

Joves i ficció televisiva: representacions i efectes¹

Charo Lacalle

Departament de Periodisme

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

08193 Bellaterra, Cerdanyola del Vallès, Barcelona

Resumen

La recerca sobre els joves i la ficció televisiva constitueix un camp d'estudi més aviat poc explorat. L'atenció dedicada tradicionalment als programes infantils i a altres gèneres televisius, com els programes informatius, han estat clau en el relatiu desinterès que s'hi constata. A partir de 2000, l'atractiu de la ficció sobre els joves, les noves tecnologies i l'atenció dedicada als processos de construcció d'identitat social a la televisió està contribuint a incrementar la visibilitat d'aquest tema. En general, les recerques revelen una certa «apropiació» dels continguts per part d'aquest grup d'edat, que sembla dominar les convencions narratives i és capaç de qüestionar la plausibilitat de les representacions. Per contra, els estudis també tendeixen a confirmar l'associació recurrent entre aquesta tipologia de personatges amb el sexe i l'oci, si bé cal destacar que la major part de les aportacions també reconeix la vessant educativa dels programes analitzats.

Paraules clau: joves, ficció, televisió, construcció d'identitat, interpretació.

Abstract. *Young people and television fiction: representations and effects*

Research on young people and television fiction is a field of study rather unexplored. The attention devoted to children and other television genres, such as information, have been keys of the relative lack of interest that is observed. Since 2000, the appeal of fiction for young people, new technologies and attention dedicated to the processes of construction of social identity in the television, is helping to increase the visibility of this issue. In general, investigations reveal the "appropriation" of contents by this age group, which seems to dominate the narrative conventions and be able to question the plausibility of representations. However, studies also tend to confirm the recurrent association between this typology of characters with sex and leisure, although it is noteworthy that most of the contributions also recognize the educational aspect of the programmes analyzed.

Keywords: young people, fiction, television, construction of identity, interpretation.

1. Aquest article ha estat escrit en el marc del projecte de recerca *La representació dels joves en la ficció catalana i espanyola: construcció d'identitats, atribució de rols socials i correspondència amb la realitat*. En aquesta investigació, dirigida per la professora Charo Lacalle i finançada per l'Agència Catalana de la Joventut de Catalunya, hi han participat les investigadores Beatriz Gómez, Manuela Russo, Mariluz Sánchez, Lucía Trabajo i Berta Trullàs i hi han col·laborat Eva Cavero i Alba Tobella.

Sumari

Introducció	L'audiència activa
Els primers paradigmes	Joves i ficció televisiva
Els efectes de la televisió	Bibliografia

Introducció

El llarg monopoli de la televisió a Espanya va condicionar profundament el desenvolupament de la producció de ficció, que només es va anar consolidant cap a mitjan anys noranta. Tret de les adaptacions literàries de clàssics com Blasco Ibáñez, Pérez Galdós, Emilia Pardo Bazán, etc., i d'alguns programes com, per exemple, *Curro Jiménez*, *Turno de oficio* o la sèrie juvenil *Verano azul*, la major part de la ficció televisiva que s'emetia entre els anys seixanta i noranta procedia dels Estats Units.² Curiosament, el final de la comèdia d'Antonio Mercero, *Farmacia de guardia* (Antena 3, 1991-1995) inaugurava, almenys simbòlicament, la nova era de la ficció, marcada per una lluita constant per l'audiència en un dels sistemes televisius més competitius d'Europa.

A diferència de l'interès que sempre ha suscitat la informació, la implantació tardana d'un veritable teixit industrial de producció de ficció a Espanya i la primacia de la comèdia familiar fins al final dels anys noranta han estat determinants en la lenta consolidació d'una branca d'estudis específics sobre la ficció televisiva, iniciat amb Eurofiction el 1996.³ Aquesta circumstància s'uneix, en l'àmbit espanyol, a dos altres factors que han condicionat històricament tant els estudis sobre televisió com la investigació sobre els joves i la ficció.

En el cas dels estudis sobre televisió, Christine Geraghty (2003) assenyala que en la seva majoria tenen un caire més aviat teòric, històric i, sobretot, especulatiu, contràriament al que ha passat amb el cinema, i reivindica la investigació empírica sobre els gèneres televisius. Amb relació a la recerca sobre joves i ficció televisiva, cal recordar que aquest grup social sovint ha quedat atrapat en una espècie de limb entre l'interès dels especialistes pels processos d'aprenentatge dels nens i les recerques sobre els condicionaments de gènere o de raça, impulsades pels autors dels estudis culturals a partir de la segona meitat dels vuitanta. La volatilitat del segment d'audiència juvenil, que no necessàriament s'interessa pels programes adreçats específicament a aquest

2. La telenovel·la llatinoamericana també va tenir el seu moment de glòria a les televisions estatals entre la fi dels anys vuitanta i la primera meitat dels noranta, mentre que les primeres cadenes autonòmiques (TV3 i ETB) optaven més aviat per la *soap opera* anglosaxona en el mateix període.
3. Eurofiction (1996-2003) era un observatori de la ficció europea coordinat per Milly Buonanno, professora de la Universitat de Roma-La Sapienza. L'equip espanyol estava integrat per Rosa Álvarez Berciano, Charo Lacalle i Lorenzo Vilches.

públic objectiu (Clarke, 2008), també ha contribuït al desinterès històric pels efectes de la ficció entre els joves.

En els darrers anys, el creixent protagonisme i la visibilitat dels joves en l'era digital està focalitzant l'atenció sobre aquest col·lectiu, la qual cosa també té una repercussió directa en l'increment de les investigacions sobre els joves i les noves tecnologies. Tanmateix, l'auge de la ficció televisiva en el segle XXI, el macrogènere més consumit pels joves, i la bona sinergia que manté amb internet es reflecteixen en el creixement d'aquest àmbit d'estudi, que podria esdevenir a mitjà termini un dels filons més practicats, i potser més productius, de les recerques sobre els efectes dels mitjans de comunicació.

El resultat d'aquesta confluència de factors és que, en el moment de traçar una panoràmica sobre les recerques dels joves i la ficció televisiva, ens trobem amb un nombre prou reduït de publicacions sobre el tema, encara molt lligades a la història dels efectes de la televisió. Per aquesta raó, ens sembla necessari fer un ràpid recorregut per la bibliografia genèrica sobre estudis d'efectes i audiències de la televisió, amb la finalitat de poder apropar-nos d'una manera diacrònica a l'objecte de la nostra reflexió.

Els primers paradigmes

L'hegemonia dels efectes de l'exposició als mitjans en els estudis d'audiència arribava al seu final als anys vuitanta, a conseqüència de les primeres alternatives derivades de la crítica al concepte d'*audiència de masses*. Fins aleshores, l'audiència no es considerava un factor cultural significatiu i, a causa de la manca d'investigacions teòriques i específiques sobre la seva naturalesa, s'acceptava l'ús del terme en la seva accepció general per referir-se al públic dels mitjans de comunicació.

Tot seguint l'estela de les anàlisis pioneres de Laswell sobre la propaganda radiofònica nazi, que havia marcat indefectiblement la trajectòria de la *Mass Communication Research*, els investigadors socials se centraven preferentment en els efectes directes dels mitjans.⁴ Tal i com suggereix Masterman a *Teaching the Media* (1985), la preeminència de l'estudi dels efectes sobre l'audiència fins als anys vuitanta es devia, almenys en part, al convenciment dels investigadors que el significat d'un text estava construït únicament pel seu autor (escriptors, directors, productors, etc.) i era inherent al mateix text. En conseqüència, l'espectador es convertia en un receptor passiu, que acostumava a ser tractat com una entitat anònima i homogènia (Ott, 2007).

4. Aquests treballs estaven influenciats per la convicció que la audiència estava integrada per receptors passius, com sostenia per exemple la *hipòtesi de l'agulla hipodèrmica*. També coincidien amb les idees d'alguns teòrics marxistes, com ara els membres de l'Escola de Frankfurt, els quals feien referència a la vulnerabilitat del poble alemany davant del despotisme nazi per afirmar que la cultura de masses limitava el pensament dels destinataris i els convertia en un col·lectiu d'esclaus.

Schramm, Lyle i Parker (1961) acostumen a ser citats per l'entorn *crític* dels estudis de comunicació a Gran Bretanya com els primers a invertir els termes dels treballs precedents i, en comptes de preguntar-se què feia la televisió amb l'audiència, van examinar l'ús que els nens feien del mitjà. Dues dècades més tard, des de l'entorn dels Estudis Culturals s'intentaria omplir el buit de les investigacions d'audiència, tot desplaçant la qüestió dels efectes dels mitjans cap a altres temàtiques com, per exemple, l'anàlisi del context social de la recepció o el plaer textual del consum mediàtic.

Des de la perspectiva *pluralista*, alguns dels investigadors més representatius de la hipòtesi d'usos i gratificacions dels mitjans, com McQuail, Blumler i Brown (1972), atribueixen als estudis d'Hertha Herzog (1940) sobre els oients dels serials radiofònics dels anys quaranta el referent d'un nou enfocament dels efectes dels mitjans, que desmassificava l'audiència en postular la incidència directa dels mitjans sobre el comportament individual. Blumler, McQuail i Brown reconeixen el valor de les primeres aportacions a aquesta línia d'investigació, fetes per autors com Gans (1962) o els ja esmentats Schramm, Lyle i Parker (1961), però lamenten que cap d'ells seguís els consells d'Herzog sobre l'aplicació a l'estudi de l'audiència de metodologies combinades. Tanmateix, Blumler, McQuail i Brown acusen els pioners de la hipòtesi d'usos i gratificacions d'explicar i descriure funcions de la televisió generades pels mateixos investigadors, postulant una aproximació al context de recepció que les primeres expressions de l'esmentada hipòtesi encara no estaven en grau d'assumir (Blumler, Mc Quail i Brown, 2003).

El canvi de paradigma que es produeix als anys vuitanta representava un trencament epistemològic respecte de la creença generalitzada en els *powerful media* que dominava la dècada anterior (Wolf, 1992). Si bé és cert que les hipòtesis sobre el poder dels mitjans formulades al llarg dels anys setanta (espiral del silenci, *knowledge gap*, *agenda setting*, etc.) havien marcat indefectiblement les investigacions sobre la influència dels mitjans de comunicació i, en particular, sobre la violència, també cal assenyalar que per primera vegada s'introduïen plantejaments a llarg termini, encaminats a determinar els efectes de l'exposició continuada i acumulativa dels mitjans.

Durant un llarg període, les investigacions sobre els efectes de les representacions televisives de la violència sobre els nens i els joves, fruit de la creença en el poder dels mitjans, van conuiu amb les aportacions dels Estudis Culturals. En conseqüència, aquestes investigacions constituïen el contrapunt a l'optimisme de la hipòtesi sobre l'*activitat* de l'espectador, esdevinguda després pedra angular de la majoria de les investigacions sobre l'audiència.

Els efectes de la televisió

L'interès suscitat entre els estudiosos nord-americans pels efectes de l'exposició a la violència representada a la televisió, queda palesa en les nombroses investigacions empíriques en àrees com la psicologia, la psiquiatria o la sociologia fins a finals dels anys noranta (McQueen, 1998).

El treball d'Albert Bandura (1978) sobre els efectes de la representació de la violència ha estat un dels més influents, tot i que també un dels més qüestionats en aquest àmbit, a causa de la simplificació que duïa a terme del procés de recepció de l'infant. Bandura afirmava que la televisió no només ensenyava els nens a comportar-se de forma agressiva, sinó que a més a més corroïa el poder de la resistència social cap a les actituds violentes a causa de la insensibilització dels espectadors en relació amb els efectes de la violència generats per la recepció habitual dels programes.

En la línia de Bandura, altres estudiosos consideraven que era possible predir el nivell d'agressivitat dels joves a partir del tipus de programes vistos durant la infantesa; però després de l'impacte dels primers resultats, les seves tesis han estat rebatudes sistemàticament. Per exemple, una enquesta de William Belson el 1978 entre adolescents de Londres (molt criticada pels seus defectes metodològics i per la manca de rigor) revelava que la participació en actes greus de violència semblava incrementar en funció d'una major exposició a la televisió.

El treball del grup de l'Annenberg School of Communication, dirigit per George Gerbner, partia de la premissa que l'espectador cultivava a poc a poc determinades formes de pensar, concepcions del món i sistemes de valors derivats de l'absorció de cognicions i d'ideologies dels diferents grups de poder o d'influència transmesos a la televisió. El reforç constant d'aquestes cognicions i ideologies podia arribar a convertir-les en actituds, o fins i tot propiciar determinades conductes en el receptor. Contra aquells que consideraven que el caràcter ritual de la recepció televisiva reforçava els usos i les gratificacions obtinguts dels mitjans (Greenberg i altres, 1982; Carveth i Alexander, 1985; Rubin, 1985), Gerbner i els seus col·legues sostenien que els espectadors eren més aviat passius, a causa tant de la uniformitat del contingut de la televisió com del caràcter poc selectiu i ritualista de l'audiència.

La investigació sobre l'impacte de la criminalitat representada a la televisió i la premsa, duta a terme per O'Keefe i Reid-Nash (1987), mostrava diferències significatives entre els efectes de l'exposició a les notícies o a la ficció. Així doncs, si bé el temor a la violència criminal semblava augmentar entre els espectadors que consumien més notícies i els induïa a prendre precaucions addicionals, no hi havia cap tipus d'indicador que permetés un procés similar entre els espectadors de ficció, fet que contradeïa en part els resultats de l'anàlisi de cultiu.

Elizabeth Newson, líder de la unitat de desenvolupament infantil de la Universitat de Nottingham, va elaborar el 1994 un controvertit informe titulat *Video Violence and the Protection of Children*, encarregat pel parlamentari liberal demòcrata David Alton per tal de sostenir la seva proposta d'esmena de la *Criminal Justice Bill*.⁵ El text, conegut com *The Newson Report*, suggeria que els

5. La *Criminal Justice Bill* era una llei del Parlament britànic de 1994, introduïda per Michael Howard, ministre d'Interior del Govern de John Major. Aquesta llei modificava la llei en vigor en aquell moment, principalment amb relació a les restriccions i reduccions dels drets existents, així com a la punició de determinades conductes considerades antisocials.

investigadors havien desestimat sistemàticament els efectes perillosos i nocius de la televisió i va rebre una cobertura mediàtica tan àmplia que fins i tot va arribar a introduir el concepte de *psychological harm* en els debats sobre censura i televisió.

Actualment, encara que cada cop siguin menys els estudiosos que plantejen una relació de causa i efecte entre televisió i violència, la polèmica segueix oberta. Tanmateix, malgrat la incidència dels Estudis Culturals en les investigacions sobre recepció fetes a partir dels anys noranta, la llarga tradició de les recerques sobre violència i televisió de la *Mass Communication Research* ha influït d'una manera considerable en molts autors, que continuen fonamentant els seus treballs en la convicció, més o menys explícita, que generalment la influència de la televisió en l'espectador és més aviat negativa.

A partir de la segona meitat dels anys noranta, la diatriba sobre la influència negativa de la televisió i la seva vessant pedagògica s'afronta des del creixent interès pels processos de socialització i de construcció d'identitat a través de la televisió i dels nous mitjans. Aquest àmbit d'estudi assumeix la influència de la televisió entre els espectadors joves, però sense oblidar que la televisió tan sols constitueix un actor més de la socialització i conviu amb altres actors (família, escola, entorn social, etc.), que no anul·la en cap cas. D'altra banda, l'impacte de la televisió transcendeix les intencions dels dissenyadors de programes, fins al punt de poder arribar a condicionar els espectadors de maneres totalment inesperades, perquè la relació amb els mitjans no és de tipus cognitiu sinó que implica respostes emocionals, entreteniment i apreciació cultural.

En termes generals es pot afirmar que, malgrat el fet que alguns estudis recents ens alertin sobre la passivitat fomentada per l'excessiu consum de televisió, també ens recorden que les nombroses informacions de tot tipus que ens arriben a través d'aquest ens enriqueixen amb imatges que potencien el pensament visual, intuïtiu i global. En definitiva, podem dir amb Joshua Meyrowitz (1985) que la televisió ens proporciona un *backstage* que en cas contrari no posseïrïem.

L'audiència activa

Molts estudiosos atribueixen l'inici d'un replantejament de les investigacions sobre comunicació a l'afirmació, feta per Elihu Katz a finals dels anys cinquanta, que tot el camp d'estudi de la comunicació estava mort (Katz, 1959). En la línia de la investigació de Schramm, Lyle i Parker, esmentada anteriorment, Katz observava que fins al moment els investigadors de la comunicació només havien experimentat els efectes dels mitjans en les campanyes polítiques i recomanava preguntar-se què feia l'audiència amb la televisió en comptes de què feien els mitjans amb l'audiència. Més endavant, Katz demostraria en els treballs duts a terme conjuntament amb Lazarsfeld, sobre els descobriments de les investigacions en mitjans, que l'audiència obtenia plaer i responia als mitjans de forma activa, cosa que contradeia l'assumpció generalitzada fins aleshores que l'audiència era passiva i vulnerable (Katz i Lazarsfeld, 1964).

Altres investigadors, com Kippax i Murray (1977), qüestionaven l'existència d'una relació directa entre els usos i les gratificacions de la televisió, al·legant que no era possible establir una correlació sistemàtica entre programes i necessitats d'escapisme específiques. En una altra recerca feta tres anys més tard, Kippax i Murray (1980) tampoc acceptaven la pressuposició que les necessitats de l'audiència estiguessin directament relacionades amb l'ús de la televisió, i conclouien (com ja havia fet Elliot el 1974) que o bé no s'identificaven els usos específics del mitjà o que, al contrari, l'audiència no era activa.

Hawkins i Pingree (1981) sostenien que tant els hàbits com la selectivitat exercien un paper determinant en relació amb la recepció de determinats tipus de programes. Rubin (1985) anava encara més enllà quan identificava dos tipus d'espectadors en relació amb la major o menor fidelitat al mitjà: el consumidor habitual i el no habitual, interessat només en determinats programes. El primer (*espectador ritual*) buscava companyia, relaxació, escapisme, etc., i s'interessaria majoritàriament pels gèneres de diversió o d'entreteniment, mentre que el segon (*espectador instrumental*) preferiria els informatius, els *talk shows* i els magazins d'actualitat. Lemish diferenciava entre espectadors primaris i secundaris, segons la prioritat concedida a la recepció televisiva en relació amb la situació contextual en què es produïa aquesta recepció (Lemish, 1985).

Els resultats de l'estudi de Rubin també mostraven que la recepció instrumental implicava més l'audiència, mentre que la recepció ritual era la més important per a la majoria dels espectadors (Rubin, 1985). Una dècada més tard, Guiddens sostenia que la funció ritual de la recepció televisiva permetia integrar els valors de l'individu amb els de la societat, per la qual cosa se'l situaria a la base de la seva pròpia construcció ontològica (Guiddens, 1995).

Malgrat el fet que la hipòtesi d'usos i gratificacions hagués nascut en el si de la perspectiva liberal, els nous horitzons dels efectes dels mitjans van permetre que encaixés perfectament amb la traça semiòtica i cultural emergent aleshores en el panorama britànic al voltant de la revista *Screen*. Aquesta revista, especialitzada en comunicació, no només havia anat assolint un paper clau en la reorientació de la perspectiva crítica d'estudi dels mitjans de comunicació a partir de 1969, sinó que també va contribuir a preparar de manera definitiva el camí per a la consolidació dels Estudis Culturals en la dècada dels vuitanta.

Les investigacions etnogràfiques i textuais sobre la recepció (*reception analysis*) dels serials televisius d'autors com ara Ieng Ang (1985), John Fiske (1987) o Elihu Katz i Tamar Liebes (1990) minaven definitivament les bases dels diferents models comunicatius sobre el poder dels mitjans construïts al llarg dels anys setanta i consolidaven la hipòtesi de l'*audiència activa* que, en aquell mateix període, ja subscribia la major part dels estudiosos de la comunicació.

Tot seguint el treball pioner de Lull (1980), els investigadors d'Estudis Culturals consideren que el procés de recepció depèn de la naturalesa i de les condicions en què l'audiència interactua amb la televisió i consideren la interacció entre l'espectador i el mitjà com una experiència viva (Ang, 1991). David Morley (1986) afirma que els patrons d'observació de la televisió només es poden entendre en relació amb el context lúdic i familiar de la recepció, mentre que Roger Silverstone (1994) subratlla tres factors decisius en aquest

tipus d'investigacions: a) la descripció d'allò que passa mentre es mira la televisió; b) les característiques intrínseques a la família, com el gènere i l'edat, que afecten l'ús del mitjà; c) les conseqüències de l'observació i del context, tant per a l'individu com per a la família en el seu conjunt.

Els experts en comunicació coincideixen a assenyalar que les quatre investigacions etnogràfiques sobre recepció televisiva més influents en la investigació sobre audiència han estat *The Nationwide Audience* (1980) de David Morley; *Crossroads* (1982) de Dorothy Hobson; *Watching Dallas* (1985) d'Ian Ang i *The Export of Meaning* (1990) d'Elihu Katz i Tamar Liebes. En línies generals, es pot dir que tots aquests autors coincidien en què els espectadors eren altament crítics amb els textos televisius i no tenien problemes a l'hora de lamentar-se quan veien defraudades les seves expectatives.

El fundador dels estudis culturals, Stuart Hall, havia plantejat el 1973 un model de codificació i descodificació (*encoding/decoding*) que se sustentava en tres opcions de lectura, i en conseqüència d'interpretació: lectura dominant, negociada i de resistència. Darrere de l'estela de Hall, David Morley va dur a terme el 1978 un estudi sobre la resposta de l'audiència als informatius i programes d'actualitat com *Nationwide*, en què s'intentava mostrar que les diferències en la interpretació depenien en bona part de la situació social de l'audiència (Morley, 1980). Morley també sostenia que altres aspectes d'un programa, com per exemple la manera de dirigir-se als espectadors, resultaven crucials a l'hora de determinar esquemes de descodificació entre l'audiència o que la *necessitat estètica*, característica de la recepció juvenil, constituïa el principal element diferenciador entre els joves i els adults.

El treball de Morley sobre *Nationwide* van desplaçar estratègicament el centre neuràlgic dels estudis sobre audiència i van facilitar el pas de l'interès pel mitjà (televisió) cap al text (el programa televisiu) i de la centralitat d'interacció audiència/mitjà a la interacció audiència/text, tot i que successivament l'autor rebatria alguna de les seves pròpies pressuposicions (Morley, 1986). Malgrat això, tal i com assenyala David Buckingham (1993), la importància de *The Nationwide Audience* de Morley no residia tant en els resultats obtinguts als diferents tipus d'interpretació, sinó en la crítica a les pressuposicions de l'*screen theory* sobre el determinisme i l'automatisme de la recepció imperants fins aleshores.

Una vegada assumits com a pressuposicions de l'estudi de la recepció, l'*activitat* de l'audiència i el *caràcter negociat* de la interpretació van estimular les investigacions sobre col·lectius socials considerats tradicionalment subalterns respecte de la perspectiva andrògina dominant, com les dones o els gais. La qüestió racial es va convertir en un altre dels principals focus d'atenció dels estudis sobre recepció, impulsada per les nombroses aportacions del mateix Hall (Lacalle, 2008).

A partir dels anys noranta, la influència dels estudis culturals era evident tant a Europa (Klaus Jensen, Birgitta Joijer) com a Amèrica del Nord (John Fiske) i del Sud (Martín Barbero). Juntament amb algunes temàtiques com ara les subcultures juvenils, els estudis sobre la resistència, el gènere, etc., examinats des de la construcció social d'identitat, la hipòtesi de *l'audiència activa*

va esdevenir un dels baluards de la investigació sobre els mitjans de comunicació. Com assenyalava Bo Reimer (1995), malgrat el fet que la investigació sobre audiència no sigui en absolut homogènia, els diferents estudiosos que generalment s'agrupen sota aquesta mateixa etiqueta comparteixen almenys tres de les pressuposicions dels Estudis Culturals sobre els quals es fonamenta l'estudi de l'audiència: a) els mitjans són elements naturals del lleure; b) la vida quotidiana i la família constitueixen l'entorn privilegiat de la recepció i c) els lligams externs també incideixen de manera decisiva en la interpretació.

El pioner estudi de Dorothy Hobson (1982) sobre la *soap opera Crossroad* (ATV, 1964-1988) argumentava que la complicitat de l'audiència amb el programa justificava el dret dels espectadors a obtenir més reconeixement en el procés de creació, tant a l'hora de pressionar per a la millora dels estàndards de producció, com per consultar el públic de la *soap opera* sobre els canvis importants que s'hi volien dur a terme. El treball de Ien Ang sobre *Dallas* (1985) continuava, en certa manera, la investigació de Hobson, si bé plantejava la creació de significats com un procediment alliberador de la recepció. La influència de Hobson també va ser notable entre altres investigadors centrats en el context de la recepció, com per exemple Roger Silverstone (1994) i David Morley (1986 i 1992), les recerques dels quals reforçaven la hipòtesi de Hobson que l'activitat de veure la televisió també incloïa aspectes relacionats amb el gènere. Així mateix, ambdós estudiosos britànics van descobrir que les dones tendeixen a parlar més que els homes quan veuen la televisió, i mentre que elles preferien les *soap operas* i els drames (*fiction*), els homes es decantaven principalment pels informatius, els esports i els documentals (*facts*).

L'aportació de Katz i Liebes a l'anàlisi de la recepció (1990) s'articulava també al voltant de l'anàlisi de *Dallas*, igual que l'estudi d'Ang, i revelava que la lectura dels diferents grups ètnics sobre la *soap opera* era molt variada, cosa que va permetre als autors diferenciar dos tipus preferents d'interpretacions en funció del context cultural dels seus participants: referencial i crítica.

Patricia Palmer afirma, en el seu treball *The Lively Audience* (1994), que diferents variables com l'edat, el gènere o la maduresa física i social afecten de manera determinant la forma en què el nen utilitza i percep la televisió. L'autora s'oposa al criticisme sobre els mitjans d'investigadors com Marie Winn (1977), amb l'objectiu de demostrar que els nens no absorbeixen indiscriminadament tot allò que veuen a la televisió. En la mateixa línia de Palmer, David Buckingham (1995) també subratlla la complicitat agradable i el sentit de «pertinença» a un programa que pot arribar a experimentar qualsevol telespectador.

A partir de l'acceptació generalitzada durant els anys noranta que l'audiència és activa i, per tant, capaç de minar la transmissió ideològica, els resultats de les investigacions sobre recepció ja no ofereixen les contradiccions característiques dels períodes precedents, tot i que les discrepàncies entre autors representatius de perspectives diferents segueixin essent notables. Així doncs, mentre que Katz i Liebes demostraven en l'estudi esmentat sobre *Dallas* que una bona part dels telespectadors nord-americans entenia o fins i tot era gran coneixedora de l'articulació narrativa i del procés de producció de la televisió, una investigació sobre adolescents asiàtics, residents a Anglaterra, i *soap operas*

(Gillespie, 1995) posava de manifest que, malgrat ser activa, l'audiència també apareixia implicada en la reproducció d'ideologia sobre la família, les relacions i el gènere.

Joves i ficció televisiva

Dick Hebdige (1979), un dels màxims estudiosos de les *subcultures juvenils*, sostenia a finals dels anys setanta que les representacions televisives dels joves es relacionaven sistemàticament amb l'oci, la música i la moda, donant per descomptat que aquestes eren les qüestions que més els interessaven. Molts anys després, les investigacions sobre la construcció dels joves a la ficció televisiva confirmen la reiteració dels estereotips recurrents dels joves associats amb les relacions romàntiques i la diversió, si bé s'observa també una tendència creixent a fer servir la ficció com a eina pedagògica.

De fet, el paper didàctic de la ficció en la «normalització» de col·lectius socials o en la lluita contra els prejudicis associats amb determinades malalties (com per exemple el càncer o la sida) no és un fet nou. La National Association for the Advancement of Colored People (NAACP) es va crear als Estats Units l'any 1909, amb l'objectiu de promoure i propagar les veus afroamericanes entre l'opinió pública. Això passava sis anys després que el primer gran film narratiu de la història del cinema (*Asalto y robo de un tren*, Edwing S. Porter, 1903), convertís la dicotomia racial en el referent de les produccions posteriors (Lacalle, 2008). El 1950, es va crear a Mèxic el primer programa d'*entertainment education* (EE) destinat a incloure missatges educatius a la televisió. La iniciativa es va exportar ràpidament als Estats Units, amb la incorporació de qüestions relacionades amb la salut als drames mèdics dels anys seixanta i setanta i, successivament, als serials més populars, així com al programa juvenil *Beverly Hills 90210. Sensación de vivir* (1990-2000).

Les recerques etnogràfiques sobre la recepció juvenil, dutes a terme al llarg dels anys vuitanta i noranta, revelen una certa «apropiació» dels continguts per part d'aquest grup d'edat. En general els joves tendeixen a mostrar una gran capacitat de comprensió del procés productiu i semblen capaços de qüestionar la plausibilitat de les representacions, cosa que pot arribar fins i tot a incrementar el plaer de la recepció (Buckingham, 1987). De fet, encara que Greenberg i altres autors (1982) subratllen la intensa implicació dels espectadors joves amb la ficció, Christine Geraghty (1991) observa que la relació entre els joves i la ficció oscil·la entre la projecció i el distanciament, per la qual cosa considera que la percepció del realisme no fomenta necessàriament els processos d'identificació amb els personatges. L'origen ètnic dels espectadors també sembla incidir en l'apropament o la distància respecte de les representacions, com es posa en relleu en la recerca de Dhoest (2009) entre 80 joves adults dels Països Baixos.

Pel que fa als «usos i gratificacions» de la ficció televisiva per part dels espectadors joves, una enquesta d'Alan Rubin (1985) entre 1.023 estudiants d'11 universitats nord-americanes posava de manifest que la utilitat social o

interacció constituïa un dels quatre motius primaris que induïen els joves a mirar serials televisius, juntament amb l'orientació o exploració de la realitat, l'escapisme i la diversió. En la mateixa línia de Rubin, els resultats de la recerca de Lemish (1985) sobre la recepció de les *soap operas* identifiquen tot un ventall de necessitats de l'espectador que la ficció televisiva ajuda a satisfer.

Els estudis de gènere, que ocupen un lloc destacat en les investigacions sobre mitjans i construcció d'identitats socials, tendeixen a corroborar la incidència del drama televisiu en tant que vehicle d'aprenentatge informal sobre l'amor, el sexe i les relacions personals (Thornham i Purvis, 2005), així com en la lluita contra la violència sexual i la presa de consciència en referència a determinades malalties, com per exemple el càncer de pit o els trastorns psicològics (Henderson, 2007). Bragg i Buckingham (2004) consideren que les representacions relacionades amb el sexe contribueixen a millorar la comprensió del gènere i de la identitat sexual per part dels joves, tot i minimitzant les situacions incòmodes que normalment implica la comunicació sobre aquest tipus de temàtiques entre els progenitors i els fills. Malgrat això, Eyal i altres autors (2007) denuncien l'excés de les representacions relacionades amb el sexe, així com el reduït nombre de missatges sobre la responsabilitat que comporta el fet de mantenir relacions sexuals. D'igual manera, l'estudi de Damme (2010) remarca qüestions com la futilitat de la major part de les relacions sexuals entre joves representades, així com el fet que cada vegada es redueixi l'edat de la iniciació sexual a la ficció.

Una recerca internacional sobre el paper de la televisió en general, i de la ficció televisiva en particular, en la formació de la identitat cultural dels joves europeus entre 14 i 15 anys (McMillin i Fisher-Keller, 2008) posa en relleu la negociació constant entre el contingut dels programes i la interpretació que es duu a terme en els processos de recepció televisiva, al mateix temps que s'hi confirmen les motivacions lúdiques i la tendència a l'escapisme detectada en els estudis sobre el tema fets durant els anys vuitanta. Geraldine Bloustien (2002) també constata, en un treball fet a Austràlia sobre la sèrie nord-americana *Buffi cazavampirs*, el paper de la ficció en la recerca d'una identitat més estable per part dels joves de la societat globalitzada, mentre que una altra recerca etnogràfica de Susan Driver (2007) verifica la funció mediadora d'aquesta mateixa sèrie nord-americana en la construcció de la identitat sexual de les lesbianes joves. En aquesta mateixa línia, en un altra recerca duta a terme als Països Baixos, Dhoest (2009) confirma la incidència de l'origen ètnic dels espectadors en l'apropament o la distància respecte de les representacions.

Una part de les noves recerques sobre joves i ficció televisiva continua explorant les línies d'investigació clàssiques sobre els efectes de la televisió i, encara que els resultats corroboren generalment els dels treballs etnogràfics dels anys vuitanta i noranta, també és cert que s'hi afegeixen matisos nous. Per exemple, Rick Buselle (2010) troba que les idees sobre la violència del grup d'universitaris que estudia sintetitzen els advertiments i admonicions dels pares amb les percepcions del mateix visionament televisiu. Bradley Greenberg (2009) analitza la inserció d'aliments en ficcions adreçades a diferents públics objectius i constata que la ficció dirigida majoritàriament als joves tendeix a

incloure més aliments que l'autor defineix com a «problemàtics» (com per exemple greixos, dolços, etc.) que els programes adreçats als nens o als adults. Russell, Russell i Grube (2009) examinen l'impacte sobre el jovent dels missatges sobre alcohol a la sèrie juvenil nord-americana *The OC* i confirmen els resultats d'altres recerques sobre el mateix tema, tot constatant que la penetrabilitat d'aquest tipus de missatges s'incrementa segons augmenta el temps dedicat a mirar el programa.

Paral·lelament, altres aportacions obren nous filons d'estudi de la influència de la ficció en els joves. Així doncs, Nybro Petersen (2010) troba que algunes sèries televisives nord-americanes actuals ofereixen als joves danesos un espai per buscar interpretacions religioses diferents (en una societat declaradament laica), la qual cosa incideix en la transformació de les seves idees preconcebudes sobre la religió. Kyun Kim (2010) també fa servir els mètodes etnogràfics per explorar la influència d'una sèrie coreana en els espectadors japonesos i correlacionar-la amb la compra subsegüent de marxandatge del programa.

En termes generals es pot dir que les investigacions actuals concorden a fer una valoració més positiva de les representacions dels joves en la ficció televisiva, amb la consegüent disminució dels efectes disfuncionals. De fet, una bona part de les crítiques a la ficció televisiva deriva de la representació de conductes o actituds que, per diferents raons, no es consideren socialment adequades (Rodríguez i Megías, 2007). Tot i això, molts estudiosos es resisteixen encara a reconèixer el caràcter innovador de la ficció i, de manera específica, la tendència creixent a l'adopció de solucions modernes a l'ampli ventall de problemes plantejats, com denuncia Irene Meijer (2005).

A Espanya, el reduït nombre de publicacions sobre els joves i la ficció televisiva també confirma l'associació recurrent entre aquesta tipologia de personatges amb el sexe i l'oci, si bé cal destacar que la major part de les aportacions també reconeix la vessant educativa dels programes analitzats.

Yolanda Montero (2006) analitza el paper de la televisió per a la socialització dels adolescents espanyols i estableix cinc categories de l'ús que aquests últims fan dels mitjans (entreteniment; formació de la identitat; experimentació de sensacions; escapisme i identificació amb la cultura adolescent) i, igual que Christine Geraghty, separa la percepció del realisme dels processos d'identificació amb els personatges. També Lacalle (2011) arriba a aquesta mateixa conclusió en la recerca etnogràfica sobre joves i ficció televisiva que duu a terme amb el seu grup i conclou que, més que d'identificació, s'hauria de parlar de projecció o fins i tot d'empatia amb les situacions viscudes pels personatges (sobretot si són negatives).

Elena Galán Fajardo (2007) recalca la capacitat de la ficció televisiva de promoure models positius de socialització entre els joves, cosa que reforça la tasca de l'educació a l'escola contra les actituds xenòfobes o sexistes. Menéndez (2008) considera que, tot i constatant la tendència a la construcció de models sexistes en una bona part dels programes, la ficció televisiva també pot arribar a ser capaç de trencar amb la ideologia patriarcal mitjançant la reiteració d'alguns missatges transgressors o fins i tot arriscats. Per contra, la recerca de l'Institut de la Mujer (2007) sobre el tractament de la dona en la ficció

espanyola adverteix sobre el risc que l'abundància d'estereotips negatius en la construcció de les identitats de gènere converteixi les representacions en models. Malgrat això, l'estudi de Medrano Samaniego, Palacios Navarro i Aierbe Barandiaran (2007) constaten que els programes més seguits pels joves no són generalment els més perniciosos i la recerca recent de Lacalle i el seu grup (2011) ens recorda que les representacions negatives coexisteixen amb altres de molt edificants (per exemple dels gais i dels immigrants).

En els darrers anys, són cada vegada més les veus que demanen un reajustament dels paradigmes de recerca en aquest àmbit, perquè, com assenyala Samuel Craig (2009), la primera generació «connectada» ja ha assolit la majoria d'edat i els nous patrons de consum deixen patent la tendència a la multirecepció que caracteritza l'espectador juvenil (Kirsch, 2006). Everett adverteix sobre les possibles conseqüències del dividend digital en una societat que multiplica de manera exponencial l'accés d'alguns joves a les noves tecnologies, mentre que d'altres romanen exclosos per qüestions de raça o d'ètnia (Everett, 2008). Però, més enllà de la necessitat incontrovertible de les noves investigacions d'associar la televisió amb les noves tecnologies, l'evidència acumulada sobre la influència de la ficció televisiva entre els joves posa de manifest el potencial pedagògic d'una eina que podria esdevenir un dels baluards de la societat globalitzada.

Bibliografia

- ANG, I. (1985). *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. Londres: Methuen.
- BANDURA, A. (1978). «Social Learning Theory of Aggression». *Journal of Communication* (vol. 28, núm. 3, p. 2-29). Londres: Sage.
- BELSON, W. (1978). *Television Violence and the Adolescent Boy*. Hampshire: Saxon Hous.
- Bloustien, G. (2002). «Fans with a Lot at Stake: Serious Play and Mimetic Excess in *Buffy the Vampire Slayer*» (vol. 5, p. 427-449). *European Journal of Cultural Studies*. Londres: Sage.
- BRAGG, S.; Buckingham, D. (2004). «Embarrassment, Education and Erotics». *European Journal of Cultural Studies* (vol. 7 núm. 4, p. 441-459). Londres: Sage.
- BUCKINGHAM, D. «On the possibility of Children's Television». A: C. Bazalgette; D. Buckingham (1995). *In front of the Children*. Londres: British Film Institute.
- (1993). «Introduction. Young People and the Media». A: D. Buckingham (ed.). (1993). *Reading Audiences. Young People and the Media* (p. 1-23). Manchester: Manchester University Press.
- (1987). *Public Secrets. Eastenders and its Audience*. Londres: BFI.
- BUSELLE, R. W. (2003). «Television Exposure, Parents' Precautionary Warnings, and Young Adults' Perceptions of Crime». *Communication Research* (vol. 30, núm. 5, p. 530-556). Londres: Sage.

- CARVETH, R.; ALEXANDER, A. (1985). «Soap Opera Viewing Motivations and the Cultivation Process». *Journal of Broadcasting & Electronic Media* (vol. 29, núm. 3, p. 259-273).
- CLARKE, S. (2008). «TV's Lost Generation». *Television Magazine* (vol. 45, núm. 3, p. 22-23). Londres: Royal Television Society.
- CRAIG, S. (2009). *The Young and the Digital: What the Migration to Social Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere Media Means for Our Future*. Boston: Beacon Press.
- DAMME, E. V. (2010). «Genre and Sexual Scripts in Popular US Teen Series: A Study on the Gendered Discourses in *One Tree Hill* and *Gossip Girl*». *Catalan Journal of Communication Cultural Studies* (vol. 2, núm. 1, p. 77-92).
- DHOEST, A. (2009). «Establishing a Multi-Ethnic Imagined Community? Ethnic Minority Audiences Watching Flemish Soaps». *European Journal of Communication* (vol. 24, núm. 3, p. 305-323). Londres: Sage.
- DRIVER, S. (2007). *Queer Girls and Popular Culture: Reading, Resisting, and Creating Media*. Nova York: Peter Lang.
- ELLIOT, P. (1974). «Uses & Gratifications Research: A Critique and a Sociological Alternative». A: J. G. Blumler; E. Katz (eds.) *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage.
- EVERETT, A. (2008). *Learning Race and Ethnicity: Youth and Digital Media*. Cambridge: Mass. MIT Press.
- EYAL, K.; Kunkel, D.; Biely, E. N.; Finnerty, K. L. (2007). «Sexual Socialization Messages on Television Programs Most Popular among Teens». *Journal of Broadcasting & Electronic Media* (vol. 51, núm. 2, p. 316-336).
- FISKE, J. (1987). *Television Culture*. Londres: Methuen.
- GALÁN, E. (2007). *La imagen social de la mujer en las series de ficción*. Cáceres: Universidad de Extremadura.
- GANS, H. (1962). «Hollywood Films on the British Screen: An Analysis of the Functions of American Popular Culture Abroad». *Social Problems* (vol. 9, p. 324-328).
- GERAGHTY, C. (2003). «Aesthetics and Quality in Popular Television Drama». *International Journal of Cultural Studies* (vol. 3, p. 25-45). Londres: Sage.
- (1991). *Women and Soap Opera: Study of Prime Time Shows*. Cambridge: Polity Press.
- GERBNER, G. i altres (1996). «Crecer con la televisión». A: J. Bryant; D. Zillmann (eds.). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (p. 35-66). Barcelona: Paidós.
- GILLESPIE, M. (1995). *Television, Ethnicity, and Cultural Change*. Londres / Nova York: Routledge.
- GREENBERG, B. S.; BROWN, J. D.; BUERKEL-ROTHFUSS (eds.). (1993). *Media, Sex and the Adolescent*. Cresskill (NJ): Hampton Press Coop.
- GREENBERG, B. (2009). «A Portrait of Food and Drink in Commercial TV Series». *Health Communication* (vol. 24, núm. 4, p. 295-303).
- GUIDDENS, A. (1995). *La constitución de la sociedad: bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.

- HALL, S. (1973). «Encoding and Decoding in Television Discourse». *Stencilled Paper 7*. Birmingham: CCCS.
- HAWKINS, R.; PINGREE, S. (1981). «U.S. Programs on Australian Television: the Cultivation Effect». *The Journal of Communication* (vol. 31, núm. 1, p. 97-105).
- HEBDIGE, D. (1979). *Subculture: the Meaning of Style*. Londres: Methuen.
- HENDERSON, L. (2007). *Social Issues in Television Fiction*. Edimburg: Edinburgh University Press.
- HERZOG, H. (1940). «Professor Quiz: A Gratification Study». A: P. F. Lazarsfeld (1940). *Radio and the Printed Page*. Nova York: Duell, Sloan and Pearce.
- HOBSON, D. (1982). *Crossroads. The Drama of a Soap Opera*. Londres: Methuen.
- INSTITUTO DE LA MUJER. (2007). *Tratamiento y representación de las mujeres en las teleries emitidas por las cadenas de televisión de ámbito nacional*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- KATZ, E. (1959). «Mass Communications Research and the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for this Journal». *Studies in Public Communication* (núm. 2, p. 1-6).
- KATZ, E.; LAZARSFELD, P. (1964). *Personal Influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. Nova York: The Free Press.
- KATZ, E.; LIEBES, T. (1990). *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*. Nova York: Oxford University Press.
- KIM D. K. i altres (2009). «Television Drama, Narrative Engagement and Audience Buying Behavior». *International Communication Gazette* (vol. 71, p. 595-611). Londres: Sage.
- KIPPAX, S.; MURRAY, J. P. (1977). «Television Diffusion and Social Behavior in Three Communities: A Field Experiment». *Australian Journal of Psychology* (vol. 29, núm. 1, p. 31-43).
- (1980). «Using the Mass Media: Need Gratification and Perceived Utility». *Communication Research* (núm. 7, p. 335-360).
- LACALLE, Ch. i altres (2011). *La representació dels joves a la ficció televisiva catalana i espanyola*. Barcelona: Agència Catalana de la Joventut.
- LACALLE, Ch. (2008). *El discurso televisivo sobre la inmigración: ficción y construcción de identidad*. Barcelona: Omega.
- LEMISH, D. (1985). «Soap Opera Viewing in College: a Naturalistic Inquiry». *Journal of Broadcasting and Electronic Media* (vol. 29, núm. 3, p. 275-293).
- LULL, J. (1980). «The Social Uses of Television». *Human Communication Research* (núm. 6, vol. 3, p. 197-209).
- MCMILLIN, D.; FISHERKELLER, J. E. (2008). «Teens, Television Characters, and Identity». Conference papers *International Communication Association, Annual meeting* (p. 1-27).
- MCQUAIL, D.; BLUMLER, J.; BROWN, R. (1972). «The Television Audience: a Revised Perspective». A: D. McQuail (ed.). *Sociology of Mass Communication*. Londres: Longman.
- MCQUEEN, D. (1998). *Television: a Media Student's Guide*. Londres: Arnold.
- MASTERMAN, L. (1985). *Teaching the Media*. Londres: Comedia.

- MEDRANO, C.; PALACIOS, S.; AIERBE, A. (2007). «Los hábitos y preferencias televisivas en jóvenes y adolescentes: Un estudio realizado en el País Vasco». *Revista Latina de Comunicación Social* (vol. 10, núm. 62, p. 1-15).
- MEIJER, I. C.; VAN VOSSEN, M. (2009, maig). «The Ethos of TV Relationships. A Deconstructive Approach Towards the Recurring Moral Panic about the Impact of Television». Article presentat a la reunió anual de l'*International Communication Association* (p. 1-32). Nova York.
- MENÉNDEZ, M. J. (2008). *Discursos de ficción y construcción de identidad de género en televisión*. Palma de Mallorca: Servei de Publicació i Intercanvi, Universitat de les Illes Balears.
- MEYROWITZ, J. (1985). *No Sense of Place: the Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Nova York: Oxford University Press.
- MONTERO, Y. (2006). *Televisión, valores y adolescencia*. Barcelona: Gedisa.
- MORLEY, D. (1992). *Television, Audience and Cultural Studies*. Londres: Routledge.
- (1986). *Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure*. Londres: Co-media.
- (1980). *The 'Nationwide' Audience*. Londres: BFI.
- NEWSON, E. (1994). «Video Violence and the Protection of Children». *Journal of Mental Health* (vol. 3, núm. 2, p. 221-227).
- O'KEEFE, G. J.; REID-NASH, K. (1987). «Crime News and Real-World Blues: The Effects of Media on Social Reality». *Communication Research* (núm. 14, p. 147-163).
- OTT, B. (2007). *The Small Screen: How Television Equips Us to Live in the Information Age*. Malden, Massachussets: Blackwell.
- PALMER, P. (1994). «The Lively Audience». A: D. Graddol; O. Boyd-Barrett (eds.). (1994). *Media texts: Author and Readers*. Buckingham: Open University Press.
- PETERSEN, L. N. (2010). «American Television Fiction Transforming Danish Teenagers' Religious Imaginations». *The European Journal of Communication Research* (vol. 35, núm. 3, p. 229-247).
- REIMER, B. (1995). «The Media in Public and Private Spheres». A: J. Fornäs; G. Bolin (eds.). (1995). *Youth Culture in Late Modernity* (p. 58-71). Londres: Sage.
- RODRÍGUEZ SAN JULIÁN, E.; MEGÍAS, J. (2007). *Jóvenes en los medios. La imagen mediática de la juventud, desde su propia mirada*. Madrid: INJUVE i Fundació de Ayuda contra la Drogadicció.
- RUBIN, A. M. (1985). «Uses of Daytime Television Soap Operas by Collegue Students». *Journal of Broadcasting and Electronic Media* (vol. 29, núm. 3, p. 241-258).
- RUSSELL, C. A.; RUSSELL, D. W.; GRUBE, J. W. (2009). «Nature and Impact of Alcohol Messages in a Youth-Oriented Television Series». *Journal of Advertising* (vol. 38, núm. 3, p. 97-111).
- SCHRAMM, W.; LYLE, J.; PARKER, E. B. (1961). *Television in the Lives of Our Children*. Stanford: Stanford University Press.
- SILVERSTONE, R. (1994). *Television and Everyday Life*. Londres: Routledge.

- THORNHAM, S.; PURVIS, T. (2005). *Television Drama. Theories and Identities*. Londres: Palgrave MacMillan.
- WINN, M. (1977). *The Plug-in Drug: Television, Children and the Family*. Nova York: Viking.
- WOLF, M. (1992). *Els efectes socials dels mitjans de comunicació de masses*. Barcelona: Editorial Pòrtic.

Charo Lacalle és catedràtica del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la UAB. Dirigeix l'Observatori de la Ficció Espanyola (OFE) i la secció espanyola d'OBITEL (Observatorio de la Ficció Latinoamericana). La seva especialitat és l'anàlisi audiovisual.
