

Dra. Mònica Figueras-Maz. Universitat Pompeu Fabra.

Dra. Iolanda Tortajada, Universitat Rovira i Virgili.

Dra. Núria Araña. Universitat Rovira i Virgili.

La erótica del “malote”. Lecturas adolescentes de las series televisivas: Atracción, deseo y relaciones sexuales y afectivas

Dentro de una investigación más amplia sobre cómo se vinculan en los discursos audiovisuales el atractivo y deseo sexuales con la violencia, presentamos a continuación cómo los y las adolescentes interpretan las relaciones sexuales y afectivas mostradas en las series de ficción *Sin tetas no hay paraíso* y *Física o Química*. A través de 4 grupos de discusión y 16 relatos de vida, hemos recogido las percepciones de 25 chicos y 23 chicas (14-18 años) sobre los personajes con los que se identifican, qué rasgos físicos y valores les hacen atractivos y las relaciones afectivas y sexuales que les gustaría vivir.

Los resultados muestran que los y las participantes tienen incorporada la figura del “malote” de las series en su imaginario. Parecen haber asumido la idea de que lo que hace atractivo y seductor a un hombre es que evidencie en su personalidad y sus acciones un contraste entre una faceta amable o tierna y otra de poder, en la que ejerce (o amenaza con ejercer) la violencia. Estas lecturas reproducen un modelo tradicional de relaciones sexuales y afectivas. Además, existe un sesgo de género en aquello que se valora en los personajes masculinos y femeninos. De todos modos, los y las adolescentes dan muestras de que saben separar el placer que reciben como espectadores de la dimensión moral de lo que observan.

Palabras clave: Series de ficción, jóvenes y comunicación, construcción del atractivo, estudios de recepción, género

1. Introducción

Este texto se enfrenta a cómo los y las adolescentes interpretan la narrativa de los principales triángulos amorosos de dos series de producción española; una para el público joven, *Física o Química* (FoQ, Antena 3, 2008) y otra orientada al público adulto pero que, sin embargo, contó con una notable repercusión entre las audiencias juveniles, *Sin Tetas No Hay Paraíso* (STNHP, Telecinco, 2008). En particular, y puesto que este texto emerge de un proyecto de investigación preocupado por arrojar luz sobre algunas de las causas culturales de la violencia de género (CSO2008-02006 “Medios de Comunicación y violencia de género: ¿Catalizadores o elementos de prevención?”), el artículo ahonda en las interpretaciones que los y las adolescentes realizan sobre los personajes de estas series y, específicamente, qué rasgos de éstos consideran atractivos, además de qué modelos de relaciones sexoafectivas les resultan deseables.

Desde la asunción que la identidad sexual y de género, así como las ideologías amorosas y sexuales, se construyen socialmente y que, además, los medios de comunicación tienen un papel central en estas definiciones

(Gómez, 2004; Galician y Merskin, 2007; Gill, 2007; Moran, 2003), es crítico analizar las propuestas audiovisuales, así como las interpretaciones que les dan los públicos, para comprender cómo se construyen posiciones de sujeto sesgadas por el género, que podrían llegar a tolerar la violencia de género en el seno de una relación sexoafectiva. En investigaciones previas, se había reconocido, desde el análisis textual, que las dos producciones televisivas citadas más arriba presentaban modelos tradicionales de relaciones sexuales y afectivas en las que los personajes masculinos caracterizados como atractivos en la narrativa de la serie se dotaban de poder, ambivalencia moral y capacidad para ejercer la violencia (Araña, Tortajada y Capdevila, 2013; Capdevila, Tortajada y Araña, 2011). Esta definición del atractivo masculino tuvo su caso epitome en el personaje “El Duque” de *STNHP*, que devino un *sex-symbol* estatal y catapultó al actor que lo encarnaba (Miguel Ángel Silvestre) a la fama, dándole presencia en múltiples *talk-shows* y otros espacios mediáticos fuera de la serie. El atractivo del personaje fue destacado en estos programas a pesar de que “*el Duque*”, un narcotraficante, asesina a su pareja en la escena de apertura del primer capítulo de la serie, se comporta agresivamente a lo largo de las temporadas y basa su conducta en hacer sufrir a las mujeres. En la misma serie, el atractivo femenino, sin embargo, sigue ligado casi exclusivamente a la belleza, con un elevado grado de sexualización de los cuerpos femeninos, a veces sin que ningún resorte narrativo justificara la muestra erotizada de los cuerpos de mujeres. Es decir, en algunos capítulos las protagonistas, Jessi y Cata, se pasean por las escenas de interior, en su apartamento compartido, vestidas sólo con lencería, sin que haya ninguna excusa de caracterización lo suficientemente fuerte para defender esta opción visual. Si bien *FoQ*, quizá por su orientación explícita a un público más joven, presentaba personajes y relaciones más diversas, también construía una narrativa basada en el predominio del modelo tradicional de relaciones: la figura del chico malote como centro de interés erótico, una relativa “pornificación” de los cuerpos de adolescentes, y una relación entre un menor y su profesora basada en el sufrimiento y el concepto del atractivo del tabú social.

A pesar de que los productos mediáticos presentan un rango muy limitado de relaciones y roles de género (Galician y Merskin, 2007), como sucede con las series *STNHP* y *FoQ* y, además, reproducen estereotipos tradicionales de la feminidad, que se presenta ligada al consumo (Gill, 2007; Lazar, 2009; Tortajada y Van Bauwel, 2012), los y las jóvenes tienen capacidad para desarrollar lecturas que contestan el texto mediático (Moran, 2003). De ahí que es crucial prestar atención a las interpretaciones de los públicos jóvenes para comprender no sólo las ideologías sexuales y afectivas presentes en las ficciones seriadas si no, sobre todo, las representaciones culturales acerca del amor y el atractivo que compartimos socialmente. Máxime cuando a menudo las lecturas de los públicos, aún siendo activas y, quizá, negociadas u opositivas (Hall, 2004), no necesariamente tienen capacidad para superar los estereotipos tradicionales de género ni serán, necesariamente, transformadoras y posibilitadoras de la igualdad entre géneros (Ging, 2005; Buckingham y Bragg, 2003) y de un modelo de relaciones sexoafectivas confluyente.

2. Adolescentes, jóvenes y ficción televisiva

La investigación en recepción de medios ha sido poco desarrollada, y aún menos cuando se trata de adolescentes y jóvenes. De ahí que autoras como

Duits y Van Zoonen (2009) reivindiquen la necesidad de más trabajos etnográficos que recojan las voces de adolescentes y jóvenes en relación a sus experiencias mediáticas.

Los estudios anglosajones de los años ochenta y noventa demostraron que los medios de comunicación no son un todo coherente con idénticos efectos sobre una audiencia homogénea y que el proceso de consumo es complejo y activo (Morley, 1986; Llull, 1990; Palmer, 1986; Ang, 1985 y 1996). Por ello, el foco de los estudios se trasladó desde la ideología del texto mediático al poder interpretativo de los espectadores y las espectadoras (McRobbie, 1991; Hermes, 1995; Frazer, 1987). Estas investigaciones pusieron sobre la mesa que incluso el consumo de productos cargados con mensajes de roles de género tradicionales suscitaban placer en las lectoras.

A partir de estos trabajos, la descodificación de un discurso televisivo se deja de ver como una respuesta directa a los estímulos mediáticos y entran en juego aspectos socioculturales: esquemas previos a partir de experiencias personales, procesos de negociación de significados, el papel mediador de los distintos agentes de socialización (como la familia, la escuela o el grupo de iguales). En este escenario vital complejo, según Chapin (2000), la familia y la educación formal están perdiendo su papel central, y la influencia de los medios de comunicación es cada vez más importante en el desarrollo de los adolescentes. Así, este trabajo entiende que los y las adolescentes no sólo reciben un mensaje sino que producen sentido a partir de él, construyen interpretaciones alternativas o discursos divergentes a los de otros y otras adolescentes que consumen un mismo programa.

Incluso para las edades más tempranas, Buckingham (1993) afirma que los niños y las niñas constituyen una audiencia mucho más autónoma y crítica de lo que convencionalmente acostumbra a admitirse. Dice Orozco (1995), precisamente en el título de un artículo, que “el niño como televidente no nace, se hace”, es decir, que en la infancia se es un aprendiz social, cognitivamente activo frente a la pantalla y que la supuesta pasividad adscrita a los espectadores y a las espectadoras ha sido promovida artificialmente por la propia televisión para situar a sus receptores y receptoras. Del mismo modo, los y las adolescentes no están indefensos ante los estímulos de los medios de comunicación sino que son capaces de elaborar sus propias interpretaciones; el nivel de análisis dependerá de muchos factores, como el familiar, el social y el personal. Según Ferrés (2000), los mensajes audiovisuales satisfacen distintos niveles más o menos activos en la audiencia: desde el placer derivado de la sensorialidad, la implicación emotiva, la interpretación estereotipada de la realidad, a la toma de conciencia de los niveles anteriores de placer, la fruición estética, los aprendizajes reflexivos o el análisis crítico. El desarrollo cognitivo en la infancia, la experiencia que se tiene respecto al medio televisivo y respecto al mundo real determinará la capacidad para valorar la credibilidad de lo que ven.

Para Silverstone (1994), la televisión es un miembro más de la familia en tanto que expresa la dinámica de la interacción familiar, la dinámica de las identidades y relaciones tanto de género como de edad. La televisión, como la vida cotidiana, es algo que se da por supuesto, está integrado en la realidad diaria y condiciona la relación con los demás. Nuestra experiencia con la televisión forma parte de nuestra experiencia del mundo. La televisión, pues, es relevante en relación a la configuración de la identidad de los y las

jóvenes. De entre los muchos productos que forman la dieta mediática de los y las adolescentes, Buckingham (1987) apunta a la importancia de las series de ficción. Mediante grupos de discusión mixtos de adolescentes de distintos sexos y orígenes culturales, en torno a la producción británica *East Enders*, concluye que la presión del grupo de iguales para no verse excluido de las conversaciones posteriores o el placer en emitir juicios morales son motivaciones para el consumo de ficción. En estudios posteriores, se han reforzado estas primeras conclusiones. Barker (1997) o Ging (2005) han puesto de manifiesto la relevancia de las telenovelas en la vida escolar y los diálogos cotidianos de adolescentes y jóvenes, que pasan mucho tiempo hablando de las películas y de la televisión. Otras investigaciones destacan que los guiones sexuales y los personajes de televisión pueden convertirse en modelos de comportamiento para los adolescentes que están desarrollando la intimidad (Chapin, 2000) y que los personajes mediáticos proporcionan el conocimiento social para construir identidades (Barker, 1997).

En el caso específico de la identidad de género, Backer y Andre (1996) investigaron a través de técnicas cualitativas cómo las *soap operas* son utilizadas a efectos identitarios por las espectadoras. Las conversaciones con las amigas derivadas del consumo del serial son constitutivas de identidad; en ellas se negocian los significados de los contenidos en relación a la identidad de género y la identidad sexual. En esta misma línea de trabajo, Press (1991) concluye que para las mujeres las series de televisión son la excusa para hablar de sus propias vidas y son un recurso para la reflexividad. Analizando la relación entre la autoimagen de las mujeres y la imagen que de ellas transmiten los programas de entretenimiento y hasta qué punto las mujeres se identifican con éstas, descubrió que el proceso de reapropiación que realizan difiere según la clase social. Por ejemplo, las mujeres trabajadoras encuentran más real la representación de la mujer, aunque esta identificación tenga más que ver con sus deseos que con las condiciones objetivas de su vida cotidiana. McRobbie (1991, 1994) interpreta de forma más optimista el papel de las revistas para chicas, añadiendo que, a pesar de las limitaciones del formato, devienen en espacios interdiscursivos de la producción porque pueden dar lugar a una reflexión crítica sobre las prácticas normativas de la feminidad y la sexualidad, aunque estas lecturas no están desconectadas de esquemas de pensamiento previos. De Bruin (2001) observó que las chicas comparaban lo que veían en los capítulos de las series con sus propias vidas y cómo, para interpretarlas, se referían a sus valores vitales primordiales.

La investigación que aquí se presenta se ubica en la tipología de estudios de audiencias que se preocupan por los procesos de construcción de la identidad y que según la clasificación de Fedele y García-Muñoz (2010) son los más minoritarios.

3. Intimididades mediatizadas e ideologías sexoafectivas

Como veíamos, los productos de ficción contienen narrativas que son importantes para la definición identitaria de los y las adolescentes. Concretamente, los guiones de los seriales otorgan un peso importante a las relaciones sexoafectivas y a la construcción de los roles de género. En este sentido, emergen de y dan forma a las ideologías sexoafectivas compartidas y a los roles de género aceptados, en un proceso que Gill (2009a) denomina

“intimidad mediatizada” por cuanto los medios tienen cada vez más peso en la definición de las formas de relación interpersonal. Illouz (2012) sostiene que es propio de la modernidad la institucionalización de la fantasía -a través de los medios de comunicación y, en general, la producción cultural- para, así, codificar el deseo y, particularmente, el deseo romántico. Para esta autora, la emoción ficcional -aquella que, como indica su nombre, se desarrolla ante los productos de ficción a pesar de la consciencia de su no-realidad- configura las anticipaciones de aquello que se espera vivir emocionalmente en la vida cotidiana. Por esta razón, las representaciones de las relaciones sexoafectivas y su interacción con los públicos son fundamentales para descubrir qué modelos amorosos y sexuales están interiorizando los y las jóvenes.

Como se indicaba en la introducción, el análisis de los discursos de las series de televisión de interés para este estudio indicaban la prevalencia de un modelo tradicional de relaciones sexoafectivas en el que el amor se asocia al sufrimiento y el atractivo masculino al ejercicio del poder y se restringe el femenino a la belleza física (Capdevila, Tortajada y Araña, 2011), especialmente en la serie *STNHP*. Estos elementos sintonizan con las asignaciones tradicionales que la construcción del amor romántico asignaba a los géneros según Giddens (1993); las mujeres han cargado con las tareas emocionales dentro del espacio personal, mientras que los hombres tenían el deber de conseguir la admiración de los iguales en el espacio público.

En cualquier caso, el modelo sexoafectivo propuesto en las series seleccionadas para esta investigación no es algo insólito en el panorama mediático. Gómez (2004) identificó este mismo modelo tradicional en las revistas para jóvenes españolas y, después de practicar grupos de discusión y relatos comunicativos con adolescentes, llegó a la conclusión de que este modelo de relaciones se trasladaba a sus formas de relacionarse y generaba un entorno favorable a que se produjera violencia de género. En el mismo sentido, Galician y Merskin (2007) sostienen que las representaciones mediáticas están saturadas de historias de amor irreales que generan falsas expectativas y frustración en las relaciones, además de promover roles de sumisión para las mujeres. Según estas autoras, las imágenes del amor promovidas en los medios son, cuanto menos, tóxicas. Identifica, como uno de los casos ejemplares, la narrativa de redención del hombre duro por parte de una mujer buena a partir del amor como mecanismo que justificaría el aguantar una relación insatisfactoria y desigual. En general, y a pesar de lo contradictorio de los múltiples discursos mediáticos que consume la juventud, por lo que respecta a las relaciones y las identidades sexuales (Johansson, 2007), los y las investigadoras tienden a destacar la abundancia del recurso a los roles de género tradicionales (Van Damme y Van Bauwel, 2012).

Así, a pesar de la emergencia de nuevas representaciones de la mujer, a menudo éstas siguen reificando los códigos tradicionales de la feminidad en dependencia del consumo y del cosmetismo (Gill, 2007; Lazar, 2009; Tortajada y Van Bauwel, 2012). Con respecto a la literatura y las producciones audiovisuales dirigidas a mujeres y de contenido romántico, Milestone y Meyer (2012) consideran, de modo parecido a las autoras anteriores, que el romance refuerza una feminidad dependiente y limitada y que, aún cuando las producciones contemporáneas apuestan por representar mujeres integradas en contextos laborales, suele incluirse, como culminación o recompensa de la protagonista femenina, a la consecución del hombre y

del amor (McRobbie, 2009), que sigue siendo, en su realización, el móvil más importante de los personajes femeninos.

Las mujeres que imitan modelos relacionales y roles masculinos en el terreno de la sexoafectividad llevan siendo detectadas por las investigadoras por lo menos desde que McRobbie (2009) definió la *ladette*, vestida con cierta exageración de la feminidad, casi a modo de disfraz, y, en cambio, ostentando un comportamiento masculino soez –con hábitos relativos al alcohol y el consumo de varias sustancias, además de tomar la iniciativa sexual y la promiscuidad, que tradicionalmente se reservaba al varón–. Este tipo de representaciones, también presentes en productos como *Sexo en Nueva York*, donde la protagonista abre la serie con el propósito de practicar el sexo *como un hombre*, se traslada a imaginarios locales como en *STNHP*, donde Jessi, la chica “mala”, presume de una iniciativa sexual insólita (Capdevila, Tortajada y Araña, 2011).

También en *Infidels* (serie producida y emitida por Televisió de Catalunya), donde las protagonistas son infieles a sus parejas y tienen relaciones con hombres mucho más jóvenes que ellas. Gómez (2004) denomina estas figuras como mujeres que imitan el modelo masculino y las sitúa dentro del modelo tradicional de relaciones, por cuanto no considera que sea una categorización subversiva sino reproductora y revanchista y que, además, suele revertir perjudicialmente para la mujer que la adopta, puesto que no es juzgada con los mismos estándares que los hombres que llevan a cabo las mismas actuaciones. Gómez (2004) se refiere a estas figuras calificándolas de mujeres que imitan el modelo masculino y las sitúa dentro del modelo tradicional de relaciones, por cuanto no considera que sea una categorización subversiva sino reproductora y revanchista y que, además, suele revertir en perjuicio para la mujer que la adopta, puesto que no es juzgada con los mismos estándares que los hombres que llevan a cabo las mismas actuaciones. En las actitudes de las mujeres así caracterizadas, Gómez acusa una fuente de insolidaridad entre ellas y de justificación de ciertas estrategias instrumentales y tácticas a la hora de buscar pareja o de conseguir una cita, algo que también detecta Gill (2009b) entre los discursos postfeministas.

Finalmente, Illouz (2012) sostiene que el reino de la fantasía, en relación a las representaciones de la ficción, está cada vez más alejado del reino de las relaciones cotidianas, lo que genera, fácilmente, un sentimiento de decepción con la propia experiencia en comparación a la experiencia mediática.

4. Metodología

Para recoger las voces de los y las participantes en la investigación, nos interesó que las técnicas utilizadas tuvieran una orientación crítica y comunicativa. Lo que caracteriza a los relatos comunicativos de vida cotidiana (RCVC) y a los grupos de discusión comunicativos (GDC) es que se produce un encuentro interactivo, en condiciones de igualdad, entre quienes participan en la investigación. El equipo investigador aporta el bagaje científico que da pie al diálogo y reflexión posteriores y las personas que realizan los relatos (ya sea de forma individual o en grupo) interpretan aspectos de su cotidianeidad, a los que dan sentido mientras se debate, provocando la transformación a través de los argumentos ofrecidos durante los encuentros (Gómez, Latorre, Sánchez y Flecha, 2006).

En total, colaboraron 48 adolescentes, de edades comprendidas entre los 14 y los 18 años, y residentes en las provincias de Tarragona, Barcelona, Lleida, Murcia y Salamanca. Se realizaron 16 relatos comunicativos de vida cotidiana (con 9 chicos y 7 chicas) y 4 grupos de discusión comunicativos, dos mixtos, uno de chicos y otro de chicas, con 8 participantes en cada grupo.

El diálogo versó sobre: 1) el imaginario espontáneo en relación a las relaciones sexuales y afectivas, 2) el consumo y las opiniones en torno a las series *STNHP* y *FoQ*, y 3) el debate en torno a secuencias seleccionadas de las series y, específicamente, los modelos de relaciones sexoafectivas que presentan.

5. Resultados

Los y las adolescentes que han participado en la investigación creen que tanto el grupo de iguales como los medios de comunicación tienen mucha importancia en la configuración de sus conceptos sobre el atractivo, el deseo y las relaciones sexuales y afectivas. Atribuyen a los medios de comunicación, y, más concretamente a la televisión, un papel preponderante en la creación de discursos, imágenes e ideas que, después, son adoptados tanto por ellos como por ellas: “Y los medios de comunicación también creo que influyen bastante [...] *FoQ* ha influido mucho en que ahora se vean esas relaciones como algo normal” (RCVC11, chico, 17).

La elección de las series televisivas, a menudo, tiene que ver con el consumo del grupo de iguales y los contenidos de las series, que forman parte de las conversaciones, son, posteriormente, reinterpretados en grupo: “otras pues porque mis amigas me dijeron ‘tienes que verla, que es súper chula...’ y, entonces, pues la empiezas a mirar, todo el mundo habla de ella, y hay muchas conversaciones en las que puedes participar” (RCVC1, chica, 18).

Las series televisivas sirven de inspiración, ya sea en la conceptualización de la pareja ideal: “ves las típicas relaciones que son de amores platónicos en las series, y dices: ‘Ay! Yo quiero uno así, yo quiero uno así, que sea igual que él’ y te basas como en esa imagen para buscarlo” (RCVC5, chica, 17) o en el enamoramiento: “todo son tópicos, tiene mucho que ver lo que sale por la televisión o en las películas. Va en las imágenes: cómo empieza la atracción y cómo se lleva, pues se suele seguir” (RCVC1, chica, 18). Y, en este proceso, la identificación con los personajes es clave: “entonces cambias, intentas saber cómo podrías vivir si fueras como él, las posibilidades que tendrías y todo eso” (RCVC5, chica, 17).

Estos procesos de identificación son complejos ya que, por una parte, incorporan las expectativas que se generan en su entorno cotidiano y, a la vez, les dan forma. Como, por ejemplo, en la evolución que han sufrido los patrones que rigen la estética de los chicos: “la imagen del chico que no se cuida tanto y tal queda un poco tocada. Y entonces se da más importancia a que se cuida, ya que el prototipo de muchas chicas es el típico chico de gimnasio que va marcando” (RCVC11, chico, 17). Además, como veremos en los siguientes apartados, existe un sesgo de género en aquello que se valora en los personajes masculinos y femeninos.

5.1. La incorporación y consolidación del “malote” en el imaginario

Las primeras preguntas que formulamos, tanto en los relatos comunicativos de vida cotidiana como en los grupos de discusión comunicativos, fueron

acerca de quiénes gustaban en su entorno y por qué. Muchas de las respuestas apuntaron en una misma línea. Para la mayoría de participantes en la investigación, lo que más atrae “es el rollo de chico malo” (RCVC4, chica, 16). La popularidad se vincula a “ser malote” (GDC 3, mixto), “chulito” (RCVC5, chica, 17). En este mismo sentido, y un paso más allá, un participante de uno de los grupos de discusión, afirmó: “a las chicas les gusta que sean malos con ellas” (GDC 2, chicos).

Así pues, en lo cotidiano, el “malote” está incorporado en el imaginario. En consecuencia, los personajes en los que ellos y ellas se reconocen son los que juegan este rol. Según las participantes en la investigación, ellos se identifican con “el guapo, el que tiene más a la chica que le va detrás, el tipo un poco chulín y un poco sobrao” (RCVC1, chica, 18), con el que “más cosas hace de macarra” (RCVC5, chica, 17). También ellos coinciden con esta percepción, creen que los chicos simpatizan “con los más machotes” y ellas “con la más guapa, la que tiene el novio rebelde” (RCVC6, chico, 17), “con las que están enamoradas de un tío de éstos” (RCVC10, chico, 14).

Casi en su totalidad, las chicas que han participado en la investigación creen que “el Duque” está muy bueno, tiene mucho morbo, una voz preciosa y es muy sexy. Pero, aunque sea definido como alguien guapo y seductor, lo que confiere al “Duque” un mayor atractivo no es su físico sino que, supuestamente, bajo su condición de duro, se esconde otro “Duque”, que emerge gracias al amor de Cata. Esta doble condición de “malote” (GDC 1, chicas) y, a la vez, “tierno por amor” (GDC 1, chicas), es lo que más destacan las participantes en la investigación: “su carácter, por la voz, sí, me gustaba mucho su voz [...] es así como malo, pero a la vez es romántico” (GD4, mixto). Su parte “dulce y romántica” (GDC 1, chicas), combinada con la parte violenta, lo hacen único - [en la serie] “salen más tíos, pero no es igual” (GDC 1, chicas) - y deseable:

“por la forma de ser esa tan... no sé, como que era difícil pillarle a veces, en plan, cómo iba a actuar, o qué iba a hacer, pero también por el hecho de que alguien tan sumamente duro o, no sé, con un aspecto que tu decías: ‘eh, cuidado con éste que no tiene sentimientos ni nada’... ver todo lo que le podía caer encima y que él seguía luchando por su amor, por Cata. No sé, yo creo que es eso más llamativo, aparte de su aspecto” (RCVC5, chica, 17).

Además, que sea anhelado por varios de los personajes femeninos de la serie, según ellas, le confiere aún más atractivo: “el duro [...] es el “guapetón”, que es el rey, que todo el mundo va a por él y que lo consigue Catalina” (RCVC15, chica, 17).

En el caso de *FoQ*, los personajes masculinos más nombrados son Cabano (“guaperas”) y Gorka (“graciosillo”). Ambos son también definidos como “malotes” (GDC4, mixto). Aunque no formaba parte de los actores de las series trabajadas en la investigación, el nombre de Mario Casas surgió con frecuencia como ejemplo de chico atractivo, tanto en los relatos como en los grupos de discusión: “por la tableta, y por el carácter que tiene” (GDC3, mixto). El personaje que interpreta Mario Casas en *El barco* (Ulises) es leído, una vez más, como el de alguien que parece duro pero que, en el fondo es sensible: “quizás de fuera, digamos, parece durillo pero, ya te digo, él no es lo que aparenta” (RCVC15, chica, 17).

5.2. El atractivo de los personajes femeninos se centra en la belleza

En el caso de los personajes femeninos, siguen siendo valoradas por lo físico. Ellos afirman seguir algunas de las series porque “las tías están muy buenas” (GDC2, chicos) y recordar a aquellas protagonistas que, según su criterio, están mejor que las otras (por ejemplo, la Ruth y la Yoli en el caso de *FoQ*) (GDC 4, mixto). Además, se reafirman en que lo que importa es el físico: “Yo, con Ruth de *FoQ*, pero más que nada por el físico, no por su personalidad” (GDC 4, mixto).

En el caso de Cata, consideran que “está buena” pero que, al mismo tiempo, es una “alocada, que se deja llevar por los impulsos” (GDC2, chicos), que hace caso a todo, sin personalidad (GDC4, mixto) y que se deja llevar (GDC2, chicos), rasgos del personaje que rechazan, en parte, en contraposición a Jessi, que es extrovertida, atractiva y calculadora (GDC2, chicos). Los participantes en este grupo de discusión consideran que Jessi, a pesar de sus desaciertos constantes es una persona ingenua y buena y la definen como una persona “calculadora, ambiciosa pero con buen fondo” (GDC2, chicos).

Ellas creen que a ellos “les gustan las chicas que enseñan tetas, culo, las malotas [...] las más sueltas” (GDC 3, mixto). Aunque, por otra parte, según los y las participantes en la investigación, el atractivo físico confiere a las chicas popularidad, al contrario que “zorrear” que, aunque algunas lo hagan para ganar protagonismo, las acaba penalizando. Por tanto, al final, ser una “suelta” sólo te proporciona un éxito efímero, ya que está mal visto por los demás. Tanto ellos como ellas admiten que existen diferencias entre el trato que reciben los chicos que van con varias chicas (como es el caso del “Duque” que, además, lo hace simultáneamente) y las chicas que tienen muchas relaciones (o rollos). Dicen que, a pesar de que no lo ven justo, aún es así.

Ellos piensan que la idea de que las chicas deben ser delgadas y tener pecho y que “zorrear” está mal si eres chica y bien si eres chico se aprende de la televisión. Aunque, según uno de los participantes, también puede influir el que estés “con una tía muy buena y la gente te envidia y eso” (GDC 3, mixto). Ellas, en cambio, destacan aspectos relacionados con la personalidad: “Jessi me gusta porque es una chica fiel ante todo [...] Cata me gusta en el sentido de que fue capaz de meterse en ese mundo” (RCVC5, chica, 17).

Las chicas, más que identificarse con Cata, desearían vivir las situaciones con las que el personaje se encuentra y que definen así: “ella se enamora del chico malo, pero al final ella le intenta cambiar a él, y al final es ella quien cambia por él. Cambia para mal, pero la relación que tienen y todos los momentos que pasan juntos sí que son bonitos” (GDC 4, mixto).

Algunas de las participantes en la investigación muestran una cierta asunción de las representaciones postfeministas cuando defienden a Jessi como una mujer espabilada, sin escrúpulos, a la que le da igual que los demás “vayan cayendo, ella sigue para adelante” (GDC1, chicas). Admiran el poder que ejerce sobre los hombres y destacan sus atributos como mujer fuerte, inteligente y sexy que no duda en utilizar todos los medios que tiene a su alcance para conseguir sus objetivos.

5.3. Las relaciones sexuales y afectivas

Un aspecto que motiva a la hora de seguir una serie es que en la trama existan relaciones de pareja y haya tensión sexual: “de esas así, que son en plan un chico y una chica y que tiene que surgir algo” (RCVC5, chica, 17). Uno de los participantes afirma que lo que le gustaba de *STNHP* era cuando “el Duque” y “la Cata” estaban juntos. Y, por lo general, se manifiesta un gran placer cuando esto se produce “La chispa que te aparecía cuando veías a Cata y “el Duque” juntos, que decías: ¡guau! ¡Qué bien! ¡Lo han conseguido!” (RCVC5, chica, 17).

Para los y las participantes en la investigación, series televisivas como *FoQ* (que es el ejemplo de serie que ponen en ambos casos) tienen un papel relevante a la hora de normalizar ciertas concepciones como, por ejemplo, la precocidad en las relaciones: “lo normal parecía que con 15 años es haber estado con varios chicos; antes no era normal y entonces aparece como algo que no tiene importancia” (RCVC11, chico, 17) o la idea de que lo suyo es “liarse con todo el mundo” y, cuantos más “rollos”, mejor: “Vamos a estar con los máximos posibles, vamos a hacer de todo y luego ya... Vamos a vivir la vida, no vamos a estudiar, no vamos a hacer nada y luego ya haremos” (RCVC11, chico, 17).

La relación sexual y afectiva más compartida es la que se establece entre “el Duque” y Cata. En uno de los grupos de discusión (GDC3, mixto) se interpretaba, incluso, como una relación más realista que las que se veían en *FoQ*. Es leída como una (verdadera) historia de amor, algo bonito y deseable. En la misma línea del debate que surgió entre los seguidores y seguidoras de la serie por el final de la segunda temporada de *STNHP* (que obligó a la productora a concebir dos finales que fueron emitidos en días consecutivos), uno de los participantes en la investigación manifiesta que no le gustó el final en el cual muere “el Duque” y que lo que más le satisfacía era cuando “el Duque” y Cata estaban juntos y su relación de amor.

Aunque esta es la relación de pareja que más protagonismo tuvo en los diversos comentarios que recogimos a lo largo del trabajo de campo y la que, claramente, era más valorada por los y las participantes en la investigación, debido a la vinculación constante de la inestabilidad y el riesgo con la pasión a lo largo de las dos temporadas de la serie, hay aspectos que se criticaban. En general, los chicos consideraban que “el Duque” compraba a Cata con regalos y que se mostraba como “el rey del mambo, el rey de la joyería” (GDC2, chicos) en la escena en la que ambos personajes se reencuentran (y que fue una de las que se visionaron durante el debate).

5.4. Lecturas críticas

Aunque el consumo de series esté muy generalizado entre los y las participantes en la investigación y, mayoritariamente, se sigan las series por una identificación que va más allá del mero entretenimiento que provocan, los y las adolescentes son capaces de establecer una distancia con las tramas de las series y son conscientes de que, detrás de un personaje, existe un proceso de creación: “ [‘el Duque’] entiendo que tuviera éxito porque dentro de la serie era el chico que se llevaba el papel del guapo” (RCVC1, chica, 18). Además, y como cabe esperar, no siempre asimilan como propio o como realista todo aquello que ven: “Las series tampoco muestran una certeza, ¿sabes? Sí que hay algunas que dices: ‘mira, parece que sea

enamoramamiento de verdad', pero hay que otras que se ven muy irreales" (RCVC3, chico, 18).

A pesar de que existe una gran aceptación de la figura del malote, los y las adolescentes establecen una cierta distancia con las representaciones mediáticas que se les ofrecen. Fruto de la interpretación de los personajes, la identificación con éstos puede ser nula: "yo no sería ni como la Jessi, que va como las "putillas" y con sus amigas que se meten en su mundo, ni como la otra, que intenta cambiar para gustar a una persona" (RCVC14, chica, 17). E, incluso, el personaje del "Duque" puede ser cuestionado:

"Yo es que creo que ahí, al verlo así como la historia de amor y tal... y que siempre normalmente el chico y la chica son los buenos y ahí el chico en realidad es malo, y al final acaba mal, yo creo que hay un pelín de error, que llegas a pensar que no pasa nada porque sea narcotraficante, porque, como es el amor y tal pero, joder, en el fondo es malo, porque hace cosas que están mal" (RCVC14, chica, 17). "[hablando de Cata] que ella sufriera lo que ella sufrió, pues no" (RCVC5, chica, 17).

Normalmente, las series son interpretadas como algo ambivalente: "Yo vi la primera temporada [FoQ]. Tiene sus cosas buenas y sus cosas malas" (RCVC14, chica, 17). Esta chica, entre las cosas que ella considera buenas, explica: "los jóvenes tenían un montón de libertad, y a lo mejor se metían con una persona, y siempre salía alguien a defenderla". En cambio, consideraba que la relación entre dos de los personajes (Irene e Isaac) no era positiva:

"Yo creo que eso es porque lo ponen en la serie por el morbillo de un profesor con un alumno, pero yo eso no lo veo bien, por mucho que te digan que el amor no tiene edad y tal... pues yo, por ejemplo, lo veo mal. Y si quieres estar con él pues coges y te sales del colegio, pero mientras sea tu profesor, pues no". (RCVC14, chica, 17).

6. Reflexiones finales

Los y las adolescentes parecen reconocer a los medios de comunicación y, en particular, a las producciones de ficción, una capacidad notable para influir en sus nociones acerca de las relaciones sexuales y afectivas, así como los rasgos que construyen el atractivo de hombres y mujeres. Además, las participantes de los grupos de discusión mostraban una considerable implicación emocional con las historias que viven los personajes de las series de televisión.

En las ideas que los y las jóvenes comparten sobre el atractivo, tanto en el mundo posible de las series, como en sus experiencias cotidianas, quizá uno de los rasgos más preocupantes es la pervivencia del estereotipo del hombre "malote" como sinónimo de atractivo y deseable, algo que ya detectaba Gómez (2004). En este sentido, se asume que para que sea atractivo, un hombre, además de ejercer poder, tiene que estar dotado también de otras características contradictorias como la amabilidad o la ternura, lo que, en combinación con el ejercicio o amenaza de violencia, constituyen lo seductor del personaje. Esta valoración se hace efectiva cuando hay consenso en definir que los personajes más atractivos son "El Duque" (*STNHP*) y Cabano (*FoQ*), calificados de guaperas. Por su parte, los chicos de los grupos de discusión valoran que lo más interesante de los personajes femeninos es, meramente, su atractivo físico, reificando el doble estándar del significado del atractivo entre hombres y mujeres.

Asimismo, se produce otro doble estándar con respecto al comportamiento sexual considerado adecuado para unos y para otras. La actividad sexual múltiple se valora de forma positiva para los hombres y negativa para las mujeres. Estas consideraciones se plasman en la valoración de personajes como Jessi, que a pesar de ser apreciada tanto por chicos como por chicas por su determinación, tiene un comportamiento sexual que no es evaluado positivamente.

Con todo, a pesar de la inversión emocional de los y las adolescentes en la serie, también se percibe una clara distancia crítica con respecto a los personajes y las tramas narrativas. En este sentido, los y las jóvenes son capaces de separar el placer que reciben como espectadores de la dimensión moral de lo que observan. Particularmente, son capaces de identificar el riesgo presente en las relaciones que se presentan más atractivas en ambas series, como la relación con un menor que emprende una profesora en *FoQ*, o bien la relación de Cata con “el Duque”, un cruel narcotraficante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ang, I.** (1996). *Living Room Wars*. Routledge, Londres.
- Ang, I.** (1985). *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. Methuen, Londres.
- Araña, N.; Tortajada, I; Capdevila, A.** (2013). "So cruel ... yet so cool: Teenager readings of love and attraction on *Sin tetas no hay paraíso*". *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 5(1), 35-50.
- Backer, C. y Andre, J.** (1996). "Did you see? Teenage Soap Talk and Gendered Identity". *Young Nordic Journal of Youth Research*, 4 (4), 21-38.
- Barker, C.** (1997). "Television and the reflexive project of the self: Soaps, teenage talk and hybrid identities". *The British Journal of Sociology*, 48: 4, 611-28.
- Buckingham, D.** (1987). *Public secrets: Eastenders and its audience*. BFI, Londres.
- Buckingham, D.** (1993). *Children Talking Television: The Making of Television Literacy*. Falmer Press, Londres.
- Capdevila, A., Tortajada, I. and Araña, N.** (2011). "Gender roles, romantic and sexual relationships in fictional series. The case of *Sin tetas no hay paraíso*". *Quaderns del CAC*, 36, 61-67.
- Chapin, J. R.** (2000). "Adolescent sex and mass media a developmental approach". *Adolescence*, 35: 140, 799-811.
- De Bruin, J.** (2001). "Dutch television soap opera, ethnicity and girls' interpretation". *Gazette*, 63 (1), 41-56.
- Duits, L. y Van Zoonen, L.** (2009). "Against amnesia. Thirty + years of girls studies". *Feminist Media Studies*, 9 (1), 111-125.
- Fedele, M. y García-Muñoz, N.** (2010). "El consumo adolescente de la ficción seriada". *Vivat Academia*, 111, 48-65
- Ferrés, J.** (2000). *Educar en una cultura del espectáculo*. Paidós, Barcelona.
- Frazer, E.** (1987). "Teenage girls reading Jackie". *Media, Culture and Society*, 9, 407-425.
- Galician, M. L. and Merskin, D.** (2007). *Critical Thinking About Sex, Love, and Romance in the Mass Media: Media Literacy Applications*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ.
- Giddens, A.** (1993). *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Polity Press, Cambridge.
- Gill, R.** (2007). *Gender and the Media*. Polity Press, Cambridge.

- Gill, R.** (2009a). "Beyond the 'Sexualization of Culture' Thesis: An Intersectional Analysis of 'Sixpacks', 'Midriffs' and 'Hot Lesbians'." *Advertising. Sexualities*, 12 (2), 137-160.
- Gill, R.** (2009b). "Mediated intimacy and postfeminism: A discourse analytic examination of sex and relationships advice in a women's magazine". *Discourse and Communication*, 3 (4), 345-69.
- Ging, B.** (2005). "A 'Manual on Masculinity'? The consumption and use of mediated images of masculinity among teenage boys in Ireland". *Irish Journal of Sociology*, 14 (2), 29-52.
- Gómez, J.** (2004). *El Amor en la sociedad del riesgo: una tentativa educativa*. El Roure, Barcelona.
- Gómez, J., Latorre, A., Sánchez, M. y Flecha, R.** (2006). *Metodología comunicativa crítica*. El Roure, Barcelona.
- Hermes, J.** (1995). *Reading Women's Magazines: an Analysis of Everyday Media Use*. Polity Press, Cambridge.
- Illouz, E.** (2012). *Por qué duele el amor. Una explicación sociológica*. Katz Editores, Madrid.
- Johansson, T.** (2007). *The Transformation of Sexuality. Gender and Identity in Contemporary Youth Culture*. Ashgate, Hampshire.
- Lazar, M.** (2009). "Entitled to consume: Postfeminist femininity and a culture of post-critique". *Discourse and Communication*, 3 (4), 371-400.
- Lull, J.** (1990). *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences*. Routledge, Londres.
- McRobbie, A.** (1991). "Jackie Magazine: Romantic individualism and the Teenage Girl" en McRobbie (ed). *Feminism and Youth Culture: from Jackie to Just Seventeen*. McMillan, Hong Kong.
- McRobbie, A.** (1994). *Postmodernism and popular culture*. Routledge, Londres.
- McRobbie, A.** (2009). *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*. Sage Publications, London.
- Milestone, K.; Meyer, A.** (2012). *Gender and Popular Culture*. Polity Press, Cambridge.
- Moran, K. A.** (2003). "Reception analysis: Latina teenagers talk about telenovelas" *Global Media Journal*. 2 (2). Disponible en: <http://lass.purduecal.edu/cca/gmj/sp03/gmj-sp03-moran.htm>, (consultado en junio 2013).
- Morley, D.** (1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Sage, Londres.
- Orozco, G.** (1995). "El niño como televidente no nace, se hace". En Charles, M. y Orozco, G. (comp.): *Educación para la recepción*. Trillas, Méjico.
- Palmer, P.** (1986). *The Lively Audience: A Study of Children around the TV Set*. Allen & Unwin, Sydney.
- Press, A. L.** (1991). *Women Watching Television. Gender, Class, and Generation in the American Television Experience*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Silverstone, R.** (1994). *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu, Buenos Aires.
- Tortajada, I. y Van Bauwel, S.** (2012). "Gender and communication: Contemporary research questions". *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 4 (2), 143-53.
- Van Damme, E., y Van Bauwel, S.** (2012a). "'I don't wanna be anything other than me'. A case study on the gender representations of teenagers in the American teen drama series". *One Tree Hill. Interactions: Studies in Communication & Culture*, 21(1), 17-33.