

JUVENTUD, MEDIOS Y FICCIONES

Cañas, Natalia Soledad

Lesta, María Laura

Escuela de Ciencias de la Información

Universidad Nacional de Córdoba

nscanas@gmail.com

laulesta@gmail.com

GT 8

El presente trabajo forma parte de un trabajo de marco referencial de una tesis doctoral. Por lo que, se circunscribe como una investigación exploratoria de lo escrito sobre el tema hasta el momento. Lo que se intenta alcanzar aquí es anticipar un recorrido por el estado del arte de los jóvenes y las pantallas (de tv). Lo que indagaremos en el presente trabajo son las lógicas de producción de programas de ficción para públicos juveniles haciendo hincapié en las representaciones sociales del adolescente, sus prácticas, gustos, elecciones, vínculos, entre otros.

La «juvenilización» de la pantalla coincide ciertamente con un avance del ‘efecto joven’ que se relaciona con las formas de trabajo pero se encuentra totalmente imbuido de los valores imperantes y presentes en los procesos sociales y culturales (Emanuelli, 2001).

Al asumir a los jóvenes como audiencia de la TV, los concebimos como sujetos “en situación” y, por lo tanto, condicionados biográfica y colectivamente que operan como mediaciones del proceso de la recepción (Martín Barbero, 1991). Su lugar como público se va construyendo y diferenciando de muchas maneras como resultado de su particular interacción con la TV y de las diferentes mediaciones que entran en juego en este proceso (Orozco Gómez, 1994, 58).

La etapa adolescente es vital y crucial para el desarrollo y la construcción de los valores y de las identidades, tanto individuales como colectivas. Durante este delicado y complejo proceso, los individuos suelen recurrir a modelos y representaciones provenientes de los sujetos significativos de sus entornos, los llamados agentes socializadores, como son la familia, el grupo de pares o la escuela. Pero, además de representaciones, patrones y clichés reales, los jóvenes recurren a otros que atañen a la esfera mediática. Todavía en la era digital y juntamente con los

nuevos medios de comunicación electrónicos, la televisión sigue teniendo cierto peso en la función socializadora de los adolescentes. En particular, su función modeladora se hace más evidente en los productos de ficción, que además suelen colocarse en la cima de las preferencias juveniles (Fedele y García Muñoz). El consumo de ficciones televisivas, es un objeto de estudio interesante para comprender (desde la perspectiva de la recepción) los efectos que se producen en las posteriores acciones, valores y actitudes de los jóvenes en sus vidas cotidianas.

Palabras claves: jóvenes, ficciones televisivas, series.

Los jóvenes en las pantallas

Para el sociólogo, Pierre Bourdieu (2001) ser y estar joven es uno de los aspectos más ansiados en la sociedad y está relacionado estrechamente con otros atributos como la belleza, el culto al cuerpo, la salud o la vitalidad. Los medios de comunicación son conscientes de ello y explotan al máximo estas propiedades, pues resultan convincentes y rentables. La juventud se presenta, muchas veces, como portadora de transformaciones en los códigos culturales, a veces de modo más notorio y otras de manera imperceptible incorporando nuevos cambios en las costumbres, tradiciones, creencias y sentidos (Margulis, 2008). Los cambios son aceptados bajo la premisa de que las sociedades evolucionan y por lo tanto se vuelve necesaria la creación de nuevas significaciones en la lectura de los intercambios culturales y las relaciones interpersonales. Y como expresan Levin y Schmitt: “la juventud es una construcción social y cultural.”¹ (1996, p. 7) Es una etapa que se encuentra entre la infancia y la edad adulta. Se caracteriza, según los autores, por momentos de crisis individuales y colectivas pero también por fases de compromisos exaltados y entusiastas. Es una etapa que se determina más por rupturas que por continuidades, en la que se comienzan a cuestionar las creencias y los mandatos sociales.

La «juvenilización» de la pantalla coincide ciertamente con un avance del ‘efecto joven’ que se relaciona con las formas de trabajo pero se encuentra totalmente imbuido de los valores imperantes y presentes en los procesos sociales y culturales (Emanuelli, 2001).

Al asumir a los jóvenes como audiencia de la TV, los concebimos como sujetos “en situación” y, por lo tanto, condicionados biográfica y colectivamente que operan como mediaciones

¹Cabe aclarar que en el presente trabajo los conceptos de jóvenes y adolescentes serán utilizados como sinónimos, aunque uno haga referencia más a lo social y lo cultural y el segundo a lo psicológico y biológico.

del proceso de recepción (Martín Barbero, 1991). Su lugar como público se va construyendo y diferenciando de muchas maneras como resultado de su particular interacción con la TV y de las diferentes mediaciones que entran en juego en este proceso (Orozco Gómez, 1994, 58).

La etapa adolescente es vital y crucial para el desarrollo y la construcción de los valores y de las identidades, tanto individuales como colectivas. Durante este delicado y complejo proceso, los individuos suelen recurrir a modelos y representaciones provenientes de los sujetos significativos de sus entornos, los llamados agentes socializadores, como son la familia, el grupo de pares o la escuela. Pero, además de representaciones, patrones y clichés reales, los jóvenes recurren a otros que atañen a la esfera mediática. Todavía en la era digital y juntamente con los nuevos medios de comunicación electrónicos, la televisión sigue teniendo cierto peso en la función socializadora de los adolescentes. En particular, su función modeladora se hace más evidente en los productos de ficción, que además suelen colocarse en la cima de las preferencias juveniles (Fedele y García Muñoz). El consumo de ficciones televisivas, es un objeto de estudio interesante para comprender (desde la perspectiva de la recepción) los efectos que se producen en las posteriores acciones, valores y actitudes de los jóvenes en sus vidas cotidianas.

Series juveniles

En la actualidad, en un momento clave del desarrollo de los medios a partir de la digitalización, la consecuente expansión de canales y la clara apuesta por los canales temáticos de ficción, se revaloriza el conocimiento sobre el consumo adolescente de la ficción televisiva. Y por ello su estudio desde el ámbito académico es todavía parecería más urgente en virtud de entender el papel de la escuela en este contexto de lectura de los medios de comunicación.

La investigación sobre las producciones de series de ficción para el público adolescente ha ido asumiendo cada vez más relevancia en las últimas décadas, probablemente también en consonancia con el aumento de la producción de ficción específicamente dirigida a este público.

Las «teen series»² se pueden considerar productos de ficción seriada, generalmente de corte dramático, dirigidos principal y específicamente al público juvenil, de entre 40 y 60 minutos de duración, producidos a partir de la década de los noventa especialmente en países anglófonos y que narran las historias y las vidas de personajes adolescentes. Pueden tener un único personaje o un grupo que se constituye como protagonista, se centran en la época de la «highschool»,

²El término “teen series” será tomado como sinónimo de ficciones televisivas para adolescentes, telenovelas juveniles, programas juveniles a los efectos de hacer más amplia la terminología de referencia. GUARINOS, Virginia (2009). *Fenómenos televisivos «teenagers»: prototipias adolescentes en series vistas en España*. En: *Comunicar*, 33, 203-211.

cuando los personajes tienen entre 13 y 16 años, y se caracterizan por la centralidad de tramas sobre relaciones interpersonales, especialmente de amor y amistad (Guarinos, 2009).

No obstante, y como suele ocurrir dentro de este género, lo ficcional se sumerge dentro de una narración verosímil: la vida de los protagonistas evoca fuertemente los principales acontecimientos que transcurren en esta etapa de la vida, tales como el amor, la amistad, la vocación, los sueños, etc. Lo llamativo de estos tipos de programas puede ser en algunos de ellos la incorporación de diversos elementos sobrenaturales que intervienen como variantes para la solución de las problemáticas planteadas, produciendo una suerte de efecto de “encapsulamiento” de la etapa adolescente como un momento separado del mundo adulto y de las problemáticas que deben afrontar. La incorporación de elementos de ciencia ficción parece emerger con gran aceptación en los públicos adolescentes que se enganchan con las ficciones y se convierten en fervientes fan y defensores de las mismas.

Por otra parte, Ana María Fernández (1996), pondrá en juego dos conceptos muy interesantes a nuestro entender, de trabajar aquí: la plusconformidad y el abatimiento. En donde lo que se pone a rodar son nuevas formas de subjetivación de los jóvenes. “Se trata de personas que accionan y practican abusos y excesos de diversos ordenes, desde violencia, crueldades y severos trastornos alimentarios hasta adicciones de muy diferentes tipos; en algunos casos, pueden encontrarse con frecuentes problemas con la ley, también llamadas conductas delictivas”(p. 27). Estas subjetivaciones planteadas se caracterizan por haber roto la relación acción – efecto en donde la urgencia del gozo borra el campo de la experiencia.

Por otra parte, Florencia Saintout expresa en el informe del observatorio de jóvenes correspondiente al año 2012, unas palabras que pueden ejemplificar lo que se viene diciendo hasta aquí

Construir una cartografía compleja acerca de las narrativas mediáticas sobre los y las jóvenes implica preguntarnos por uno de los modos en que los sentidos acerca de lo juvenil son organizados, negociados y disputados. Si entendemos que lo juvenil sólo puede pensarse en el espesor de las relaciones conflictivas de auto y heterodefinición, relaciones materiales y discursivas de resistencia, apropiación y reproducción, veremos allí donde los medios sustancializan, banalizan y ahistorizan los perfiles y prácticas juveniles, se anuda un tipo de regulación simbólica de lo social y de los sujetos que lo componen.

Lo que se pone en juego en las narrativas mediáticas son los sentidos, valores y contenido que los jóvenes le otorgan a sus propias prácticas sociales. Por lo que, se hace necesario que se desarrolle una reflexión acerca de los sentidos que los medios otorgan a las prácticas juveniles y que cobran distintos significados en la pantalla.

“El papel de la televisión en la transmisión de representaciones de diversa índole continúa siendo un fenómeno social y cultural, a la hora de influir o perpetuar creencias, estereotipos o valores de la audiencia (Peterson, Peters, 1983; en Gerbner, 2002).”

El género de las telenovelas dirigidas al público adolescentes en la Argentina ha sido creciente en estos últimos años. En el caso argentino, uno de los programas favoritos fue la novela juvenil *Casi Ángeles*, ciclo televisivo creado por Cris Morena y producido por Cris Morena Group y RGB (Gustavo Yankelevich). Esta telenovela lideraba la programación de las tardes con un promedio general de 16 puntos de rating (según datos de IBOPE). La dupla de productores ha trabajado en éxitos anteriores de series juveniles como: *Chiquititas* (desde 1995 hasta 2001), *Floricienta* (2004 y 2005), *Erreway* (2002 y 2003), entre otros, todos destinados al público adolescente. Su éxito no se limita al rating televisivo sino también al teatro, música, revistas, libros, entre otros, basados en la narración exhibida en la TV. En su propio blog, la banda 'TeenAngels' de 'Casi Ángeles' (desde 2007 hasta 2010) tiene publicado las cifras del éxito del programa: más de 500 mil discos en un período de cuatro años, con 6 CD's editados en la Argentina. Pero también se han editado en otros países de Latinoamérica, España e Israel. El suceso televisivo fue llevado al teatro y actuaron en Argentina, España, Perú, Israel, Uruguay y México. Obtuvieron el primer lugar en 2009 en la entrega de los Premios 40 Principales, como mejor Artista de Argentina (casiangelesblog.com, 2010).

Teleserie Juvenil: ALIADOS

En junio de 2013 los mismos productores ponen al aire *Aliados*. La historia de la telenovela (tal como aparece en su propio blog) cuenta que desde hace miles de años la raza humana camina el planeta construyéndolo y destruyéndolo con igual intensidad. En las últimas décadas se han realizado adelantos en ciencia y tecnología a la velocidad de la luz, pero con igual rapidez se han alejado los unos de los otros, hasta olvidarse que es lo esencial, quiénes somos y para qué estamos aquí. Desde fines del 2012, la humanidad comenzó una cuenta regresiva que va a conducirla a su destrucción o a su renacimiento. La clave de acceso a la nueva era está en manos de 7 jóvenes humanos, tan poderosos como marginales, tan atractivos como perdidos, tan revolucionarios como violentos, tan aislados como comunicados. Con ayuda de la Energía Femenina Creadora, estos jóvenes serán habitados y asistidos por 7 seres de diferentes dimensiones, que se convertirán en sus socios. *Aliados* es la jugada final, la última historia de amor incondicional entre el universo y la tierra (<http://aliados.telefe.com/aliados/>).

Esta historia de *Aliados* estará protagonizada por trece jóvenes: Venencia, Noah, Inti, Maia, Azul, Luz, Franco, Ian, Manuelito, Valentín, Gopal, Devi y Ambar. En este grupo de jóvenes hay un

gran mix de situaciones, condiciones sociales, relaciones y vínculos interpersonales que se entrecruzarán dando lugar a múltiples historias dentro de la trama principal.

Algunas características de estos personajes:

Noah: un joven rico y caprichoso que siempre ha obtenido lo que quiso. Juega con los sentimientos de las mujeres y también con los de las personas que lo rodean, ya que no le interesa tener relaciones serias. Es manipulador, sexy, soltero y padre de Tomás, aunque él niega esa paternidad. En el pasado ha presenciado como su padre asesina a su hermano (su tío) por el amor de su madre, hecho que lo hace ser como es. A lo largo de la novela intentará superarse. Se terminará enamorando de Venencia (quien no cae a sus brazos rendida, sino que se le resistirá) y por ese amor intentará ser una mejor persona. Venencia sería su aliada en la tierra.

Franco: representará el estereotipo de chico marginal, pobre y ladrón. No tendrá un hogar, ni familia, ni trabajo. Estará al margen de la ley casi todo el tiempo y por ello irá a la cárcel. Será rescatado por Inti, su aliado. Franco se enamorará de Azul e intentará conquistarla en todo momento para ello intentará comprender y participar de alguna manera del mundo artístico de Azul.

Manuel: es uno de los más pequeños de la serie, sufre de maltrato escolar, o bullying en silencio. Su mamá lo sobreprotege. Él es tímido, inseguro y le gusta cantar. En su infancia a tenido amigos imaginarios. Su aliado será Gopal que se comunicara con Manuel a través de espejos o cuadros (ya que se encuentra encerrado en esos objetos). Intentará suicidarse para no ser más víctima de maltratos. Su enemiga en el colegio será Maia.

Azul: una joven que gana popularidad y fama a partir de participar en un reality shows de jóvenes cantantes pop. Allí le gana el primer puesto a Maia, con quien después tendrá una relación tensa. Azul presenta síntomas de anorexia, por lo cual a su edad, 15 años todavía no ha menstruado. Es fría, autoritaria y caprichosa. Su padre la abandono de pequeña y su madre es quien maneja su carrera, canalizando a través de azul sus sueños no obtenidos de joven, por lo que la tortura con su peso, el profesionalismo y las exigencias para mantener el éxito. Azul, finalmente se enamorará de Franco, galán que no será aceptado por su madre. Su aliada será Luz, quien habitará en su mismo cuerpo, haciendo que actúe de manera extraña en diferentes ocasiones, ya que Luz, la hará mostrarse solidaria, comprensiva, amable y gentil, cualidades opuestas a la personalidad de Azul.

Maia: es una chica que pierde el concurso de canto pop en manos de su compañera Azul. Ante ese hecho se vuelve egoísta y solo encuentra placer agrediendo a los demás. La principal

víctima de su violencia será el personaje de Manuelito, quien sufrirá de bullying de la mano de Maia. Su padre la abandono de pequeña y su madre es alcohólica además de ejerce violencia física sobre ella, por no lograr ganar el concurso. Su aliada en la tierra será Ámbar, quien intentará aplacar la violencia de Maia hacia los demás, en especial hacia Manuel.

Valentín: es un niño huérfano que estará en manos de un hombre que lo hará trabajar y lo maltratará encerrándolo en un pozo de agua, en soledad. Los sentimientos de odio y rencor toman más fuerza en la vida de Valentín a medida que pasa el tiempo. No conoce del amor que los adultos o los otros niños le puedan dar. Valentín ha perdido las ilusiones de poder dejar esa vida de trabajo y maltrato, solo sabe pelear. No sabe como relacionarse ni actuar con otros niños de su edad. Su aliada en la tierra será Devi.

Ámbar: es la aliada de Maia que a diferencia de ésta última sus acciones están llenas de paz y armonía. Se presenta como una joven con gran vitalidad, alegre, es inquieta y pregunta sobre todo, ya que, estar en la tierra para ella es una aventura nueva que esta experimentado y la vive con intensidad. Es del planeta Sirio. Le cuesta comprender la maldad de Maia e intenta hacer de todo para disuadirla de sus actos.

Devi: en la tierra es la aliada de Valentín. A diferencia del resto de los seres de Luz ella es un ser humano de luz. Tiene 12 años pero posee una sabiduría de un adulto. Es divertida, alegre, solidaria y se sentirá muy comprometida con su misión de ayudar a Valentín. Tiene a sus padres que conocen de las características de Devi. Se muestra fuerte y de carácter a la hora de asumir sus responsabilidades.

Gopal: es el aliado que acompañara a Manuel. Vive a través de los reflejos, por eso se lo ve solo en espejos y marcos. Es simpático, inteligente y amistoso. No se ha hecho presente en la tierra como los demás seres de luz, por eso se dice que habita otra tierra. Le gusta quebrantar las reglas y muchas veces donde hay soluciones solo ve problemas. Cuando pase un tiempo, experimentara salir de los reflejos y existir en la tierra, lo que lo llevara a descubrir nuevas sensaciones.

Inti: será el ser de luz que acompañe a Franco. Habitará el cuerpo de Matías Arce (amigo de Noah, quien recibió un disparo por parte de Franco), como de humanos no sabe casi nada le cuesta adaptarse a su cuerpo. Nació en el lado del fuego de un planeta especial. Experimentará el amor a partir de enamorarse de Emma, la mamá del hijo de Noah. Es inteligente, simpático y leal.

Venencia: será la Aliada de Noah en la tierra. Es un ser de luz que ya ha estado en otros cuerpos humanos en otras misiones, pero no lo recuerda. Se caracteriza por el amor en sus

acciones y la paz que la rodea. Sus misiones se relacionan con procurar y crear amor pero sin comprometerse. Su misión con Noah la cambia ya que ella se terminará enamorando de él. Es muy amiga de Inti.

Ian: es el líder de los seres de luz en la misión de la tierra. Es un ser especial que pareciera habitar un cuerpo humano pero el mismo no está compuesto ni por partículas ni moléculas. Si bien no comprende la misión que vienen a realizar a la tierra no la cuestiona y está al pendiente de que cada ser de luz cumpla con sus objetivos, marcando cuando no están realizando la tarea satisfactoriamente. Desconoce cuál es su propia misión en la tierra e irá descubriéndola a lo largo de la historia. Es un ser sabio, paciente, leal, curioso, y profundo. Transmite paz y sabe dirigir a sus compañeros. Siente que la tarea a la que ha sido convocado es trascendental para él y la humanidad y por eso no quiere fallar.

Un dato curioso de estos personajes es quiénes son en la vida real. Las producciones de Cris Morena se han caracterizado por lanzar al mundo artístico jóvenes desconocidos que logran el éxito gracias a la popularidad de los programas de la productora. Pero en esta historia particularmente pasó algo distinto. Si bien hay personajes que habían sido desconocidos hasta el momento, pareciera no ser casualidad su incorporación. Dentro de la historia se encuentran hijos de famosos actores y actrices, actores que ya eran conocidos por otras programas de Morena y por último personajes que eran muy populares en la redes sociales, ya sea por facebook, twitter o por videos de youtube.

Por otra parte, esta novela incorporó los llamados *Websodios* que son pequeños adelantos del capítulo a emitirse en la web de la telenovela juvenil, de cinco minutos de duración. Los adelantos comienzan el día jueves (un día después de la emisión semanal, los días miércoles) a partir de las 20 hs. Así al llegar la otra semana si se suman cada fragmento de los websodios se compone un capítulo completo.

Este conjunto de elementos, generados desde el mismo grupo productor, en distintos medios y soportes construye un universo temático vinculado con la ficción televisiva pero que la excede ampliamente. En su circulación, define un estilo juvenil que a la vez que orienta consumos construye vínculos identitarios.

La aparición de Internet y las tecnologías digitales implican cambios cualitativos en la trasmisión (Jenkins, 2008). A partir de este momento cobra importancia la participación activa de la audiencia. Los distintos tipos de intertextualidad que se presentan en relación con la ficción televisiva abarcan distintos espacios (sitios de broadcasting, blogs, páginas de descarga, reediciones audiovisuales). Los más frecuentes y extendidos son sitios que proponen un recate de la producción televisiva, ofreciendo los capítulos para descargar y los foros o blogs de discusión sobre los títulos. (Orozco Gómez, Vassallo de Lopes, 2010, 122)

La cita de los autores busca ejemplificar como hoy la audiencia participa activamente en la historia de la serie, haciendo aportes que pueden ser considerados y manifestados en la pantalla.

Antes de emitirse el primer episodio de la novela, en un programa de televisión del mismo

canal se hizo la presentación oficial. Además de la promoción del disco musical de la novela con las canciones de los diferentes personajes. Cada uno de las historias que se entrelazan en la narrativa de la novela tiene una letra de canción especial y particular.

La magia y el surrealismo dicen presente en esta serie dedicada al público adolescente, en donde el exterminio del mal de la humanidad solo parece ser posible si es combatido por elementos espirituales y de fe.

La historia de “Aliados” surge a partir de la vuelta como productora de Cris Morena, quien se caracteriza por trabajar la temática de jóvenes desde la década de los noventa, con el programa Jugate Conmigo hasta la actualidad. Su retiro como productora por tres años (2010 al 2013) se debió a la pérdida de su hija mayor. De ahí que su nueva ficción televisiva, dedicada como siempre a los jóvenes, tuviera una impronta más marcada de “superstición espiritual”, para llamarlo de alguna manera. En donde “seres de luz”, velan por jóvenes humanos en la tierra y los ayudan a cumplir con sus metas e ideales.

Las series juveniles y la web

Internet se ha convertido en “aliado” de la televisión, por lo que, necesariamente requiere asociarse a la web y complementarse si desea seguir entre los medios preferidos de las audiencias. El uso de las redes sociales y la interactividad que se produce entre sus usuarios es elemento clave para comprender su desarrollo y aceptación entre los jóvenes. Por estos días casi todos los programas de tv tienen una web o un blog en la red del programa emitido por la televisión. En ese espacio los fans, entendidos como audiencia fiel de la serie, tiene la posibilidad de encontrar novedades, entrevistas, adelantos, historias paralelas, fotos de sus personajes favoritos. Además, los jóvenes en la red tienen la posibilidad muchas veces de elegir el futuro de sus personajes. La interactividad radicaría en poder seleccionar entre algunas acciones (propuestas por los productores de la serie) que puede realizar su personaje. Así el público participa (de alguna manera) en la construcción de la historia.

Necesariamente en un momento clave del desarrollo de los medios a partir de la digitalización, la consecuente expansión de canales y la clara apuesta por los canales temáticos de ficción, se revaloriza el conocimiento sobre el consumo adolescente de la ficción televisiva. Y por ello su estudio desde el ámbito académico es todavía más urgente. Comprender desde qué perspectiva los adolescentes otorgan significados y sentidos aquello que consumen en las pantallas. Porque de esos significados, valores y creencias surgirán las relaciones y las construcciones de sus propias personalidades e identidades.

Las múltiples plataformas de las narrativas de las ficciones televisivas se encuentran inmersas en la convergencia de lo digital y lo global cultural, por eso desde su origen podría decirse son consideradas para ser puesta en escenas en diferentes medios. Orozco Gómez en este punto, en el texto del observatorio iberoamericano de la ficción televisiva de Convergencias y transmediaciones de la ficción televisiva, cita a Jenkins, en donde dice:

Es una historia transmediática aquella que se desdobra a través de múltiples plataformas de medios de comunicación, cada cual con su nuevo texto, haciendo una colaboración distinta y valiosa para un todo. En la forma ideal de narrativa transmediática, cada medio hace lo que sabe hacer mejor, con el fin de que una historia pueda ser introducida en una película, ser expandida por la televisión, novelas y dibujos animados; su universo pueda ser explotado en juegos o experimentado como atracción de un parque de diversiones (Jenkins citado por Orozco Gomez, 2010, p. 63).

Para Jenkins (2009) la participación activa de televidentes o fans en diferentes sitios permite prestar atención al modo en cómo la audiencia procesa y semiotiza la programación televisiva aunque esta intervención no puede especularse como extensiva a toda la audiencia.

Los medios de comunicación son un canal de identificación que modela los gustos y las inclinaciones de los adolescentes, tanto como pueden hacerlo la familia y el grupo de pares. Constituye una vía de socialización y aprendizaje en temas vinculados a la moda, la música y el cine. La televisión misma se convierte en un contenido a compartir (Téramo, 2006).

El estudio de los productos de ficción televisiva, específicamente pensados para ser consumidos por un target juvenil, permite aportar conocimiento sobre qué tipo de imágenes y representaciones de sí mismos pueden consumir los adolescentes. Además, las teen series son productos que mantienen una estrecha conexión con fenómenos mediáticos y culturales de circulación global, como son la cultura teen, las teenmovies y la teen TV (2010, p.135).

La cita de García Muñoz y Fedele lo que busca es contribuir a la visión de cómo deben ser leídas o comprendidas las series juveniles dentro de la televisión en torno a la cultura.

La pantalla del televisor batalla con otras pantallas desde donde se pueden ver esos mismos contenidos más desarrollados y sin limitaciones horarias. La rigidez de la programación televisiva se va desdibujando en pro de nuevas formas. También está influyendo en la narración de las historias, que son cada vez más fragmentadas y con un lenguaje más espontáneo y juvenil, sin censuras, con el que retratan conflictos que les preocupan y cuestionan el sistema hegemónico de producción y distribución (Galán y Del Pinto, 2010, p. 15). Hoy los medios de comunicación parecieran configurar nuevas formas de intercambios simbólicos con y entre los jóvenes. Así lo describirá el autor, Seni Medina cuando expresa: “Es cultura de ciudad entre los jóvenes vivir en función de la comunicación mediada por la tecnología mientras se fortalece el ejercicio social y productivo. En este sentido, la penetración de los medios de comunicación en la cotidianeidad de la juventud ha generado nuevas necesidades de información y hábitos en consumo de medios” (2010, p.14).

Lo que se está construyendo es un nuevo espectador o audiencia, en donde todavía se están desarrollando y buscando características que lo describan y lo definan. Los jóvenes como audiencias debieran ser considerados como un *infinito de sentido* porque se reinventa a sí mismo adaptándose a las demandas del mercado y del consumo según las épocas. Hoy la combinación de ambas pantallas (televisión y pc) parece ocupar un lugar de múltiples relaciones entre los jóvenes, las tecnologías y la red.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (2001) *Sobre la Televisión*. Barcelona: Ed. Anagrama
- Emanuelli, P. (2001). *Dominante Cultural y productos televisivos: géneros que homogenizan preferencias*. Ámbitos: Revista internacional de comunicación, (6), 7-20
- Fedele, M., García-Muñoz, N. (2010). El consumo adolescente de la ficción seriada. *Vivat Academia* (111). Recuperado de <http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n111/DATOSS.htm>
- Guarinos, V. (2009). *Fenómenos televisivos «teenagers»: prototipias adolescentes en series vistas en España*. Comunicar, (33), 203-211.
- Jenkis, J. (2008). *Los monstruos de al lado: diálogo entre un padre y su hijo sobre Buffy, el pánico moral y las diferencias generacionales*, en *Fans, blogueros y videojuegos*. La cultura de la colaboración. Barcelona: Editorial Paidós.
- Levi, G y Schmitt (1996). *Historia de los jóvenes*, Tomo I. Madrid: Taurus
- Margulis, M. (2003) *Juventud, cultura, sexualidad. La dimensión cultural en la afectividad y sexualidad de los jóvenes en Buenos Aires*. Buenos Aires: Laf
- Martín Barbero J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Mexico: Gilis
- Montero Rivero, Y. (2005). *Estudio empírico sobre el serial juvenil. Al salir de clase: sobre la transmisión de valores a los adolescentes*. Comunicar, (25). Recuperado en <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-070> (12-01-09)
- Morduchowicz, R. (2010). "La TV que queremos. Una televisión de calidad para chicos adolescentes". Buenos Aires: Editorial Paidós
- Orozco Gómez, G. (ed). (2002). *Historias de la televisión en América Latina*. España: Editorial Gedisa.
- Orozco Gómez G. (2001) *Revista Iberoamericana de Educación*. Nº 27 (pp. 155-175)
- Orozco Gómez, G., Vassallo de Lopes M. (2010). *Convergencias y transmedicación de la ficción televisiva*. Río de Janeiro: Obitel. 122
- Saintout, F. (2012) *Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios. Informe 2012*. La Plata: Ed. EPC

- Seni Medina G. (2011) *Jóvenes, medios y consumo*. Universidad Autónoma del Caribe. Encuentros.
- Bauman Z. (2008) *Vida de Consumo*. Fondo de Cultura Económica.