

**Universidad Internacional de La Rioja
Facultad de Empresa y Comunicación**

El papel de la televisión en *Los Simpson* y su percepción por la audiencia juvenil

Trabajo fin de grado presentado por: José Manuel Carrasco Capilla

Titulación: Comunicación

Línea de investigación: Medios de comunicación y audiencia juvenil

Directora: Erika Fernández

Zafra (Badajoz)

24 de junio de 2015

Firmado por: José Manuel Carrasco Capilla

CATEGORÍA TESAURO: 2.2.3 Televisión

ÍNDICE

RESUMEN	3
1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO TEÓRICO	4
2.1 La serie <i>Los Simpson</i> : éxito nacional e internacional.....	4
2.2 El interés científico de <i>Los Simpson</i>	7
2.2.1 <i>El espectador</i>	8
2.2.2 <i>La televisión en Los Simpson</i>	10
2.2.3 <i>La sociedad como espejo de la televisión, o viceversa</i>	13
2.2.4 <i>Homer a hombros de Homer</i>	15
3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	16
3.1 Objetivos	16
3.2 Muestreo	18
3.3 Metodología	18
3.3.1 <i>Análisis de contenido</i>	19
3.3.2 <i>Cuestionario</i>	20
4. RESULTADOS	21
4.1 Análisis de contenido	22
4.1.1 <i>Tipo de programas que aparecen en la televisión</i>	22
4.1.2 <i>Estructura en el mensaje de masas</i>	23
4.1.3 <i>Entretenimiento adecuado o no</i>	24
4.1.4 <i>Personajes</i>	25
4.1.5 <i>Los personajes y sus referencias a la televisión</i>	26
4.1.6 <i>Los personajes y su comportamiento</i>	27
4.2 Cuestionario	27
5. CONCLUSIONES	28
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29
ANEXOS	36

RESUMEN

Este trabajo analiza el papel que la televisión ejerce dentro de la serie *Los Simpson* así como la percepción que los jóvenes de educación secundaria en España tienen sobre el rol de este medio en la ficción. Para ello, por un lado se han estudiado a través del análisis de contenido una muestra de los capítulos más vistos, según diferentes medios de comunicación relevantes y webs especializadas. Por otro, la investigación se complementa con un cuestionario realizado a una muestra del público objetivo de la animación con el objetivo de conocer ambas realidades.

Palabras clave: *televisión, Los Simpson, jóvenes.*

1. INTRODUCCIÓN

El 17 de diciembre de 2014 se cumplieron los 25 años de la serie televisiva más longeva de todos los tiempos y, *Los Simpson*, siguen cosechando éxitos en forma de premios, de reconocimientos por parte de la audiencia y de motivos para los investigadores para conocer sus secretos.

Muchos son los estudios que se han realizado tratando de desentrañar cuáles son las virtudes comunicativas de la serie, los estereotipos que la conforman y los mecanismos que regulan unas tramas que, lejos de quedarse anticuadas, parecen adaptarse al paso del tiempo. También los medios de comunicación y su papel en la serie han sido motivo de investigación para analizar su rol como agente activo de la sociedad de Springfield.

En esta aportación se profundiza en el papel que juega la televisión en *Los Simpson*, en su entorno (Springfield) y, saltando “más acá” de la pantalla, en la percepción que los jóvenes pueden tener sobre el rol de este importante medio de comunicación.

Contrastar comportamientos y opiniones de los personajes de la serie y de los jóvenes no deja de ser un ejercicio arriesgado de tratar de acercar la ficción a la realidad para, en el momento de las conclusiones, comprobar cuánto de ficción tienen nuestras vidas y cuánto de real la de Homer, Marge, Bart, Lisa y Maggie.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 La serie *Los Simpson*: éxito nacional e internacional

Hablar de *Los Simpson* es hablar de récords. El pasado 17 de diciembre de 2014 cumplieron su 25º aniversario. En el verano de 2014, el canal de pago estadounidense FXX, propiedad de *Fox Entertainment Group*, emitió desde el 21 de agosto hasta el 1 de septiembre los 552 capítulos de *Los Simpson* más la película de los personajes amarillos de forma ininterrumpida. Durante este tiempo, FXX lideró el *prime time* de los canales de pago para el público entre 18 y 49 años (Lynch, 2014).

Hablar de *Los Simpson* es hablar de 1987. Entonces, su creador y dibujante, Matt Groening, produjo una serie de cortos de 30 segundos para la serie de Fox *The Tracey Ullman Show* y, dos años más tarde, el 17 de diciembre de 1989, se estrenó en Fox como serie independiente.

En España, *Los Simpson* comenzaron a emitirse en 1991 en La 2. Más tarde, Antena 3 adquirió los derechos de emisión de la tercera temporada y la estrenó el 15 de diciembre de 1994. En la actualidad ¹, Antena 3 y Neox, canales pertenecientes al Grupo Atresmedia, emiten la vigesimocuarta temporada de *Los Simpson* con unos resultados que avalan su programación (véanse Tabla 1 y Tabla 2). Se asegura así su continuidad gracias, sobre todo, a la aceptación de la serie por parte del público juvenil, de 13 a 24 años, en la franja de acceso a mediodía en el caso de Antena 3, y, en *prime time*, para Neox.

Tabla 1. Datos de *share* y *rating* de *Los Simpson* en Antena durante el primer trimestre de 2015, de lunes a domingo.

Antena 3				SHARE		RATING	
	Hora	Duración (minutos)	Emisión	Jóvenes	Adultos	Jóvenes	Adultos
01/01/2015 a 31/01/2015	14:23	27	62	24.9	11.8	3.9	3.0
01/02/2015 a 28/02/2015	14:22	26	56	24.8	11.0	4.0	2.9
01/03/2015 a 31/03/2015	14:23	26	58	24.1	10.7	3.7	2.8

Tabla: Elaboración propia. Fuente: Atresmedia, 2015

Tabla 2. Datos de *share* y *rating* de *Los Simpson* en Neox durante el primer trimestre de 2015, de lunes a domingo.

Neox				SHARE		RATING	
	Hora	Duración (minutos)	Emisión	Jóvenes	Adultos	Jóvenes	Adultos
01/01/2015 a 31/01/2015	22:03	23	93	8.3	2.3	2.0	1.1
01/02/2015 a 28/02/2015	22:12	22	91	9.0	2.4	2.2	1.1
01/03/2015 a 31/03/2015	22:16	22	105	8.8	2.3	1.9	1.1

Tabla: Elaboración propia. Fuente: Atresmedia, 2015

¹ Datos a 4 de mayo de 2015.

En el canal temático Neox, *Los Simpson* fueron el programa más visto durante los meses de marzo y abril de 2015 (Tabla 3).

Tabla 3. Cuota de pantalla de Neox y de *Los Simpson* y datos de audiencia de la serie como programa más visto del mes.

MARZO 2015			ABRIL 2015		
<i>Los Simpson</i>		Neox	<i>Los Simpson</i>		Neox
Cuota media	Audiencia media	Cuota media	Cuota media	Audiencia media	Cuota media
3,7	732,000	2,7	4,0	742,000	2,6

Tabla: Elaboración propia. Fuente: Barlovento Comunicación, 2015

Los Simpson, con sus más de 500 capítulos, han ido contemplando como transcurrían las temporadas, desde la primera hasta la vigésimo sexta, al tiempo que la popularidad crecía y empezaba a construir un armazón desde el que llegaría a ser “[...] no solo admirada por el público común, sino por intelectuales y artistas [...]” (Enríquez, 2012, p.1758).

Si hablar de *Los Simpson* es hablar de récords, merece una especial atención los numerosos reconocimientos, en forma de premios, que atesora la serie: 30 Premios Emmy, 31 Premios Annie² y un Premio Peabody (IMDb, 2014), entre otros. Pero, además, *Los Simpson* han conseguido no solo situar la expresión “D’Oh”, la más característica de su personaje principal, Homer Simpson, en el *Oxford Dictionary of English*, sino colocar a Bart Simpson entre uno de los artistas más influyentes del siglo XX (*Time*, 8 de junio de 1998). En el ámbito estadounidense además de conseguir una de las estrellas del “Paseo de la Fama” de Hollywood, *Los Simpson* han vuelto a ser los primeros personajes de televisión utilizados por el servicio postal de Estados Unidos para imprimir una tirada cercana a los mil millones de sellos con la imagen de sus personajes (González, 2014). En palabras del creador de *Los Simpson*, Matt Groening, “El mejor negocio de todos los tiempos” (González, 2014, p. 10).

Con la suma de los dos factores relatados, su permanencia en parrilla y los éxitos cosechados, *Los Simpson* han contribuido a que la investigación académica persiga con ahínco desmenuzar cada

² El último *Annie* lo ha conseguido el 31 de enero de 2015 (<http://annieawards.org/nominees/>)

uno de los entresijos, textuales, formales y teóricos que conforman ese universo tan variopinto como exitoso.

2.2 El interés científico de *Los Simpson*

Los Simpson se han convertido en un objeto permanente de estudio por parte de investigadores en ciencias sociales donde, desde diferentes perspectivas, tratan de desentrañar qué mecanismos son los que han catapultado a esta serie al olimpo de las producciones más premiadas y con mayor tiempo de permanencia en las cadenas de medio mundo. En este apartado se abordan los principales estudios y líneas de investigación que han rodeado a la serie.

En esta búsqueda transversal por descubrir las “fórmulas mágicas” de la eterna juventud de *Los Simpson* y su enorme capacidad para generar discursos científicos, han destacado numerosos estudios que, cada uno desde su particular perspectiva, ha tratado de aportar su personal fotón intelectual que ayude a iluminar el conjunto de esta obra mediática.

Tomando como punto de partida el estudio sobre la “Percepción de la diversidad cultural y la construcción de estereotipos a partir del impacto mediático de *Los Simpson*” (Doncel y Segoviano, 2014), se describe el fenómeno al reconocer que “[...] la serie *Los Simpson* rebasa fronteras en muchos sentidos, penetrando en los más diversos tiempos y espacios de la cotidianidad [...] (Doncel y Segoviano, 2014, p. 27).

De esta ruptura de fronteras, los autores encuentran ciertas líneas maestras que engloban por “familias” los diferentes precedentes de investigación que, en muchos de los casos “[...] la cuestión de los estereotipos adquiere una centralidad innegable, pues en prácticamente todos los estudios comunicológicos [...]” (Doncel y Segoviano, 2014). De este modo, aglutinan, por una parte, a diversos autores que desde diferentes perspectivas abordan sus estudios sobre la audiencia infantil y la interpretación que hacen de determinados significados del texto y, por otra, algunos ejemplos donde el foco del estudio se encuentra en el análisis de contenido sin que la audiencia infantil protagonice el universo escogido.

Con estos precedentes se inició el estadio donde se abordó un primer y amplio camino de investigación sobre la reconocida serie que, más allá de estas referencias, ha ido expandiendo tanto las líneas estudiadas como la profundidad de las ya reseñadas. En este sentido se pueden destacar varios autores que, desde la perspectiva que se propone en el presente trabajo y para los objetivos que se plantean, han ido sustentando diversos supuestos que contribuyen a magnificar aquella afirmación de Bernardo de Chartres sobre que *nos ese quasi nanos, gigantium humeris incidentes*, esto es, [los investigadores] somos enanos a hombros de gigantes. Dicho de otro modo, es difícilmente comprensible abordar un estudio como el que se presenta sin tener en cuenta los

precedentes mencionados que conforman un excelente sustrato sobre el que trabajar en busca de nuevas líneas que ahonden en la importancia de una serie que, como se argumentará más adelante, ha traspasado el ámbito del entretenimiento para ocupar otros espacios mediáticos.

2.2.1 *El espectador*

Los Simpson han atraído la atención de numerosos investigadores que han centrado sus esfuerzos académicos en indagar sobre la relación de la serie con un determinado público, en su gran mayoría infantil. Según Bermejo (2011), el masivo consumo por los niños de la serie puede ser atribuida a convenciones sociales que consideran el binomio dibujos animados-niños como un todo indisoluble cuando, en palabras del autor, “Los Simpson es una serie para personas a partir de la adolescencia” (Bermejo, 2011, p.139).

Siguiendo las criterios orientadores para la clasificación de programas televisivos que se presentan en el anexo del Código de regulación sobre contenidos televisivos e infancia, apartado IV.2, *Los Simpson* se enmarcarían en los espacios no recomendados para menores de 16 años por motivos relacionados con comportamientos sociales inadecuados, presentación positiva de la violencia como forma de solucionar problemas y por su temática conflictiva. Esta clasificación no ha impedido que en marzo de 2010, la conocida serie ocupara el séptimo lugar en el ranking de programas más visto por niños de 4 a 12 años (Bermejo, 2011, p.139).

Otros estudios han traspasado esa barrera temporal de la audiencia y se han adentrado en el ámbito universitario para, además, relacionar la percepción de la serie por parte de una audiencia “semiprofesional” como pueden ser los alumnos universitarios con estudios de comunicación (Santos, 2012). En su tesis “La serie animada *Los Simpson* como una crítica a la sociedad moderna. Un análisis comunicativo”, Santos (2012) aplica un cambio destacable en el perfil de la audiencia seleccionada que pasa a tener un componente novedoso respecto a estudios anteriores. La edad y la preparación de los futuros profesionales de la comunicación juegan a favor de un análisis diverso y más profundo sobre aspectos artísticos, estéticos y puramente comunicativos.

La consideración de la etapa universitaria como factor novedoso tiene su importancia debido a que otros autores de relevancia han perseguido, también, sus objetivos científicos alejados de la audiencia infantil para zambullirse en las turbulentas aguas de la adolescencia. Así, algunas de las premisas que se han propuesto “para profundizar en la “realidad” que transmite la ficción [de *Los Simpson*] y su idoneidad, o no, para determinados públicos”, Grandío (2008), han ampliado el espectro desde el público infantil hasta el juvenil. En este estadio intermedio entre los estudios de percepción de la serie para niños de educación primaria, los más numerosos y mencionados anteriormente, y los universitarios de Santos (2012) se encuentra un universo de personas que, desde los 12 hasta los 18 años, pueblan los centros de educación secundaria y se encuentran

inmersos en procesos evolutivos convulsos desde el punto de vista del modelo y tipo de aprendizaje y, conviene no olvidarlo, desde una perspectiva puramente fisiológica.

En esta etapa educativa de la Educación Secundaria, Grandío pone de manifiesto ciertos aspectos fundamentales que generan cierta dificultad en el estudio como puede ser la mayor o menor capacidad de “establecer el pacto de lectura” y que señala como asunto de difícil resolución en el caso de los públicos infantiles y juveniles debido a que en la estructura narrativa “[...] las historias de *Los Simpson* son una sucesión de anécdotas más que una narración ordenadas de acciones, algo que dificulta también su comprensión total por parte de la audiencia[...]"(2008, p.164).

Puede resultar controvertido el concepto utilizado de “comprensión total” porque adolece de la precisión necesaria ya que, en la serie objeto de estudio, existen multitud de capítulos donde solo es posible comprender “totalmente” la trama en el caso de determinados expertos que dominan una materia como, por ejemplo, las matemáticas.

¿Cuántas personas de cualquier edad y formación conocen el segundo enunciado de Borel-Cantelli sobre secuencias aleatorias y probabilidades? Posiblemente si entre nuestro público se encuentran algunos matemáticos se podrá responder afirmativamente a la pregunta propuesta. ¿Quiere esto decir que solamente los matemáticos pueden comprender el capítulo “Última salida a Springfield” donde el señor Burns tiene a muchísimos monos escribiendo a máquina para producir, según el cálculo de probabilidades, la reproducción total de alguna obra maestra ya escrita? La complejidad del concepto de “comprensión total” tiene su base en la composición de parte del equipo de la serie.

[...] Los Simpson se destacan por la cantidad de “citas eruditas” que presenta cada episodio. Al arte, a la historia, a la literatura y también a la ciencia. De hecho, muchos de los guionistas y productores de Los Simpson tienen títulos universitarios en diversas ramas de la ciencia: hay físicos, matemáticos, ingenieros y hasta un profesor de la universidad de Yale (Sánchez, 2010, p.35).

Junto a estos referentes teóricos de la comunicación, recientemente se han utilizado otros postulados basados en el análisis de la imagen desde una perspectiva semiótico cultural (Morales, Chacón y Soro, 2014) que buscan “determinar la influencia que tienen estos productos en los niños/as de Educación Infantil [de nuevo] recopilando una serie de dibujos realizados [...]” por los propios chicos y chicas. Este estudio nos aporta el concepto de “violencia real caricaturizada” que, lejos de perseguir una violencia cercana a las altas esferas, se centra en aquellas que se circunscriben al entorno más próximo y familiar (Morales, 2014, p.72).

Si la violencia es un aspecto recurrente en los estudios sobre la serie, menos común resulta analizar, en conjunto, cómo influye dicha violencia sobre los propios habitantes de Springfield y, además, cómo son percibidas las reacciones de los personajes de *Los Simpson* por parte de la audiencia juvenil.

En uno de estos ámbitos a los que se hace referencia se mueve el trabajo de Lazo y Tovar (2011). De nuevo se escogen niños de 7 a 12 años para analizar el por qué de su predilección por la serie y su percepción de referentes violentos pero, y aquí encontramos una novedad que nos interesa especialmente, analizando previamente las características propias de los medios de comunicación de Springfield.

2.2.2 La televisión en *Los Simpson*

El medio de comunicación por excelencia en Springfield es la televisión. Por este motivo es necesario conocer qué se ha estudiado sobre “el medio” de *Los Simpson* y la sociedad que lo consume.

Efectivamente que existen más medios de comunicación en Springfield pero, como sostiene Turner (2005), cuando se trata de saber realmente qué está sucediendo en el mundo “simpsoniano”, los habitantes acuden al Canal 6.

In Springfield, as in our world, radio is a minor player in the media game. Sure, there’s news on the radio, in the local paper (...). But, when Springfieldianites really need to know what’s happening in their world, they turn to Channel 6 (...) (Turner, 2005, p.430).

La televisión en *Los Simpson* es omnipresente considerando que todos los capítulos abren con una carrera desenfadada de los protagonistas por alcanzar el codiciado sofá desde el que poder contemplar la “profunda y distorsionada versión de la realidad” (Turner, 2005, p.419).

Alcanza el rango de medio “todopoderoso” en el capítulo “Como fuera de casa en ningún sitio”. El argumento cuenta como la familia debe empeñar el televisor para costear un tratamiento médico y recobrar la armonía familiar. Tras infructuosos intentos por parte del Doctor Monroe que les prometió que les devolvería el doble del dinero pagado en caso de que no consiguiese su propósito, el facultativo tira la toalla, les devuelve el doble de lo cobrado y la familia Simpson alcanza la paz tras invertir ese dinero en la compra de un nuevo televisor (Brown y Logan, 2013).

Así, sobre la industria televisiva “simpsoniana” se señala que está “representada por unos personajes alejados de cualquier criterio de excelencia, pero que gozan de una amplísima aceptación entre la sociedad amarilla” (Lazo, 2011, p.149). En el mismo sentido, el trabajo de Lazo apunta hacia “una sociedad teledicta” que parece tener un protagonismo inmenso sobre el comportamiento de los personajes de la serie. Se dice “parece” porque sobre este punto, los estudios revisados pasan de puntillas para centrarse en las influencias que reciben los espectadores de carne y hueso. En base a esta apreciación y a los estudios anteriormente mencionados, la base de los estudios de recepción previos han tomado cuerpo en torno a la percepción que de la serie tienen los telespectadores olvidando, o en cierto modo, poniendo en un segundo lugar los resultados de dicha recepción por parte de los propios personajes de *Los Simpson*.

Otro aspecto novedoso y distinto es el que se aporta Gómez (2014). Aquí el centro de las miradas se sitúa en los profesionales de la información que habitan Springfield y que, por motivos “obvios” del género cómico empleado, “se ven obligados a caer en la exageración y el sobredimensionamiento”, (Gómez, 2014, p.725). Se completa este trabajo con un estudio pormenorizado de la figura del presentador del Canal 6 (Kent Brockman), la jerarquización de los acontecimientos, la forma en la que se expone la información y su escenificación y el contexto económico y político. Del visionado de todos los capítulos de *Los Simpson* y otras series animadas más, se destila un concienzudo trabajo recopilatorio de ejemplos que sustentan las ideas que Gómez mantiene sobre “los diferentes rasgos característicos del periodismo audiovisual que ha acabado de tomar forma en las dos últimas décadas”, (Gómez, 2014, p.731).

Hay que destacar positivamente que, además de esta novedad aportada sobre el estudio de los medios de comunicación dentro de la serie, aparezcan estudios como “Intertextualidad en The Simpsons: Transgresión y ruptura formal” (Enríquez, 2012). Según el autor, la intertextualidad se basa en la “ (...) inclusión de un texto, o parte de texto, en otro texto de manera consciente y con intención comunicativa”, donde los textos, sostiene Enríquez, están formados por un “(...) conjunto de signos con una intención comunicativa que tiene sentido para un receptor en un determinado contexto” (2012, p.1753). En esta contribución se pone de manifiesto un aspecto capital que ayuda a entender la potencia del fenómeno amarillo: la capacidad de promover entre todas las edades una serie de comparaciones o “[...]referencias, sobretodo las intertextuales: guiños a películas, adaptaciones de cuentos, apariciones de cuadros, canciones, etc., apariciones de famosos[...]” (Enríquez, 2012, p.1752) que, en mayor o menor medida multiplican el interés del espectador, en determinados casos, por la detección y comprensión de las mismas. En palabras del creador de la serie, “*Los Simpson* es un programa que te recompensa si pones suficiente atención” (Groening, 1997), es decir, se asumen las diferentes recepciones que el espectador puede percibir en función del nivel de atención y, como persigue este estudio, otros factores sociodemográficos como la edad o el nivel de estudios de los jóvenes.

Para ilustrar la afirmación de Groening basta recordar una entradilla de Brockman en el Canal 6 News sobre la llegada del David de Miguel Ángel a Springfield: “¿Es una obra maestra o solo un tipo con los pantalones bajados?” (Turner, 2005, p.433).

Un claro ejemplo de esta intertextualidad que podría ser aplicable al estudio de la serie desde un punto de vista filosófico se encuentra en *Los Simpson y la filosofía*³ (Irwin, Conard y Skoble, 2010).

³ *The Simpsons and philosophy: the D’oh in Homer* es un libro utilizado en la Universidad de Berkeley, en California (Enríquez, 2012, p.1752).

Para un público juvenil que haya estudiado las asignaturas de Ética o Filosofía en el instituto tendrá un significado distinto algunas de las acciones que se producen en la serie, mientras que los expertos, por ejemplo en marxismo, obtendrán una recompensa distinta en virtud de sus conocimientos. Según se trata en el capítulo “Un Marxista (Karl, no Groucho) en Springfield”, del libro citado anteriormente:

(...) podría argumentarse que la serie proporciona una representación más precisa de la ideología capitalista por cuanto, en ella, los seres humanos importan menos debido a sus cualidades individuales que por el uso que se pueda dárseles.

Así pues, un marxista que estuviera de buen humor podría (...) En su caso reírse con la serie (...) de las contradicciones del capitalismo. Naturalmente, no es de eso de lo que el público ríe. Tal interpretación supondría una audiencia en sintonía con la crítica marxista y predisposta a ver el capitalismo como un sistema fallido y alienante. (Irwin, 2010, p.337)

También en “*Hollywood intellect*” (Bloom, 2009) se explicita el enorme poder de los dibujos de *Los Simpsons* en tanto son capaces de realizar impactos certeros en las percepciones de la audiencia y, además, conseguir que el tiempo no las borre:

Cartoonist Matt Groening’s phenomenally durable and profitable prime-time cartoon series has done similar intellectual work (referencias a Silkwood 1983, Erin Brockovich, Civil Action, 1999), more diffusely and more durably, over the course of its nineteen-year run. The differences in impact between *The Simpsons* and other headline-ripping movies, though, are in part on the looser way in which Groening and his collaborators drew on “the news, “box office results, and the explicitness of *The Simpsons Movie*’s intellectual agenda” (Bloom, 2009, p.173).

Así es como Bloom pone de manifiesto la perdurabilidad de los mensajes difundidos en *Los Simpson* frente a conocidas películas que tratan temas sociales y, cuyo recorrido en la mente de la audiencia, no resulta tan duradera ni provechosa como en el fenómeno mediático promovido por Groening.

Otra referencia con consistencia se encuentra en el estudio de Grandío (2008) sobre la “banalización de la violencia” y las conclusiones a las que llega sobre la necesidad de promover un consumo reflexivo de la ficción televisiva. En estas reflexiones se anticipa al resto al proponer las teorías de la *Agenda Setting* y el *Framing* “para investigar la representación de los valores en las series de ficción” (Grandío, 2008, p.170).

Conviene recordar las aportaciones de Manchón (2011) sobre la estructura discursiva de los mensajes de masas y sus formas de manifestación respecto a la forma de tratar la realidad. Para el

mensaje televisivo, el autor propone diferentes ámbitos a estudiar como la intención comunicativa, la estructura comunicativa y la composición expresiva. Del análisis de estos tres elementos estructurales del mensaje de masas y su forma de tratar la realidad extrae que “la medida en que cada tipo discursivo se manifieste en cada subnivel determinará el tipo de programa (su formato o género)” (Manchón, 2011, p. 83).

2.2.3 *La sociedad como espejo de la televisión, o viceversa*

Si “el medio actúa como un espejo que refleja la realidad social y, al mismo tiempo, es el lugar en el que se crea esta” (Castillo, 2011) se deduce que Springfield y sus habitantes se comportan como sus medios lo reflejan a diario. Con este argumento se le otorga un poder similar a la sociedad y a los medios de comunicación que la reflejan y que, a la vista de diferentes ejemplos de la serie se podrá comprobar que, pocas veces, se corresponde con la realidad y que, como sostiene Lippman, “[la opinión pública] responde, no al entorno, sino a un pseudoentorno construido por los medios informativos” (Rubio, 2011).

Turner (2005, p.419) utiliza el término “media vortex” intentando explicar que ambos, sociedad y televisión, son dos espejos enfrentados que producen infinitas reflexiones de uno en otro, es decir, un torbellino de imágenes reflejadas bidireccionalmente, de la sociedad hacia el medio y del medio hacia la sociedad.

Ante esta encrucijada sobre si el medio refleja o construye la imagen de una sociedad, lo contrario, o la presencia del vórtice de Turner (2005), se deben añadir ciertas consideraciones clásicas que permitirán encuadrar el objeto de esta investigación. Entre ellas se debe poner el foco sobre la influencia de los medios en la opinión pública en términos temporales y efectivos. Los primeros por la inmediatez y simultaneidad o no de sus vínculos entre la opinión pública y la opinión que se publica y, por otra parte, los segundos como medida de la capacidad de influir mediante los medios en la sociedad.

Lippman en *Liberty and the News* recuerda que existe un pseudoentorno informativo, creado por la prensa y en el que se encuentran con los públicos, que carece de credibilidad (Rodríguez, 2012, p.157). Los espectadores “de carne y hueso” que consumen *Los Simpson* se suben a esta percepción de falta de rigor de los medios de comunicación que aparecen en la serie de la misma forma que es imposible bajar a la población de Springfield de su fe absoluta en sus medios, sus presentadores y su pseudoentorno. En palabras de Lazo (2011):

Kent Brockman, afamado y galardonado periodista springfieldiano [...] es un mal profesional. No obstante, la sociedad de Los Simpsons le otorga máxima credibilidad, siendo su informativo el más seguido de toda la televisión. Y lo que Brockman es para los adultos lo es Krusty, el Payaso, para los niños. (Lazo, 2011, p.149).

Las dudas que la literatura científica ofrece sobre el uso de las teorías de la *Agenda Setting*, la del *Framing* y la del *Priming* en el estudio de los efectos de los medios sobre la audiencia (García, 2011, p.169), suponen una nota discordante, pero renovadora en el ámbito de reformular las teorías frente a las referencias anteriores. Otros autores (Scheufele y Tewksbury, 2007; Weaver, 2007) sitúan estas teorías, con sus diferentes particularidades, en las tres fases del proceso comunicativo: concepto básico, procesado de la información y efectos (Oller, 2014, p. 53). Este mismo autor, profundizando en las relaciones que existen entre las teorías concluye que usando la teoría de la *Agenda Setting* la naturaleza del encuadre puede ser explicada.

En esta línea se mueven los recientes estudios de uno de los creadores de la teoría de la *Agenda Setting*, McCombs, que, otorgando la “auténtica” paternidad de su teoría a Walter Lippmann (Hong y McCombs, 2012, p.54) promueve una ampliación de dicha teoría a la que han bautizado como *Network Agenda Setting Model (NAS Model)*. En este modelo se propone que los medios “empaquetan” diferentes objetos y atributos para que, simultáneamente, se fijen en la mente del público y contribuyan a reforzar su *saliencia*. De esta forma, el “paquete” de mensajes es activado “in tandem”. Este nuevo paso en la teoría de la *Agenda Setting* viene a englobar lo que Vicente y López (2009) definieron como *Framing* y que aparece recogido en Oller (2010, p.53).

Blinky, ese pez naranja de tres ojos que es reconocible por la audiencia en general e inolvidable para quienes asimilaron ciertos conceptos de energía nuclear y mutaciones cromosómicas, encuentra su explicación formal y académica en el trabajo sobre la *NAS Model* de Hong y McCombs.

To sum up, the Network Agenda Setting model suggest that the news media (...) serve to connect new information to old information in the audience’s existing associative network memory and are able to strengthen the connection (...) by creating new nodes to the network (...) of the existing connections (...). (Hong, 2012, p.56).

Ambos autores sintetizan su investigación en el hecho de que resulta revelador la claridad con que se unen las diferentes etapas o niveles de la *Agenda Setting* al crear nuevos nodos neuronales que promuevan las relaciones entre la información nueva, (la aparición de un pez con tres ojos en el lago junto a la central nuclear), y la preexistente (las explicaciones sobre este tipo de energía y sus efectos). A estos argumentos se les une el hecho de que “la TV no hipnotiza, solo distrae, hace que la gente mire a otro lado” (López, 2012, p.293) dado que “la base de la opinión pública es más cognitiva que racional” (Rubio, 2009). En este componente cognoscitivo se encuentra la relación existente entre la *Agenda Setting* y la sociología del conocimiento (Rubio, 2009, p. 10).

Con esta relación directa es conveniente tener en cuenta ciertos aspectos que atañen de manera muy particular al componente cognoscitivo de la audiencia en tanto, para el caso que aquí se trata, se compone de público juvenil, que se encuentra frente a “una sátira social para adultos” (Lazo, 2011, p.146) y del público formado por los propios habitantes de Springfield.

2.2.4 Homer a hombros de Homer

Cronológicamente y según han ido apareciendo en los antecedentes académicos mencionados, se pueden enumerar los diferentes hombros de gigantes a los que agradecer su altura de miras para poder construir esta contribución.

- Para conocer el influjo que la televisión ejerce sobre el desarrollo de los capítulos y las vidas de los habitantes de Springfield, se tomará como referentes aquellos estudios que han abordado previamente aspectos relativos al poder de esos medios de comunicación (Lazo y Tomar, 2011) y la relevancia del medio televisivo en Springfield (Turner, 2004).
- Conocer los rasgos que identifiquen al medio escogido resultará fundamental para ubicar las teorías de la comunicación que sobrevuelan la propia acción comunicativa. De este modo, se hace necesario profundizar en el conocimiento del perfil del periodista, tratado por Gómez (2013), de las estructuras discursivas empleadas en los diferentes programas, teorizadas por Manchón (2011) y aplicadas en el caso de *Los Simpson* por Grandío (2008). También será relevante, desde un punto de vista más teórico, la selección de noticias de sus informativos, en tanto conforman la *Agenda Setting* que la propia televisión springfieldiana propone a sus telespectadores (Hong, 2012).

Tratar de investigar el mencionado influjo televisivo y los rasgos que lo caracterizan será una labor que recaerá sobre el análisis de contenido para, de forma objetiva y reproducible, arrojar luz sobre los objetivos que se propondrán.

- Para investigar sobre el tratamiento que los jóvenes perciben de los mensajes que se emiten, hay que considerar que dichos impactos, además de certeros a ojos de Bloom (2009), poseen numerosas perspectivas que van desde referencias culturales, abordadas por Morales, Chacón y Soro (2014), como intertextuales (Enríquez, 2012). Todo este bombardeo comunicativo habla de la capacidad que, según Santos (2012), tiene la serie para comunicar.

En base a toda la literatura científica que precede este trabajo, se ha observado que el estudio sobre la serie *Los Simpson* ha pivotado sobre realidades estancas que se circunscriben al estudio de la recepción por parte de un determinado público y, en otro ámbito, al análisis de contenido de la propia serie. Con esta aportación se pretende establecer vías de comunicación que conecten ambas realidades, de manera que puedan contribuir a abrir nuevos horizontes de investigación en la

búsqueda de relaciones entre lo percibido por la audiencia real (los jóvenes), la virtual (los habitantes de Springfield) y el análisis de contenido de los capítulos en los que se desarrollan los acontecimientos.

3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Escoger la televisión como medio de comunicación a estudiar en la serie *Los Simpson*, proviene, además de las conclusiones justificadas en el marco teórico, de las que se derivan del estudio de Aguaded (2014) sobre el nuevo modelo de enseñanza europeo donde coloca a la televisión como “el medio más importante y de más influencia” (Aguaded, 2014, p. 140).

Los demás medios de comunicación bien podrían ser objeto de otro estudio en el futuro pero, en el presente trabajo, se busca profundizar en la relación existente entre la televisión y los habitantes de Springfield y en la que se establece entre esa misma televisión y su de audiencia, en este caso jóvenes estudiantes de 14 a 18 años.

En esta dualidad receptiva que compone la audiencia real de los medios de comunicación de la comunidad amarilla y la audiencia “humana”, se encuentran los objetivos propuestos para investigar en este trabajo. Los efectos que se pueden observar sobre la opinión pública de ambos tipos de audiencia, la real y la virtual, se consideran idóneos para analizar desde la perspectiva de la *Agenda Setting*, como proponía Grandío (2008) o sostiene Bouza (2012) al abordar el estudio la influencia de la televisión.

Entre los efectos objeto de esta investigación se encuentra la capacidad de la serie para comunicar determinados mensajes. Existe un antecedente que promueve esta línea de indagar sobre la comunicación, por parte de estudiantes de Comunicación, en cuyos resultados se recogen que “La serie más vista correspondiente a unos dibujos animados, [es] *Los Simpson* (de Antena 3 TV) [...]” (Sierra y Sotelo, 2010, p. 9).

3.1 Objetivos

Así, los objetivos que se persiguen con este trabajo son tres:

- a) Analizar la influencia de la televisión de *Los Simpson* en los 30 capítulos más vistos, según diez rankings de revistas especializadas, medios de comunicación y preferencias incluso del propio creador, sobre las tramas y los personajes de la misma. Así, se pretende determinar en qué grado la televisión condiciona el desarrollo de las tramas, qué tipos de programas son los responsables de dichos cambios y su idoneidad para con la audiencia *springfieldiana*. También se persigue conocer sobre qué personajes se manifiesta de manera más determinante el papel de la televisión y la forma en que los personajes explicitan sus sentimientos sobre la pequeña pantalla.

- b) Establecer rasgos identificativos del comportamiento de la televisión y de la sociedad de Springfield que los sitúe en algunas de los grandes marcos teóricos sobre medios de comunicación (Aguja Hipodérmica, Espiral del Silencio, *Agenda Setting*).
- c) Conocer la percepción de su audiencia (jóvenes estudiantes de educación secundaria, con edades comprendidas entre los 14 y los 18 años).

En relación a los tres objetivos, desde un punto de vista metodológico, se agruparán en dos bloques según las técnicas que se utilizarán para su estudio.

Para los objetivos a) y b), es decir, para aquellos que atañen a los propios personajes de la serie, se hace necesario considerar el análisis de contenido como herramienta fundamental para escudriñar la esencia argumental del contenido de los capítulos a estudiar. Con esta técnica se podrá “describir de forma objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de la comunicación” (Berganza y Ruíz, 2005, p.212). Atendiendo a Barelson (1952), del uso del método de análisis de contenido se podrán obtener unos resultados que nos permitan describir de forma objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de texto objeto de estudio.

Para el objetivo c), esto es, analizar la recepción por parte del público juvenil, se utilizará un cuestionario que evalúe diferentes aspectos relacionados con el argumento de los capítulos seleccionados. De la capacidad de este público para, entre otras cosas, evaluar dicha información (Wilson, Carolyn, 2012, p.18) se podrán ir extrayendo conclusiones para acercarse a la percepción mediática que del texto se deriva. La base de esta técnica se encuentra en las recomendaciones que proponen Wilson et al. (2011), en las que se fomentan el interés por que los alumnos aprendan a analizar textos mediáticos mediante la identificación de determinados códigos (técnicos, simbólicos y narrativos).

Con el método del cuestionario se obtendrán respuestas que aporten información relevante sobre la recepción de los significados más explícitos de los capítulos y, por otra parte, de aquellas percepciones individuales que puedan transmitirse a través de las respuestas a las preguntas abiertas.

Con todo esto, la presencia de la intertextualidad en este trabajo irá ligada al mundo de las teorías de la comunicación como texto dentro del texto propio de diferentes capítulos. En otras palabras y recopilando argumentos anteriores, vendría a ser una suerte de la “compresión total” de Grandío (2008) trufado del componente individual de Enríquez (2012) que, en disposición de los conocimientos particulares del individuo nos permite una “recepción individualizadamente total”, esto es, un enriquecimiento personal del consumo del texto mediático cuyo aprovechamiento

dependerá en gran medida del bagaje cultural y/o profesional de quién visiona, por ejemplo, un capítulo⁴.

3.2 Muestreo

Para abordar este estudio se ha tratado de aunar dos componentes principales: el éxito de los capítulos para las audiencias y la relación de las tramas de los mismos con los objetivos propuestos.

Para encontrar listas o rankings que pudieran ordenar los más de 500 capítulos de *Los Simpson* ha sido necesario tomar como fuentes primarias algunas de las clasificaciones que circulan por Internet en base a la importancia de la fuente que las configura (*BBC*, *The Guardian*, *Cinemanía*), revistas digitales y webs especializadas en televisión (*Pastemagazine* y *Whatculture*, la web *TV.com*), la página web *simpsonsarchive.com* y, por su protagonismo incuestionable en la creación de la serie, la lista propuesta por Matt Groening.

De las diez listas consultadas se han seleccionado los cinco capítulos más vistos de cada una de ellas (Véase *Anexo I*). El total de la muestra lo conforman 30 capítulos (*Anexo II*) ya que, de los 50 capítulos que conformarían la muestra, algunos se repiten en más de una de estas clasificaciones.

El hecho de que los capítulos de este trabajo se encuentren entre la primera y octava temporada, esto es, desde 1989 hasta 1997, conlleva la necesidad de publicar las fechas de realización de dichos rankings (*Anexo III*) para reiterar la importancia de los capítulos seleccionados ya que, la mayoría de las fuentes, realizaron dichos rankings cuando ya había sido emitida la vigésima temporada y, sin embargo, los capítulos “favoritos”, se siguen enmarcando en el espacio temporal señalado.

Las sinopsis de dichos capítulos se pueden consultar en el *Anexo IV*.

3.3 Metodología

Con la elección de diferentes tipos de métodos, aludidos anteriormente en los objetivos de esta investigación, se pretende obtener diferentes perspectivas o datos sobre una misma investigación en lo que se denomina triangulación metodológica (Berganza, 2005).

⁴ En este sentido es de reconocer que a medida que un individuo es portador de nuevos conocimientos, su capacidad para asimilar y detectar intertextualidades aumenta. Basta poner un ejemplo de esto, vivido en primera persona y que hace referencia a la impartición de clases en secundaria sobre los tipos de energías, sus ventajas y sus inconvenientes. Al llegar al apartado de la energía nuclear y alcanzar la posibilidad más que manifiesta de que se produzcan mutaciones, es generalizado el conocimiento, por parte de los alumnos de Blinky, el anaranjado pez de tres ojos que habita en el lago cercano a la Central Nuclear del señor Burns.

3.3.1 Análisis de contenido

Para tratar de conseguir lo que se propone en los objetivos a) y b), se ha llevado a cabo un análisis de contenido de los 30 capítulos seleccionados a través de una ficha de análisis (Tabla 4) creada en Excel y cuyos datos se han extraído de manera cuantitativa y cualitativa.

Tabla 4. Código de análisis de capítulos de *Los Simpson*

	Variable	Categorías o valores		
TV	Capítulo			
	Tipo de programa que aparece en la TV	Informativo	Condiciona la trama principal	Sí No
		Publicitario Entretenimiento	Condiciona trama secundaria	Sí No
	Estructura en el mensaje de masas	Intención Comunicativa (objetivos)	Informativo (referencia la realidad)	Sí No
			Persuasión (selecciona la realidad)	Sí No
		Estructura Temática (contenido)	Informativo (ordena la realidad)	Sí No
			Persuasión (deforma la realidad)	Sí No
		Composición Expresiva (forma)	Informativo (referencia la realidad)	Sí No
			Persuasión (exagera la realidad)	Sí No
		Adecuación de programas de entretenimiento a la audiencia real y de Springfield		Sí No
		Personaje	Afectado por la TV en trama	Principal
	Secundaria			
	Menciona, actúa o hace referencia a la TV		Positiva	Importancia del personaje
Importancia de la TV				
Argumento				
Negativa	Influencia patente de la TV			
	Desprestigio de la TV			
	Argumento			

	Modifica comportamiento	Sí No
--	----------------------------	----------

Fuente: Elaboración propia

El código recoge dos campos de análisis:

1. TV. Se hace referencia a la tipología de programas y su relación con las tramas principal y secundarias, con la relación de estos programas con la realidad sobre la que comunican y con la adecuación o no para con el público joven. Debido a la edad de los componentes que integran la muestra a la que se les pasará el cuestionario, se cree conveniente crear un apartado independiente que profundizará en los programas de entretenimiento y la adecuación de sus contenidos para los menores según las normas vigentes.
2. Personaje. Se hace referencia a los personajes afectados por el medio en las diferentes tramas, a las menciones u actos que se realicen sobre la televisión y al cambio de comportamiento en el momento en el que se percibe el mensaje.

3.3.2 Cuestionario

Para su elaboración se ha tenido en consideración las recomendaciones que se proponen en Berganza (2005). A saber, las preguntas cerradas, además de situar al individuo en el contexto sociodemográfico, permiten ser codificadas de forma sencilla dado que aluden a aspectos muy destacables del capítulo escogido y que son objeto de este estudio. Las preguntas abiertas están orientadas hacia la percepción individual y personal que el individuo puede haber captado de los numerosos detalles a los que se hicieron referencia en apartados anteriores y que, a diferencia de las cerradas, posibilitan evaluar cierto grado de competencia mediática.

El estudio se realiza con un total de 30 alumnos, 20 chicas y 10 chicos⁵, pertenecientes a los cursos de 3º y 4º de la ESO del programa de Diversificación Curricular del IES “Gonzalo de Berceo” de Alfaro (La Rioja). Las edades están comprendidas entre 14 y 18 años.

Los visionados, uno para cada curso, se realizaron en una de las salas de audiovisuales del centro al que pertenecen los alumnos. Inmediatamente después se pasó el cuestionario (véase en el *Anexo*

⁵ Según estudios precedentes, no hay diferencias por sexos. La distribución de chicas y chicos se debe a la facilidad de acceder a ellos por cuestiones laborales.

IV). Dado que el capítulo utilizado dura 21 minutos y 41 segundos, se ha creído conveniente que el tiempo para responder el cuestionario sea de 12 minutos⁶.

Para evaluar la percepción de los diferentes mensajes que se emiten, se ha seleccionado el capítulo “Homer, hombre malo”: Homer se ve envuelto en un linchamiento mediático y público por un malentendido.

Los motivos de esta elección son tres:

- El primero de ellos es la claridad manifiesta con la que los informativos tratan de manipular la realidad desde diferentes estrategias: manipulación de declaraciones, no contrastar fuentes, rectificaciones inadecuadas y anteponer el espectáculo a la realidad. Con todo esto se tratará de detectar cuántas irregularidades pueden ser comprendidas y recordadas por los alumnos mediante el cuestionario.
- En este capítulo se producen el mismo número de menciones o acciones positivas y negativas sobre la televisión por parte de personajes relevantes. Algunas de ellas tan explícitas como la que expone Bart a Homer: “Es difícil no hacer caso a la tele, ella ha invertido más tiempo que tú en nuestra educación”. Otras, menos evidentes como la que se produce en la conversación entre Homer y Marge:

“Ese hombre es un maníaco”.

“Rowdy te salvó de la deshonra, Homer.

“Sí, pero escucha la música, es un canalla”.

- Existen menciones o acciones, positivas y negativas, que se manifiestan a través del diálogo (vistas anteriormente) y por el comportamiento del personaje o de la acción que se desarrolla en la pantalla. Un ejemplo de esto último, desde un punto de vista positivo para con el medio, es el abrazo de Bart al televisor. Un ejemplo negativo sería la velocidad elevada con la que pasa el texto de rectificación de la cadena televisiva.

4. RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos con cada uno de los métodos empleados y se exponen atendiendo al orden formulado en los objetivos.

⁶ En este aspecto se debe mencionar la experiencia del investigador en la docencia con este tipo de alumnado y el conocimiento del tiempo en el que el alumno es capaz de mantener el máximo nivel de atención.

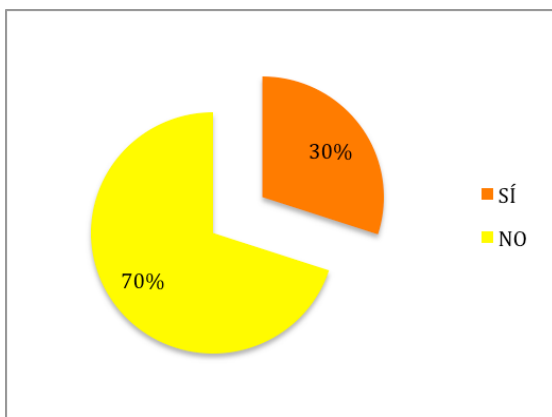
4.1 Análisis de contenido

Se tienen en cuenta los campos de análisis y las diferentes variables y categorías explicitadas en la Tabla 4.

4.1.1 Tipo de programas que aparecen en la televisión

Tras el visionado de estos 30 capítulos se ha procedido a clasificar, en primer lugar, a aquellos en los que la televisión tiene un papel determinante en la trama principal de cada capítulo (Gráfico 1). En el 30% de los capítulos, la participación de la televisión es determinante y condiciona el desarrollo de los mismos.

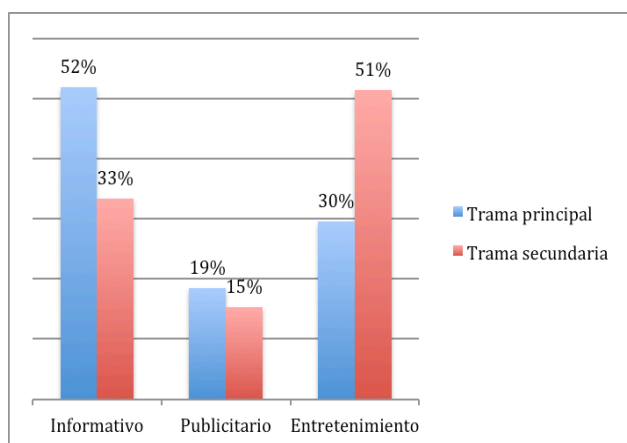
Gráfico 1. Capítulos cuya trama principal condiciona o modifica la televisión



Fuente: Elaboración propia

El tipo de programa que promueve el giro en la trama principal se corresponde con informativo (52%), publicitario (18%) y entretenimiento (30%). Con estos resultados (Gráfico 2), se desprende la importancia nuclear de la información televisiva en el devenir de la realidad *simpsoniana*, de manera global puesto que abarca el desarrollo de todo el capítulo, frente al tipo de programa que afecta a las tramas secundarias de los capítulos y que encuentra su máxima influencia en los espacios de entretenimiento con un 52% de impactos sobre el total de los programas emitidos en las televisiones de Springfield.

Gráfico 2. Influencia en las tramas según tipo de programa.



Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Estructura en el mensaje de masas

El programa informativo en *Los Simpson* (Gráfico 3) se orienta en un 76% de las ocasiones hacia la persuasión de su audiencia *springfieldiana* por encima de la pura intención informativa (20%). En “A Bart le regalan un elefante”, Kent Brockman desde sus informativos presiona para que la cadena de radio que ofertaba 10,000 dólares o un elefante como premio, no se eche atrás y cumpla con los deseos de Bart de hacerse con el paquidermo: “¿No es esa la pregunta que todos nos hacemos en la vida?: ¿Dónde está nuestro elefante? Yo, desde luego, me la hago”.

El programa tipo publicitario desordena la realidad en el 80% de las ocasiones como sucede en “Marge contra el monorraíl”. En una pieza publicitaria se presenta una imagen de un instituto mientras un comercial esgrime que este centro está especializado en estudios para ser conductor de monorraíles. Tras su exposición, sale la imponente imagen del instituto mientras una voz en *off* dice: “El auténtico instituto no se corresponde con la fotografía”. A pesar del mensaje que cierra la pieza, Homer ya lo ha decidido. Quiere ser conductor de monorraíles.

El programa de entretenimiento selecciona una realidad que deforma continuamente y que constituye el 30% del total de las situaciones que hacen cambiar el rumbo de la trama principal. En “Bart, el temerario”, un programa televisivo de peligrosas acrobacias de motos provoca que Bart oriente todos sus esfuerzos en tratar de saltar el desfiladero de *Springfield* con su monopatín. La influencia de los programas de entretenimiento llega al 51% de las ocasiones en el caso de las tramas secundarias. En “Sin Blanca Navidad”, la familia ríe y llora, automáticamente y al unísono, frente al televisor que, como queda patente, parece manejar los tiempos y sus estados de ánimo.

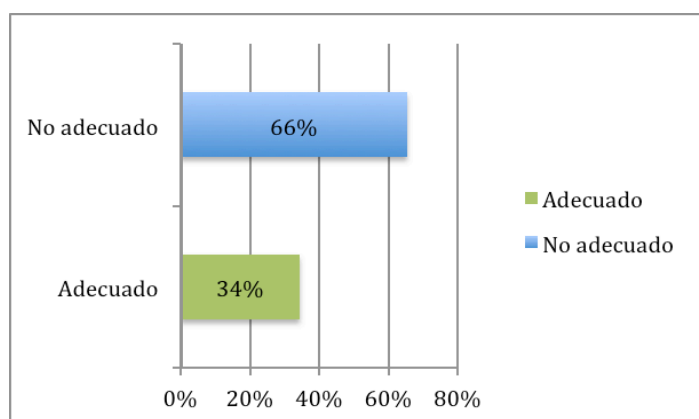
En la composición expresiva destaca que, para cualquier tipo de programa, prevalece la exageración de la realidad (75%) frente a la mera referencia de la misma. Destaca que sean los

informativos, con un 80%, los que más apelan a esta forma de comunicar anteponiendo la persuasión frente a la información.

4.1.3 Entretenimiento adecuado o no

Según el artículo 27.1 de la Directiva 2010/13/UE (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), se debe garantizar, por parte de los Estados, las medidas oportunas para que no se incluyan escenas de violencia gratuita, entre otras. *Los Simpson*, como texto mediático compuesto por múltiples “subtextos”, poseen una programación propia de televisión e interna al universo de Springfield que, aparte de cumplir las normas propias de esa ciudad, relativas a menores, publicidad o “televenta”, deben ceñirse a lo regulado en el mundo de la audiencia de “carne y hueso”, esto es, nosotros. Es en esta segunda observación donde se puede destacar que en la serie que se investiga existe un componente importante sobre la idoneidad o no (Gráfico 3) de los programas que se emiten en la televisión de *Los Simpson*.

Gráfico 3. Adecuación de programas de tipo entretenimiento dentro de *Los Simpson*



Fuente: Elaboración propia

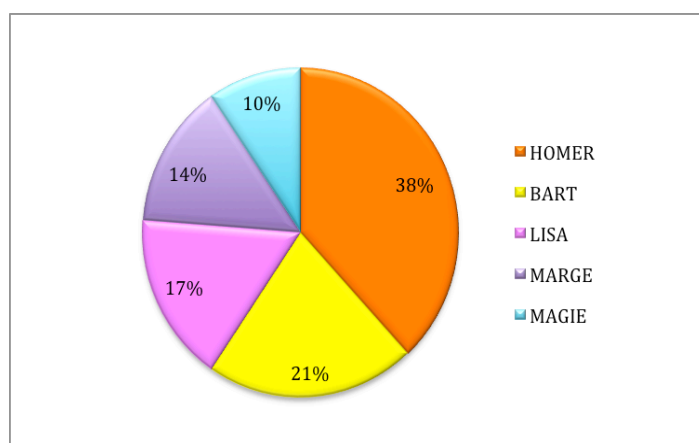
Existe una notable mayoría de programas que, desde la citada directiva, caso de que fuera aplicable al universo *simpsoniano*, estarían incumpliendo lo mencionado anteriormente. La violencia gratuita no se limita a la conocida serie de animación “El Show de Rasca y Pica”, que tanto gusta a los menores de Springfield y cuya trama continua se basa en presenciar qué nuevas ideas tiene el ratón, Pica, para asesinar, descuartizar o masacrar al gato, Rasca. Además de representar este *show* el 58% de las referencias no adecuadas en programas de entretenimiento, la violencia gratuita se adentra en los programas de tipo informativo para, en su vertiente física o verbal, contribuir al carácter inadecuado de su difusión. Un claro ejemplo de lo argumentado lo

protagoniza Kent Brockman, presentador omnipresente⁷ del Canal 6 de Springfield, que llega a emitir en su informativo las imágenes de cómo Homer muere acribillado por el asalto de las fuerzas policiales a un local. Se trata de una simulación de lo que podría suceder pero Brockman, “la figura más longeva y reconocida del periodismo animado” (Gómez, 2013, p.727), lo advierte tras la emisión de las imágenes, cuando el pánico ya se ha desatado en la familia *Simpson* que seguía con interés el informativo.

4.1.4 Personajes

Como ya se ha puesto de manifiesto anteriormente, la influencia de la televisión sobre la trama principal de los capítulos, según la muestra analizada, alcanza el 30%. Los personajes sobre los que se desarrollan estos efectos (Gráfico 4) suelen concentrarse en un 59% de las ocasiones en dos nombres: Homer y Bart.

Gráfico 4. Influencia de la televisión en la trama principal para con los personajes de la familia *Simpson*

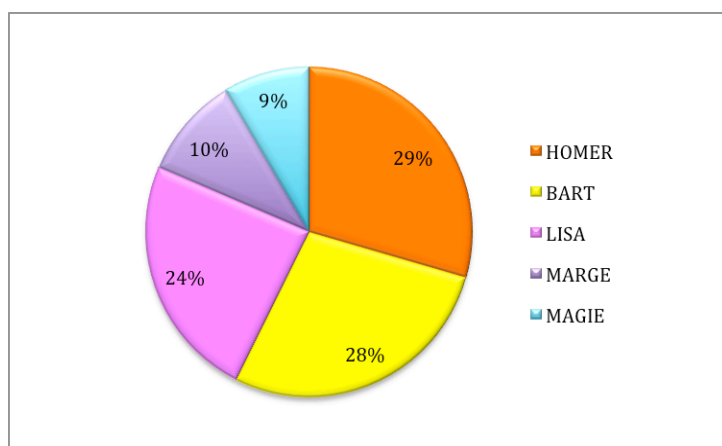


Fuente: Elaboración propia

Los personajes afectados por influencias televisivas en las tramas secundarias de los capítulos seleccionados (Gráfico 5) sufren ligeras variaciones, si bien, el 57% de las ocasiones recae de nuevo sobre padre e hijo.

Gráfico 5. Influencia de la televisión en las tramas secundarias para con los personajes de la familia *Simpson*

⁷ En algunos capítulos, además de aparecer en el plató de los informativos, tiene intervenciones de escasos *frames* donde tan solo se le ve sentado en un banco de la Iglesia (“*Bart vende su alma*”), brindando en una celebración (“*Marge contra el monorraíl*”) o asestando un golpe con una bola de golf a Homer en “El misterioso viaje de Homer”.



Fuente: Elaboración propia

4.1.5 Los personajes y sus referencias a la televisión

Resulta curioso contrastar los datos anteriores relativos a la adecuación de los contenidos para la audiencia *simpsoniana* con la opinión que los propios habitantes de Springfield manifiestan. Del mismo modo, puede chocar que el 58% de las menciones, hechos o apariciones que otorguen cierto atributo a la televisión, sean positivos (Tabla 5). Entre estos se pueden destacar intervenciones memorables como la de Dios defendiendo el papel de la televisión frente al acto de ir a misa, la afirmación de Bart sobre que la televisión ha invertido más tiempo en su educación que su padre o los innumerables abrazos que algunos de los familiares profesan al amado aparato.

Tabla 5. Naturaleza de las menciones, hechos o apariciones respecto a la Televisión.

		Porcentaje sobre el total
POSITIVO		
Importancia del personaje	19%	58
Argumento aportado	32%	
Prestigio de la TV	36%	
Influencia sobre personas	14%	
NEGATIVO		
Engaño	3%	42
Argumento aportado	19%	
Desprestigio de la TV	47%	
Influencia sobre personas	31%	

Fuente: Elaboración propia

De las referencias negativas destacan con un 47% aquellas en la que se desprestigia al medio por diferentes razones como la encuesta sin valor legal que presenta Brockman, el presentador, para apoyar un argumento completamente sesgado y manipulado en “Homer, hombre malo”.

4.1.6 *Los personajes y su comportamiento*

En el 76% de las ocasiones analizadas, los personajes modifican su comportamiento notablemente debido a la televisión; desde aislar al personaje de la realidad que le rodea hasta promover que cambie la agenda de la familia Simpson para el próximo fin de semana o para las vacaciones.

4.2 Cuestionario

Los resultados más significativos que se derivan del tratamiento de los datos obtenidos mediante el programa Excel arrojan unos resultados que, a modo de titulares, podrían enumerarse como sigue:

1. El 19% de los alumnos ve menos de una hora al día de televisión y el 31% más de tres horas diarias. El 93% conoce la serie y el 41% había visto ya el capítulo.
2. Respecto a la atribución de la culpabilidad de lo acontecido y la búsqueda de los personajes que pudieran haber solucionado el problema, el 33% considera culpables a los periodistas de la situación de Homer mientras que el 17% cree que los periodistas podrían haber subsanado o prevenido este daño. Un 21% considera que los habitantes son los culpables pero ningún alumno cree que la solución esté en manos de los *springfieldianos*. El 24% piensa que los amigos podrían haber evitado el daño y un 20% opina que Marge.
3. El 97% de la muestra considera que la televisión influye en lo que piensan los habitantes sobre Homer y un 96% califica de negativa esa influencia.
4. El respeto a la verdad, con el 38%, es el aspecto más importante que deben mejorar los medios. Conocer la opinión del afectado y respetarla alcanzan el 23% de las opiniones de la muestra.
5. La muestra considera que los personajes que más referencias positivas hacen respecto a la televisión son Lisa (33%), Bart (31%) y Homer (22%).
6. El 62% de la muestra reconoce que los medios rectifican ante su audiencia por la información ofrecida si bien el 58% considera que dicha rectificación no es adecuada.
7. El 44% de los alumnos encuestados consideran que la televisión que ven tiene como prioridad informar al público y, un 30%, consideran como prioritario para el medio el influir sobre el público.

8. Sobre los aspectos que más llaman la atención en la escena en la que se trata injustamente a Rowdy, el cuidador del colegio, como antes se hizo con Homer, solo el 10 % de los alumnos entienden el mensaje y la correlación de acontecimientos.
9. Ante la pregunta C14, el 48% termina la frase inculcando a la televisión de los acontecimientos y el 21% halagando el papel del medio en la resolución del conflicto.
10. A la pregunta C15, el 17% concluye la frase “Todo lo que sale en la TV” con la afirmación de que “no es verdad”; el 31% con “no siempre es verdad” y el 34% con la afirmación de que “puede ser verdad o mentira”.

5. CONCLUSIONES

En relación al objetivo a), cabe destacar que en todos los capítulos de *Los Simpson* existen referencias a la Televisión. Desde la presencia más insignificante, en términos temporales, hasta el papel más determinante en términos de condicionamiento del desarrollo de los capítulos. Para el primer caso sirve como ejemplo "El viaje misterioso de Homer". Al final de este capítulo, el presentador Kent Brockman aparece jugando al golf y propina un pelotazo a Homer que lo devuelve a la vida normal tras el viaje alucinatorio sufrido. Apenas dura unos segundos la escena pero queda clara la paradoja de que la televisión devuelve a Homer a la realidad. Para los casos donde la televisión tiene protagonismo indiscutible se encuentran el 30% de los capítulos analizados.

Los tipos de programas más influyentes en el devenir de los capítulos son los informativos y, en tramas secundarias, los programas de entretenimiento. Aplicando las reflexiones de Manchón (2011) a este trabajo, es inevitable coincidir en que el denominador común de los géneros televisivos es la persuasión, sobre todo en programas informativos que recurren al maquillaje de entretenimiento para alcanzar con más eficacia sus objetivos.

En cuanto a la credibilidad que se le otorga a la televisión, es total. Ninguno de los personajes más afectados por el medio, Homer, Bart y Lisa, ponen barreras personales a los mensajes que la pequeña pantalla les lanza. Incluso cuando la televisión ha puesto en juego la vida del patriarca de *Los Simpson*, ninguno de los tres personajes, ni si quiera el afectado, es reacio a abrazar el televisor y proferirle parabienes y cumplidos. Los seres amarillos aman la televisión sin paliativos.

En relación al objetivo b), para los capítulos donde la historia esta condicionada por la televisión, el mecanismo que imbrica la televisión y la audiencia de Springfield es sencillo aunque variado. Un mensaje llega a la familia *Simpson* o a la sociedad y, desde ese momento, todos viran hacia la opinión del medio (Aguja Hipodérmica) estableciéndose una opinión generalizada que impide el afloramiento de opiniones contrarias (Espiral del Silencio). El efecto es tan inmediato que no

permite dejar lugar a la duda de que se trata un medio cuyos receptores son el propio canal, por la inmediatez de sus reacciones y por la continuidad, sin descodificación de ningún tipo, del mensaje emitido. Simplificando irónicamente se podría concluir con que *Los Simpson*, en la mayoría de las ocasiones, no son receptores sino meros transmisores de lo que perciben por la televisión.

En relación al objetivo c), se observa que los efectos, explicados anteriormente, de la televisión en los *springfieldianos*, a la vista de los resultados del cuestionario, parecen tomar cuerpo en los alumnos de la muestra. Ni la mitad reconoce el papel negativo de la televisión en el capítulo visionado y, por el contrario, una quinta parte se queda con el rol positivo del medio, en tanto y según los alumnos, “soluciona el problema”.

También existe una opinión bastante generalizada sobre la culpabilidad de los periodistas en los sucesos que se desarrollan en el capítulo pero, de nuevo y en contra de lo que pudiera pensarse a priori, no atribuyen a estos profesionales la capacidad para solucionar los problemas desde el origen sino al colectivo de amigos y a su mujer, Marge.

La televisión de *Los Simpson* roza la divinidad en Springfield y camina hacia ella entre “mis” alumnos.

Dado que los capítulos analizados se enmarcan en el periodo que va desde 1989 hasta 1997, parece interesante sugerir que futuras investigaciones se centren en conocer cómo evoluciona la televisión en *Los Simpson* hasta su vigesimosexta temporada, la irrupción de internet en la serie y su relación con la televisión de Springfield. También resultará revelador ampliar la muestra en número y para otros niveles educativos como, por ejemplo, alumnos de bachillerato.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Apuntes o material no publicado

González, Pedro A. (2014). *Adult animation and gender representation – A case study on The Simpsons*. Material no publicado. Recuperado el 15 de Marzo de 2015 de http://www.researchgate.net/publication/265613017_Adult_animation_and_gender_representation_A_case_study_on_The_Simpsons

Artículos

Aguaded Gómez, J. I. y Urbano Cayuela, R. (2014). “Nuevo modelo de enseñanza europeo a través del prosumidor infantil televisivo”. *Comunicación y Hombre*, (10).

- Bermejo, J. (2011). Viejos esquemas, nuevas oportunidades. Consumo de los contenidos para la infancia en el nuevo escenario de la TDT. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (87), 131-142. Recuperado de <http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011051209340001&idioma=es>
- Bouza Álvarez, F. (2012). Las metodologías de agenda en el estudio de la opinión pública como base de la comunicación política. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*, (8), 41-54. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4125380>
- Castillo Esparcia, A. (2011). Los medios de comunicación como actores sociales y políticos. Poder, medios de comunicación y sociedad. *Razón y palabra*, (75), 10. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/12_Castillo_M75.pdf
- Doncel de la Colina, J. A., Segoviano García, J. (2014). Percepción de la Diversidad Cultural y Construcción de Estereotipos a partir del Impacto Mediático de Los Simpsons. *Global Media Journal*, 11 (21), 25-49. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68731036002>
- García Marín, J. (2012). Encuadres, conflictos y efectos de agenda. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 16(31), 167-181. Recuperado de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/4835/4705>
- Gómez Morales, B. M. (2014). La imagen del periodista y el sensacionalismo en la ficción televisiva. El caso de las comedias animadas de "prime time". *Revistas Científicas Complutenses. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 719-734. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/47030>
- Grandío Pérez, Mar (2008). Series para ¿menores? La realidad que transmite la ficción. Análisis de "Los Simpsons". *Sphera Pública*, (8), 157-172. Recuperado de : <http://www.redalyc.org/pdf/297/29713032011.pdf>
- Hong Tien Vu, L.G., & McCombs, M. (2012). An Expanded Perspective on Agenda-Setting Effects. Exploring the third level of agenda setting Una extensión de la perspectiva de los efectos de la Agenda Setting. Explorando. *Revista de Comunicación*, 11, 51. Recuperado de <http://beta.udel.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2012/Arto51-068.pdf>
- Lazo, C. M., & Lasheras, A. T. (2011). Los Simpson, un fenómeno social con 20 años de permanencia en la programación televisiva. *Revista Mediterránea de*

Comunicación/Mediterranean Journal of Communication, 2(1). Recuperado de <http://www.mediterranea-comunicacion.org/Mediterranea/article/view/8/52>

López, J. (2012). TV política y reconfiguraciones de la sociedad de control. “Es verdad porque lo vi en la tele”. *Quórum Académico*, 9(2), 281-295. Recuperado de <http://200.74.222.178/index.php/quorum/article/view/17600/17582>

Manchón, L. M. (2011). Estructura del discurso televisivo: hacia una teoría de los géneros. *Cuadernos de información*, (29), 77-90. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3795195>

Morales Caruncho, X., Chacón Gordillo P. D. y Soto Solier, P. M. (2014). La presencia de la violencia en las series dirigidas a los niños-as de 5 y 6 años : una perspectiva semiótico-cultural. *Escuela Abierta: revista de Investigación Educativa*, (17), 65-84. Recuperado de http://www.ceuandalucia.es/escuelaabierta/pdf/articulos_ea17/6-morales%2017%20.pdf

Oller Alonso, M. (2014). The triangle formed by framing, agenda-setting and metacoverage. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social*, 7(1), 2. Recuperado de <http://150.185.138.105/ojs/index.php/anuarioprueba/article/view/5577/5449>

Rodríguez Borges, R. F. (2012). Periodismo ético, poder y ciudadanía: las tesis de Walter Lippmann en Liberty and the News. *Dilemata*, 4 (8), 153-167. Recuperado de <http://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/122/124>

Rubio Ferreres, J. M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la 'agenda setting'. *Gazeta de Antropología*, 25 (1). Recuperado de http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.pdf.

Sánchez, Claudio Horacio (2010). Los diez mejores momentos matemáticos de Los Simpsons. *Revista de Didáctica de las Matemáticas*, 73, 35-40. Recuperado de <http://funes.uniandes.edu.co/3533/1/Horacio2010LosNumeros73.pdf>

Scheufele, D. y Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda-setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57, pp. 9-20. DOI: 10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x

Vicente, M. y López, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer: Revista de estudios en comunicación*, 14(26), pp. 13-34. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/24502/44483.pdf?sequence=1>

Wilson, C. (2012). Alfabetización mediática e informacional: proyecciones didácticas. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (39),15-24. Recuperado de http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/6119/Alfabetizacion_mediatica.pdf?sequence=2 DOI: 10.3916/C39-2012-02-01.

Capítulos de Libros

Sierra, J.S. y Sotelo, J.S.(2010). El consumo televisivo de los futuros profesionales de la Comunicación: usos y preferencias . En José Manuel Pérez Tornero (1ª Edición), *Alfabetización mediática y culturas digitales*. Estados Unidos: Universidad de Sevilla.

Comunicación en congreso

Enríquez Veloso, G. (2012). Intertextualidad en The Simpsons. Transgresión y ruptura formal. Ponencia presentada en *10th World Congress of the International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS)*, Coruña, España.

Legislación

Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo, *sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual)*. Diario Oficial de la Unión Europea, 95/1, de 15 de abril de 2010.

Libros

Barelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.

Berganza Conde, M. R. y Ruiz San Román, J. A. (2005). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.

- Bloom, J. D. (2009). *Hollywood intellect*. Lanham: Lexington Books.
- Brown, A. S., & Logan, C. (2013). *The Psychology of the Simpsons: D'oh!*. Dallas: BenBella Books, Inc..
- Groening, M. (1997). *The Simpsons: A complete guide to our favorite family*. R. Richmond and A. Coffman (Eds.), New York: Harper Perennial.
- Irwin, W., Conard, M. T., Skoble, A.J. (2009). *Los Simpson y la filosofía*. Barcelona: Blackie Books.
- Pinsky, M. (2010). *El evangelio según los Simpson*. México: Selector.
- Turner, C. (2004). *Planet Simpson. How a cartoon masterpiece documented an era and defined a generation*. Londres: Ebury Press.
- Weaver, D. et al. (2007). *The american journalist in the 21st century. U.S. News people at the dawn of a new millennium*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. (2011). *Alfabetización mediática e informacional curriculum para profesores*. Paris: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Referencias web

- Barlovento Comunicación (2015). *El comportamiento de la audiencia televisiva: Marzo 2015* [en línea]. Recuperado el 29 de abril de 2015 de <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-marzo-2015.pdf>
- Barlovento Comunicación (2015). *El comportamiento de la audiencia televisiva: Abril 2015* [en línea]. Recuperado el 4 de mayo de 2015 de <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-abril-2015.pdf>
- BBC NEWS (2010). *The Simpsons: 10 classic episodes*, Recuperado el 16 de junio de 2015 de <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/8449416.stm>
- Cinemanía (2011). ¿Los 25 mejores episodios de “Los Simpson”? Recuperado el 16 de junio de 2015 de <http://cinemania.es/serie/los-25-mejores-episodios-de-los-simpson/>

Dee, Jhonny (2012). *The Guardian*. *The Simpsons at 500: your top 10 episodes*. Recuperado el 16 de junio de 2015 de <http://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2012/feb/16/the-simpsons-top-10-episodes>

ESPAÑA. Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos [en línea] <<http://tvinfancia.es/tvinfancia/sites/default/files/codigo.pdf>> [Consulta: 6 de junio de 2015]

ESPAÑA. Criterios orientadores para la clasificación de programas televisivos [en línea] <<http://tvinfancia.es/tvinfancia/sites/default/files/criterios.pdf>> [Consulta: 6 de junio de 2015]

IMDb (2014). *The Simpsons (1989–) Awards*. *Internet Movie Data base*. Recuperado el 26 de abril de 2015 de <http://www.imdb.com/title/tt0096697/awards>

Lynch, J. (2014). *Adweek*. Recuperado el 4 de mayo de 2015 de <http://www.adweek.com/news/television/how-simpsons-saved-fxx-161394>

Morgan, Chris (2014). *Pastemagazine.com* The Top Simpsons Episodes Of All Time. Recuperado el 16 de junio de 2015 de <http://www.pastemagazine.com/articles/2014/05/the-top-25-simpsons-episodes-of-all-time.html>

No Homers Club (2012). *The NHC Top 100 Episodes*. Recuperado el 16 de junio de 2015 de <http://www.nohomers.net/showthread.php?97269-The-NHC-Top-100-Episodes>

Pickett, Kenny (2012). *Tv.com* The Best Simpsons Episodes of All Time...So Far. Recuperado el 16 de junio de 2015 de <http://www.tv.com/news/the-10-best-simpsons-episodes-of-all-time-so-far-27855/>

Snierson, Dan (2000). *The Simpson Archive*. Recuperado el 16 de junio de 2015 de <http://www.simpsonsarchive.com/guides/faveepisodes.html#mg>

The Simpson Archive (2003). *Simpson Archive Top 10*. Recuperado el 16 de junio de 2015 de <http://www.simpsonsarchive.com/guides/faveepisodes.html#snpp2003>

The Simpson Archive (2004). *Simpson Archive Top 100*. Recuperado el 16 de junio de 2015 de <http://www.simpsonsarchive.com/guides/faveepisodes.html#nhc2004>

What Culture (2013). The Simpsons: 100 Best Ever Episodes. Recuperado el 16 de junio de 2015 de <http://whatculture.com/tv/the-simpsons-100-best-ever-episodes.php/19>

Prensa

Time (1998, 8 de junio). Milestones Of The Century. *Time*. Número 22-151.

Tesis

Martínez, J. (2004). Estudio descriptivo y discursivo de la traducción del humor en textos audiovisuales. El caso de los Simpson. (Tesis Doctoral). Universidad Jaume I de Castellón, Castellón. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/29705/martinez.pdf?sequence=1>

Santos Torres, D. A. (2012). *La serie animada "Los Simpson" como una crítica a la sociedad. Un análisis estético comunicativo*. (Tesis Pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito. Recuperada de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2668/1/Tesis%20Alberto%20Santos.pdf>

ANEXOS

Anexo I

Listado de los cinco capítulos más vistos según las fuentes consultadas.

Matt Groening	Simpsonsarchive.com (2003)
"Bart el temerario"	"Última salida a Springfield"
"Jacques, el rompecorazones"	"El cabo del miedo"
"¿Y dónde está el inmigrante?"	"22 cortometrajes sobre Springfield"
"Un tranvía llamado Marge"	"Homer, bateador"
"Pregúntale a Marge"	"Bart vende su alma"

Simpsonsarchive.com (2004)	BBC
"Última salida a Springfield"	"Marge contra el monorraíl"
"Homer el hereje"	"El cabo del miedo"
"El cabo del miedo"	"El Show de Rasca, Pica y Poochie"
"El sustituto de Lisa"	"Sin blanca Navidad"
"Bart vende su alma"	"Bart en suspenso"

Cinemanía	The Guardian
"Homer, hombre malo"	"Solo se muda dos veces"
"Rascapiquilandia"	"El cabo del miedo"
"Solo se muda dos veces"	"Última salida a Springfield"
"Homie, el payaso"	"Marge contra el monorraíl"
"El enemigo de Homer"	"El viaje misterioso de Homer"

Simpsonsarchive.com (2012)	TV.com
"Última salida a Springfield"	"El Show de Rasca, Pica y Poochie"
"El cabo del miedo"	"Quema, Bebé Burns"
"¿Quién disparó al señor Burns?" (I)	"Un pez llamado Selma"
"Homer, hombre malo"	"Última salida a Springfield"
"Marge contra el monorraíl"	"Homer, bateador"

<i>Whatculture</i>	<i>PasteMagazine</i>
"Solo se muda dos veces"	"El Show de Rasca, Pica y Poochie"
"El viaje misterioso de Homer"	"Homie, el payaso"
"Homer, hombre malo"	"A Bart le regalan un elefante"
"Homer en el espacio exterior"	"Homer asiste a la universidad"
"Homer tamaño King-Size"	"El niño que hay en Bart"

Anexo II

Capítulos seleccionados para la muestra

	Título del capítulo	Año de emisión	Temporada y Episodio	Posición en los rankings
1	"Sin blanca Navidad"	1989	T1, E1	4
2	"Jacques, el rompecorazones"	1990	T1, E9	2
3	"Bart en suspenso"	1990	T2, E1	5
4	"Bart el temerario"	1990	T2, E8	1
5	"El sustituto de Lisa"	1991	T2, E19	4
6	"Homer, bateador"	1992	T3, E17	4,5
7	"Un tranvía llamado Marge"	1992	T4, E2	4
8	"Homer el hereje"	1992	T4, E3	2
9	"Marge contra el monorraíl"	1993	T4, E12	1,4
10	"Última salida a Springfield"	1993	T4, E17	1,1,3,4
11	"El cabo del miedo"	1993	T5, E2	2,2,2,3
12	"Homer asiste a la universidad"	1993	T5, E3	4
13	"El niño que hay en Bart"	1993	T5, E7	5
14	"Homer en el espacio exterior"	1994	T5, E15	4
15	"A Bart le regalan un elefante"	1994	T5, E17	3
16	"Rascapiquilandia"	1994	T6, E4	2
17	"Homer, hombre malo"	1994	T6, E9	1,3,
18	"Homie, el payaso"	1995	T6, E15	2,4
19	"¿Quién disparó al señor Burns?" (I)	1995	T6, E25	3
20	"Bart vende su alma"	1995	T7, E4	5,5
21	"Homer tamaño King-Size"	1995	T7, E7	5
22	"Un pez llamado Selma"	1996	T7, E19	3
23	"22 cortometrajes sobre Springfield"	1996	T7, E21	3
24	"¿Y dónde está el inmigrante?"	1996	T7, E23	3
25	"Solo se muda dos veces"	1996	T8, E2	1,1,3
26	"Quema, Bebé Burns"	1996	T8, E4	2
27	"El viaje misterioso de Homer"	1997	T8, E9	2
28	"El Show de Rasca, Pica y Poochie"	1997	T8, E14	1,1,3
29	"Pregúntale a Marge"	1997	T8, E22	5
30	"El enemigo de Homer"	1997	T8, E23	5

Fuente: Elaboración propia

*Anexo III**Fuentes, años de realización de rankings y temporadas emitidas en el momento de realización de los mismos*

Fuentes	Año de realización de la lista	Temporadas emitidas
Matt Groening	2000	12
Simpsonsarchive.com	2003	15
Simpsonsarchive.com	2004	16
BBC	2010	22
Cinemanía	2011	23
The Guardian	2012	24
Simpsonsarchive.com	2012	24
Tv.com	2012	24
Whatculture.com	2013	24
Pastemagazine.com	2014	26

Fuente: Elaboración propia

Anexo IV

Sinopsis de los capítulos seleccionados para el análisis de contenido

"Sin blanca Navidad"

Homer busca un Segundo trabajo como Santa Claus tras no recibir la paga extra de Navidad.

"Jacques, el rompecorazones"

Homer regala a Marge una bola para jugar a los bolos, con la intención de usarla él. Marge comienza a usarla para fastidiar a su esposo y, repentinamente, se enamora de su profesor de bolos.

"Bart en suspenso"

Bart solicita la ayuda de Martin después de haber suspendido de nuevo. El fantasma de repetir curso le acecha y, a cambio, Bart enseñará a Martin cómo se más popular.

"Bart el temerario"

Tras ver el peligroso show de Lance Murdoch en el Rally de camiones monstruosos, Bart decide convertirse en un temerario patinador e intentará saltar el desfiladero de Springfield.

"El sustituto de Lisa"

Lisa se enamora de su nuevo profesor interino y Bart disputa a Martin el puesto de delegado de clase.

"Homer, bateador"

Para ganar un millón de dólares, el señor Burns sustituye el equipo de béisbol de la central nuclear por profesionales.

"Un tranvía llamado Marge"

Marge participa en una versión musical de "Un tranvía llamado Deseo" que guarda gran parecido con la vida de la familia Simpson.

"Homer, el hereje"

Homer, después de saltarse la misa del domingo, decide comenzar a vivir su propia religión.

“Marge contra el monorraíl”

Springfield decide comprar un innecesario e inseguro monorraíl para la ciudad con la multa pagada por el señor Burns por depositar, de forma ilegal, residuos nucleares.

“Última salida a Springfield”

Lisa necesita un aparato para sus dientes y Homer se postulará como representante de los trabajadores de la planta nuclear para recuperar los derechos sanitarios que, en el pasado, cubrían estos gastos.

“El cabo del miedo”

El actor secundario Bob sale de la cárcel con la intención de vengarse de quien propició su encarcelamiento: Bart Simpson.

“Homer asiste a la universidad”

Homer debe ir a la universidad para conseguir el título que le acredite para poder desempeñar el trabajo que lleva haciendo en la planta nuclear durante años.

“El niño que hay en Bart”

Un gurú de la auto-ayuda da una conferencia en Springfield y Bart reconoce, en público, que es aburrida. El gurú alaba su sinceridad y la ciudad, desde ese momento, actuará haciendo caso de los instintos más primarios y sinceros dando lugar a un caos formidable.

“Homer en el espacio exterior”

Tras quejarse por las repetitivas retransmisiones televisivas de los lanzamientos de la NASA, Homer es seleccionado para viajar al espacio.

“A Bart le regalan un elefante”

Bart gana un premio en un programa radiofónico y debe escoger entre un elefante o un premio económico. La presión de la televisión de Springfield y la determinación de Bart harán que la radio deba cumplir su promesa y facilitarle el elefante.

“Rascapiquilandia”

Lisa y Bart asedian a sus padres para ir de vacaciones al parque temático de Rasca y Pica tras haber visto un “sugerente” anuncio publicitario en televisión del complejo.

“Homer, hombre malo”

Homer se ve envuelto en un linchamiento mediático y público por un malentendido.

“Homie, el payaso”

Homer decide hacer un curso para convertirse en payaso.

¿Quién disparó al señor Burns?

Muchos vecinos de Springfield tiene motivos suficientes para odiar al señor Burns pero, solo uno de ellos le ha disparado.

“Bart vende su alma”

Bart decide vender su alma para ganar un dinero pero tratará de recuperarla ante las infortunadas situaciones que se le presentan.

“Homer, tamaño King-Size”

Homer decide engordar hasta alcanzar el peso que le permita, por convenio de la planta nuclear, trabajar desde casa.

“Un pez llamado Selma”

Selma, la hermana de Marge, es engañada por un actor en horas bajas que la convence para casarse con él con el fin de mejorar sus expectativas de trabajo en el cine y la televisión.

“22 cortometrajes sobre Springfield”

Multitud de pequeñas historias de la vida ordinaria de Springfield que se suceden a diario.

“¿Y donde está el inmigrante?”

Una nueva ley sobre inmigración puede propiciar que Apu deba abandonar el país, a menos que se convierta en un “auténtico” ciudadano norteamericano.

"Solo se muda dos veces"

La familia Simpson se traslada a otra ciudad donde Homer desarrollará un trabajo mejor remunerado, sin saber que su jefe es un villano que amenaza la paz mundial.

"Quema, Bebé Burns"

El señor Burns recibe la visita inesperada de un hijo del que nunca supo de su existencia.

"El viaje misterioso de Homer"

Homer sufre alucinaciones severas tras comer un chili muy picante.

"El Show de Rasca, Pica y Poochie"

Tras la bajada de audiencia del "Show de Rasca y Pica", los productores deciden introducir un Nuevo personaje al que pondrá voz Homer.

"Pregúntale a Marge"

Marge se convierte en la persona con la que todos los ciudadanos prefieren compartir sus problemas, relegando a un Segundo plano al párroco de la iglesia.

"El enemigo de Homer"

Un nuevo empleado de la central nuclear pretende desacreditar a Homer por su ineptitud y vagancia.

Anexo IV**Cuestionario****C1. Sexo del entrevistado**

Hombre	
Mujer	

C2. Edad _____**C3. ¿Cuántas horas ves de televisión al día?**

Entre 0 y 1 h.	Entre 1 y 2 h.	Entre 2 y 3 h.	Más de 3 h.

C4. ¿Conoce la serie *Los Simpson*?

Sí	
No	

C5. ¿Ha visto este capítulo antes de hoy?

Sí	
No	

C6. ¿Qué personaje o personajes crees que hacen más daño a Homer en este capítulo?

1. Marge	
2. Bart	
3. Lisa	
4. Maggie	
5. Sus amigos	
6. Periodistas	
7. La canguro	
8. Los habitantes.	

C7. ¿Qué personaje o personajes crees que pudo salvar a Homer desde el inicio del problema?

1. Marge	
2. Bart	
3. Lisa	
4. Maggie	
5. Sus amigos	
6. Periodistas	
7. La canguro	
8. Los habitantes.	

C8. ¿Cree que la televisión influye en lo que piensan los habitantes de la ciudad sobre la noticia de Homer?

Sí	
No	

C8.1. (Si la respuesta es sí) ¿Cómo influye?

Positivamente para Homer	
Negativamente para Homer	

C8.2. (Si la respuesta es negativamente para Homer) ¿Podría explicar por qué?

C9. Respecto a la manera de contar las noticias en los informativos que aparecen en la televisión, en este capítulo, ¿qué aspectos crees que deberían mejorar?

1. Respetar la verdad	
2. Informar sin dar su opinión	
3. Conocer opinión del afectado (Homer)	
4. Respetar la opinión del afectado (Homer)	

5. Exagerar la información	
----------------------------	--

C10. Cuando al final del capítulo se emite la noticia de Rowdy, el cuidador del colegio de pelo rojo, ¿qué es lo que más te llama la atención?

C11. Marca con una “X” los personajes de la familia Simpson que hablen bien o actúen de forma positiva para con la TV.

1. Homer	
2. Marge	
3. Bart	
4. Lisa	
5. Maggie	

C12. Explica brevemente por qué o cómo el(los) personaje(s) señalados en la pregunta anterior ven la TV como algo positivo.

1. Homer	
2. Marge	
3. Bart	
4. Lisa	
5. Maggie	

C13. ¿Reconoce algún informativo que la información que ofreció sobre el caso de Homer y la canguro no fue correcta o verdadera?

Sí	
No	

C13.1 (Caso de responder sí) ¿Cómo lo reconoce el informativo?

C13.2 (Caso de responder la anterior cuestión) ¿Consideras adecuada la manera de reconocer su error?

Sí	
No	

C14. Termina esta frase:

Si en este capítulo no hubiera existido la TV...

C15. Ordena del 1 al 4, siendo 1 la más importante y 4 la menos importante, las intenciones u objetivos que persigue la televisión en nuestra vida real

1. Informar al público	
2. Influir en el público	
3. Entretener al público	
4. Formar al público	

C16. Termina esta frase:

Todo lo que sale en la TV...