro acerca la talega a la boza y el hombre bebe de ella, cuando termina añade:

– Ojalá fuera vino.

– Ojalá. Contesta Perro resignado.

## 26. Capítulo 7

**Duración:** 17:27-19:51

**Estado anímico:** Flirteo.

**Contexto escénico:** Daenerys se dirige hacia sus aposentos, en el le espera uno de los hombres que trabaja bajo sus órdenes, comienzan a flirtear, durante el coqueteo hay una pausa, Daeney's se dirige a servirse una copa de vino, se sienta en frente del hombre le da un trago a la copa y mientras el hombre se desnuda ella lo mira con la copa en la mano.

## 27. Capítulo 7

**Duración:** 17:31-22:04

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Brienne Tarth come en una taberna junto a su fiel escudero Podrick, en la mesa hay además de la comida vasos opacos. Un mesero les sirve más vino, el escudero bebe ansiosamente a lo que Brienne le advierte:

– ¡No te emborraches!

Podrick vuelve a beber, esta vez más sosegado.

## 28. Capítulo 8

**Duración:** 02:20-03:02

**Estado anímico:** Alegre.

**Contexto escénico:** Al menos dos docenas de persona, mujeres y hombres disfrutan bebiendo en una taberna, las jarras son de un tamaño mucho mayor a las observadas anteriormente.

## 29. Capítulo 8

**Duración:** 17:31-22:04

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Cinco personas se reúnen para hablar de un asesinato, en total hay cinco hombres, entre ellos Jon Nieve, uno de los presentes se sirve una copa de vino, otro mientras tanto bebe un trago que es seguido automáticamente por otras dos personas. Jon Nieve es quien finaliza la escena con un primer plano bebiendo.

## 30. Capítulo 8

**Duración:** 38:00-38:09

**Estado anímico:** Neutral.

**Contexto escénico:** Tyrion apresado en un cobertizo por la presunción de que ha matado a su sobrino bebe de espaldas a la cámara directamente de una jarra, cuando acaba la deja en el suelo y le expresa a su hermano Jaime:

- El vino siempre ayuda, te lo agradezco.

## 31. Capítulo 8

**Duración:** 17:31-22:04

**Estado anímico:** Rencor.

**Contexto escénico:** Es necesario poner brevemente en antecedentes. La escena gira entorno a un juicio por combate, Tyrion le pide al príncipe que luche por el para ganar su libertad. Cersei, Tywin y Jaime se encuentran en el palco como espectadores del combate. Cersei y su padre disponen de una mesilla entre ambos para dejar posar la bebida. Tywin y Cersei son enfocados bebiendo en una ocasión.

Imagen 4: Cersei mira con desprecio a Tyrion con una copa en la mano.



Tyrion se dirige para comprobar como está el príncipe y le recrimina:

- No deberíais beber antes de luchar
- (...) siempre bebo antes de pelear.

El príncipe bebe hasta en dos ocasiones. Durante el combate se enfoca a Cersei y Tywin dejándose ver las copas en la mesa.

### 32. Capítulo 10

**Duración:** 04:34-05:53

**Estado anímico:** Triste.

**Contexto escénico:** Jon Nieve se reúne con uno de los hombres que lidera a su ejército, le comunica que una persona en especial murió en el combate, el hombre le propone un brindis:

- Bebamos por ella.

Otra persona entra en escena para servir la bebida, coloca dos copas entre ellos y las sirve, ambos la beben, a lo que Jon empieza a toser y afirma:

- No es vino.
- No, es una bebida nortea como es debido.

Se puede interpretar que la bebida puede contener más grados de alcohol que el vino. Más tarde hacen otro vino en honor a otros compañeros muertos en la lucha.

### 33. Capítulo 10

**Duración:** 47:01-47:07

**Estado anímico:** El personaje está muriendo.

**Contexto escénico:** El Perro se enfrenta a Brienne Tarh en la pelea queda herido muy grave, Arya acude en su ayuda, este sin apenas poder hablar le dice:

- Te desollaría viva por un vino.

Arya hace el amago de buscar la talega, pero es interrumpida por perro cuando exclama:

- A la mierda el agua.

### 34. Capítulo 10

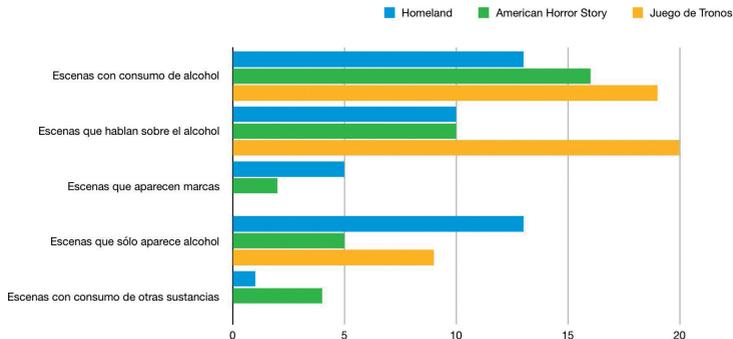
**Duración:** 53:59-54:08

**Estado anímico:** Tyrion siente Decepción.

**Contexto escénico:** Tyrion entra a los aposentos de su padre sigilosamente, al lado de la cama hay una especie de mesilla de noche, en ella una copa de vino. Pasa desapercibida.

Se hace un breve resumen del número de escenas encontradas, atendiendo aquellas donde se consumen alcohol, donde sólo aparece la imagen, en las que los diálogos de los personajes se refieren al alcohol e incluso otras sustancias que pudiesen estar

Figura 5. Total, de escenas de series de televisión analizadas divididas por criterios.



Fuente: elaboración propia.

## 6. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Tras el visionado de las distintas series puede ser abrumadora la cantidad de escenas encontradas de alcohol, quizás porque al analizarlas se es plenamente consciente de todos los componentes que podría haber, desde un personaje bebiendo una copa o a una copa ya bebida puesta en la mesa.

Uno de los aspectos que se considera relevante destacar es el elevado número de escenas en las que no se consume, y si no se consume ¿qué función cumple una botella de alcohol? sería la pregunta más obvia. Probablemente el alcohol puede ser eliminado o sustituido, sobretodo cuando cumple una función decorativa que influye indirectamente, otra opción puede ser que recurran al alcohol para dar mayor dramatismo a la escena como en *American Horror Story* en el que uno de los personajes tenía graves traumas y los asociaba con el consumo de alcohol.

El contexto resultante tras el visionado ha sido de lo más diverso en cuanto a la circunstancia que motiva el acto de beber: celebraciones nupciales, barbacoas, bares, conversaciones formales e informales, negociaciones, entre otros. Cabe esperar que cualquier momento puede ser el indicado para consumir alcohol y que su uso pueda ser en cualquier situación ya sea tanto en una celebración, como en un despacho de trabajo. Así como el número en cuanto a los diferentes tipos de bebidas, que ha sido bastante considerable, destacando principalmente: champán, tequila, whisky, bourbon, cerveza, vino tinto y blanco, e incluso marcas que en España también son conocidas como Heineken o Amstel, en las que algunos tipos de bebidas indicaban un gusto preferente o incluso pretendían retratar la pertenencia a un status social. Como ejemplo, en *Homeland* resultó ser la serie que más marcas de alcohol mostraba a cámara. Por lo tanto, se normaliza el uso de estas sustancias ya que se visualiza su utilización en contextos y espacios comunes, como por la disponibilidad en cuanto a la sustancia a poder utilizar y/o consumir. Otra sustancia que acompañaban al alcohol era primordialmente el tabaco.

Lo más subrayable como objeción personal es tener en cuenta ciertos diálogos en los que con una frase no sólo se reproduce los valores o creencias, sino que además sirven como reforzador para el espectador. En especial la serie *Juego de Tronos* llama la atención varias frases que, aunque sean cortas y breves, pueden ser directas y de impacto, por ejemplo: *Te desollaría viva por un vino*. No sólo incluye el deseo por beber vino sino además la frase resulta muy violenta.

*Juego de Tronos* se caracteriza como la serie que más mensajes subliminales lanza de cara al consumo de alcohol. Serie destacada puesto que alcanza números más altos en escenas que se consume alcohol y en escenas en las que se habla de alcohol, dupli-

cando en esta categoría a las otras dos series revisadas. Llegando a superar el 20%, sobre la duración total de la temporada analizada, como porcentaje donde el alcohol se sitúa como protagonista.

De entre todas las escenas en las que al menos se mencionaba algún tipo de alcohol o se hacía alusión, se obtienen frases que transmitían valores o incluso costumbres, entre estas frases puede encontrarse: ¿Cómo puede un hombre no tener cerveza en casa? Resultaba delirante para el personaje que no hubiese cerveza concretamente en un hogar, además hacía referencia al sexo hombre exclusivamente, por lo que según el diálogo y su contexto se puede hilar el consumo de alcohol en series con otros mensajes, en este caso machista. Respecto al vino no atendía a nivel de status o clase social, era un elemento tanto de diversión como utilizado para los diálogos más profundos y emocionales que presenciaban en escena cuando hacían aparición. A medida que avanzamos en la serie también atendimos a una frase que nos resultó destacable como: *El vino siempre ayuda, te lo agradezco*. Este enunciado sacado del contexto en el que uno de los personajes se enfrentaba a un juicio, afirmaba que el vino era necesario para enfrentarse a algo que le preocupaba.

De cara a la profesión del Trabajo Social como interventora ante los problemas de adicciones, debiera de ser tenida en cuenta la imagen que se traslada del alcohol, como algo que no es el causante de los problemas sino el remedio o lo que puede ser peor, la distracción a ellos. Sería interesante, además, hacer un seguimiento de temporadas de esta serie para observar si a medida que avanzaba en número de temporada, las escenas de alcohol descendían o al contrario, aumentaban.

Todo ello puede llevar a la necesidad tanto de realizar investigaciones más amplias en este campo, desde donde poder abordar escalas que midan estos mensajes, como establecer una clasificación por edades de las series en función de dichos mensajes, como en el caso de series que atiende más a escenas violentas o sexuales que ya existe en la actualidad. Información y aspectos educativos que pudieran ser tenidos en cuenta tanto por educadores como por los propios progenitores, de manera transparente y accesible desde las propias redes sociales.

Como debilidades a este trabajo nos encontramos la falta de información que atiende a aspectos ligados a la temática que queríamos investigar, si bien teníamos referencias de las series de televisión y su poder influyente sobre el espectador se quiere comprobar si además podían ser agentes normalizadores, no sólo como reproductor el mensaje sino además como fortalecedor. Por lo tanto, en un momento donde las series son de uso y consumo masivo por parte de la población joven en general, el conocer y profundizar sobre lo ya planteada viene a situarse como elemento a tener muy en cuenta cara a las intervenciones con carácter preventivo.

Finalmente, tanto las series de televisión como incluso el cine, fuertemente vinculadas nos trasladan a usos que siendo infrecuente para la gran mayoría como poseer un mini bar y al llegar a casa servirnos un vaso de wisky con hielo, escena retransmitida en diversas series y películas, se llega a acostumbrar a visionarlas y se puede ver como algo típico que suceden en la televisión pero qué límite puede ser el que sea como algo típico a que se transforme en un acto que pueda imitar el receptor de forma que le impulse hacerlo. Por lo tanto, se está ante un escenario donde las series se convierten en vehículo transmisor y normalizador de comportamientos y hábitos que en muchas de las ocasiones pueden generar estilos de vida poco saludable a la vez que convertirse en potenciadores de problemáticas sociales como las adicciones.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- ABC. La Guía TV (2018). *¿Por qué las series están de moda?* Recuperado de <http://laguiatv.abc.es/noticias/20151107/abc-porque-vivimos-boom-series-201511072120.html> (27/05/2018).
- Arceo, J. L., y Arceo, A. (2004). *Estudio sobre la publicidad en el consumo de cerveza*. Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial (ICIE). Madrid: Universidad Complutense de Madrid
- Anderson, P., & Baumberg, B. (2006). Alcohol in Europe. *London: Institute of alcohol studies*, 2, pp. 73-75
- Berganza, M.R. y Del Hoyo, M. (2006). La mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos. *Zer*, no 21, pp. 161-175
- Calafat, A. (2007). El abuso de alcohol de los jóvenes en España. *Adicciones*, 19(3), 217-224. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2891/289122084001/06/06/2018>
- Bermejo, J. (2013). El enmascaramiento como estrategia persuasiva en la publicidad para jóvenes. *Comunicar*, XXI (41), pp. 157-165 Recuperado en <http://www.redalyc.org/html/158/15828675017/> (06/06/2018).
- Becerra, A. B. (2005): El mensaje subliminal: tácticas de publicidad ilícita, *Información para la paz: autocrítica de los medios y responsabilidad del público*, 2005, pp. 169-182. Recuperado de ABB Navarro - Información para la paz: autocrítica de los medios ..., 2005 - dialnet.unirioja.es (12/06/2018).

- Biltereyst, D. (1991). Resisting American Hegemony: A comparative Analysis of the Reception of Domestic and US Fiction. *European Journal of Communication* (6), pp. 469- 497. Recuperado de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0267323191006004005> (06/06/2018)
- Cascajosa, C. (2009). La nueva edad dorada de la televisión norteamericana. *Secuencias: Revista de historia del cine* n. 29, 2009, pp. 7-31. Recuperado de [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/5701/35592\\_1.pdf?sequence=1](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/5701/35592_1.pdf?sequence=1) (12/06/2018).
- Comeau, N., Stewart, S. H. & Loba, P. (2001). The relations of trait anxiety, anxiety sensitivity, and sensation seeking to adolescents' motivation for alcohol, cigarette, and marijuana use. *Addictive Behaviors*, 26, pp. 803-825. Recuperado en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306460301002386> (06/06/2018).
- Chitnis, K. (2006). (Dis)similar readings. Indian and American Audiences Interpretation of Friends. *International Communication Gazette* 68 (2), pp. 131-145. Recuperado desde <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1748048506062229> (06/06/2018).
- El Huffington Post (2012). *Emmy: seis premios Emmy 2012 para Homeland impiden que Mad Men haga historia*. Recuperado de [https://www.huffingtonpost.es/2012/09/24/emmy-seis-premios-emmy-20\\_n\\_1908416.html](https://www.huffingtonpost.es/2012/09/24/emmy-seis-premios-emmy-20_n_1908416.html) (27/05/2018)
- Farke, W., & Anderson, P. (2007). El consumo concentrado de alcohol en Europa. *Adicciones*, 19(4), pp. 333-340. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2891/289122906002/> (06/06/2018).
- Feliu, A. (2009). Publicidad y cambio social. Nuevas realidades, ¿nuevos discursos? *Comunicación, Memoria, historia, modelos*, pp. 396-406. Recuperado desde <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/15818> (06/06/2018).
- Grandío, M. (2007). Recepción de la ficción televisiva norteamericana en España. El caso de Friends. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 10. Recuperado de <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/186/187> (06/06/2018).
- Iglesias-Deloitte, C. (2017). Televisión en abierto. *Unión de Televisiones Comerciales Asociadas*. Recuperado de <http://uteca.tv/download.php?dj=122> (06/06/2018).

- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2016/2017) Recuperado de [https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/\(06/06/2018\)](https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/(06/06/2018)).
- Observatorio del ocio y el entretenimiento digital (OCENDI) (2011) Recuperado de [http://www.ocendi.com/descargas/informetv\\_web.pdf](http://www.ocendi.com/descargas/informetv_web.pdf) (06/06/2018).
- Lomas, C. (1997): *El espectáculo del deseo. Usos y formas de la persuasión publicitaria*. Barcelona: Ediciones Octaedro.
- López, C. García, J. A. Gázquez, M. (2013). Influencia de la comunicación publicitaria en el consumo de alcohol/Advertising communication influence in alcohol consumption. *Historia y Comunicación Social*, 18, 639, pp. 639-655. Recuperado en [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/35584/1/2013\\_Lopez-Sanchez\\_et\\_al\\_HyCS.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/35584/1/2013_Lopez-Sanchez_et_al_HyCS.pdf) (06/06/2018).
- Martín, D. Sutil, L. (1991). *Mensajes subliminales en la publicidad* (Doctoral dissertation) Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Martín, E. (2002). Jóvenes y alcohol. *Adicciones*, 14(2), pp. 135-137.
- Marchand, R. (1985). *Advertisements as social tableaux*. Berkeley: University of California Press.
- Marcos, N. (2013). *Novedades, sorpresas y ausencias en los candidatos a los Emmy 2013*. Recuperado de [https://elpais.com/cultura/2013/07/18/television/1374160116\\_137416.html](https://elpais.com/cultura/2013/07/18/television/1374160116_137416.html) (27/05/2018).
- Marcos, N. (2014). *'Juego de tronos' y 'Fargo' lideran las candidaturas a los premios Emmy*. Recuperado de [https://elpais.com/cultura/2014/07/10/television/1404998044\\_270489.html](https://elpais.com/cultura/2014/07/10/television/1404998044_270489.html) (27/05/2018).
- Marcos, N. (2018). *La era de la explosión 'seriéfla'*. Recuperado de [https://elpais.com/cultura/2015/03/27/television/1427481479\\_992620.html](https://elpais.com/cultura/2015/03/27/television/1427481479_992620.html) (27/05/2018).
- Montes-Santiago, J., Álvarez, M. L., y Baz, A. (2007). Alcohol y publicidad en la prensa escrita en España. *Anales de medicina interna* Vol. 24, No. 3, pp. 109-112 Recuperado de [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0212-71992007000300002](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-71992007000300002) (12/06/2018).
- Moro, M. M. (2007). Educación en valores a través de la publicidad de televisión. *Comunicar*, 28, pp. 183-189. Recuperado en [http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1323/b15281346.pdf?sequence=1&origin=publication\\_detail](http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1323/b15281346.pdf?sequence=1&origin=publication_detail) (06/06/2018).

- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (2018). *Encuesta sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias en España. ESTUDES 2016/2017*. Madrid: Plan Nacional sobre Drogas.
- Nabi, R. & Beth, M. (2009). *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects*. (1ª Edición). Recuperado de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CMO1aEWrzacC&oi=fnd&pg=PA1&dq=%09Nabi,+R.+%26+Beth,+M.+\(2009\).+Media+Processes+and+Effects.+Thousand+Oaks:+Sage&ots=sAjGQk3cwE&sig=qxrHhw1VNf1TRKUz9xVYi9x3tnk#v=onepage&q=%09Nabi%2C%20R.%20%26%20Beth%2C%20M.%20\(2009\).%20Media%20Processes%20and%20Effects.%20Thousand%20Oaks%3A%20Sage&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CMO1aEWrzacC&oi=fnd&pg=PA1&dq=%09Nabi,+R.+%26+Beth,+M.+(2009).+Media+Processes+and+Effects.+Thousand+Oaks:+Sage&ots=sAjGQk3cwE&sig=qxrHhw1VNf1TRKUz9xVYi9x3tnk#v=onepage&q=%09Nabi%2C%20R.%20%26%20Beth%2C%20M.%20(2009).%20Media%20Processes%20and%20Effects.%20Thousand%20Oaks%3A%20Sage&f=false) (diciembre/2017).
- Organización Mundial de la Salud. (2005). *Lexicon of alcohol and drug terms published by the World Health Organization*. Recuperado de [http://www.who.int/substance\\_abuse/terminology/who\\_lexicon/en/](http://www.who.int/substance_abuse/terminology/who_lexicon/en/) (diciembre/2017).
- Plan Nacional sobre Drogas. Estrategia Nacional sobre Adicciones (2017/2024). Recuperado de <http://www.pnsd.msssi.gob.es/pnsd/estrategiaNacional/home.htm> (31/05/2018).
- Plan Nacional sobre Drogas. Observatorio Españolas de las Drogas y las Adicciones. La Encuesta sobre alcohol y otras drogas en España, EDADES (1995-2015). Recuperado de [http://www.pnsd.msssi.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/encuestas\\_EDADES.htm](http://www.pnsd.msssi.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/encuestas_EDADES.htm) (31/05/2018).
- Requero, M. I.(2007). *Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI*. M. C. A. López (Ed.). Comunicación Social. Sevilla. Recuperado de [http://eprints.ucm.es/7051/1/Segovia.\\_Nuevastendenciasenlapublicidad.pdf](http://eprints.ucm.es/7051/1/Segovia._Nuevastendenciasenlapublicidad.pdf) (06/06/2018).
- Rodríguez, E., Navarro, J. y Megías, I. (2001). *Jóvenes y medios de comunicación: la comunicación mediática entre los jóvenes madrileños*. Madrid: FAD e INJUVE.
- Sayre, S. & King, C. (2010). *Entertainment and Society: Influences, Impacts, and Innovations*. New York: Routledge.
- Shapiro, S., Macinnis, D.J. & Heckler, S.E. (1997). The Effects of Incidental Ad Exposure on the Formation of Considerations Sets. *Journal of Consumer Research*, 24, pp. 94-104. (DOI: 10.1086/2094-96).
- Shrum, L.J. (2004). *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines between Entertainment and Persuasion*. Mahwah NJ: LEA.Innovations. New York: Routledge.





**Colegio Profesional  
de Trabajo Social de  
Málaga**



Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo