

LOS REFERENTES SIMBÓLICOS DE LA 'GENERACIÓN DE LAS CRISIS'.

Cómo interpretan la ciudadanía, el bienestar y la cultura laboral a partir de las series televisivas más consumidas por la juventud española (2008-2020).



Centro
Reina Sofía
sobre adolescencia
y juventud

fad



LOS REFERENTES SIMBÓLICOS DE LA 'GENERACIÓN DE LAS CRISIS'. Cómo interpretan la ciudadanía, el bienestar y la cultura laboral a partir de las series televisivas más consumidas por la juventud española (2008-2020).

Investigadora principal / Coordinadora

Lorena Gómez-Puertas (UPF)

Equipo de investigación y elaboración del informe

Reinald Besalú Casademont (UPF)

Mònica Figueras-Maz (UPF)

Mittzy Arciniega-Cáceres (UPF)

Pablo Gómez-Domínguez (UPF, PHD Media)

Mar Guerrero-Picó (UPF)

Mercè Oliva Rota (UPF)

Entidades de apoyo y seguimiento

Grupo MEDIUM y Grupo JOVIS.COM

Observatorio de la Producción Audiovisual

(Universitat Pompeu Fabra)

Centro
Reina Sofía
sobre adolescencia
y juventud

fad



Investigación financiada a través
de la convocatoria de "Ayudas a la Investigación" 2020
del CENTRO REINA SOFÍA
SOBRE ADOLESCENCIA Y JUVENTUD.

Cómo citar este texto:

Gómez-Puertas, L. (coord.); Besalú, R.; Figueras-Maz, M.; Arciniega-Caceres, M.; Gómez-Domínguez, P.; Guerrero-Pico, M, y Oliva; M. (2023). Los referentes simbólicos de la 'generación de las crisis'. Cómo interpretan la ciudadanía, el bienestar y la cultura laboral a partir de las series televisivas más consumidas por la juventud española (2008-2020). Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.10144165

© FAD, 2023

Edita:

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud
Fundación Fad Juventud (FAD)
Avda. de Burgos, 1 y 3
28036 Madrid
Teléfono: 91 383 83 48
fad@fad.es

Maquetación:

Francisco García-Gasco

ISBN: 978-84-19856-07-4



NOTA SOBRE USO DE LENGUAJE INCLUSIVO

Este informe se ha redactado adoptando el **lenguaje inclusivo no binarista a través del uso de sustantivos neutros y/o colectivos** (*personas jóvenes, perfil, público, audiencias, etc.*). Salvo tres excepciones.

La primera afecta únicamente a los apartados destinados al análisis de las audiencias televisivas, en los que se han respetado las denominaciones propias del sector profesional desde el que se abordan y sistematizan los datos. En este caso, se trata del uso del masculino generalizado para definir las figuras de '**espectador/es**' y '**consumidor/es**'.

La segunda excepción se refiere a las **declaraciones** realizadas por las personas participantes en el trabajo de campo etnográfico. En este caso se ha optado por reproducir literalmente sus palabras, respetando la opción de cada una de estas personas a expresarse libremente, y reflejando con precisión y rigor la información obtenida en el desarrollo del estudio.

La tercera y última excepción atañe al **uso distintivo del género femenino y masculino** en aquellos tópicos que hacen referencia específica a esta **cuestión social** y/o requieren señalar diferencias significativas detectadas en el análisis.

Este proyecto tiene como objetivo principal analizar cómo las personas jóvenes se conciben a sí mismas y proyectan su futuro individual y colectivo a través de los imaginarios de la cultura popular que han poblado las pantallas en los últimos años. Concretamente, se propone explorar cómo interpretan la ciudadanía, el bienestar y la cultura laboral a partir de los referentes simbólicos compartidos a través de las series de mayor consumo televisivo.

Para ello se propone una metodología mixta que combina técnicas cuantitativas y cualitativas para analizar las series de ficción más populares, con un diseño etnográfico para el análisis de su recepción. En primer lugar, se identifican las series de mayor consumo juvenil en el periodo analizado a través del análisis de los datos de la investigación de audiencias televisivas complementados por el análisis documental para la oferta no lineal (contenidos disponibles en plataformas y aplicaciones Over the Top, OTT; especialmente las de pago por suscripción o SVOD, siglas en inglés de *Subscription Video on Demand*). Tras determinar una muestra significativa del consumo relevante de ficción seriada por parte de las juventudes españolas desde su infancia y/o adolescencia, se aplica un diseño ad hoc de análisis textual que permite detectar recurrencias temáticas además de los patrones de desarrollo narrativo que contribuyen a configurar los modelos ideológicos subyacentes a estos relatos. En segundo lugar, se diseña una investigación participativa a partir de la combinación de diversas técnicas etnográficas. La recogida de datos se articula desde el diseño de grupos de discusión orientados en una primera sesión a explorar la relación de las personas jóvenes con las series de ficción. De este modo se activa un proceso de reflexión consciente que continua de manera individual a través de técnicas de cuestionario y entrevista telefónica. En una segunda sesión presencial, dos semanas después del primer encuentro, se lleva a cabo un taller dialógico con actividades iterativas orientadas a evaluar conjuntamente el pre-análisis realizado de los datos recogidos previamente, que culmina con la creación cooperativa de relatos sobre futuros posibles. Finalmente, se llevan a cabo en los días posteriores, entrevistas en profundidad con tres participantes para elaborar sendas historias de vida.

En este informe se exponen sintéticamente los principales resultados obtenidos en el desarrollo de ambas fases del proyecto, para a continuación proceder a la discusión de los principales hallazgos a través de la integración de los datos. Las conclusiones apuntan a una significativa variabilidad en las dinámicas de apropiación simbólica de las series de ficción que configuran los imaginarios culturales compartidos por las juventudes españolas, en los tres ejes de aproximación del proyecto –bienestar, cultura laboral y ciudadanía– principalmente según los niveles socioeconómicos y educativos, más que la variable de edad o género, sobre los que se agrupa a las personas jóvenes participantes.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	9
2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS	13
3. MARCO TEÓRICO	16
4. METODOLOGÍA.....	28
5. RESULTADOS.....	43
6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	131
7. CONCLUSIONES	139
8. DIFUSIÓN CIENTÍFICA Y TRANSFERENCIA SOCIAL	143
8. BIBLIOGRAFÍA	145

1. INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

Con la pandemia por Covid-19, las generaciones más jóvenes se ven atrapadas biográficamente entre dos grandes crisis socioeconómicas, la que arranca en el sector financiero en 2008 y la que se deriva de la situación actual. Durante esta larga década, el malestar ciudadano crece marcado por las políticas de austeridad y las reformas laborales que flexibilizan el mercado en detrimento de la protección del trabajador (Fernández y Martínez, 2013). La erosión del Estado de Bienestar se evidencia en el recorte de prestaciones y la devaluación de los servicios públicos, configurando un contexto incierto en el que la sobrevenida pandemia tensa aún más la desigualdad social.

Las personas jóvenes, una vez más, constituyen un perfil significativamente vulnerable a las medidas adoptadas en el tejido productivo para paliar el desbordamiento del sistema sanitario. El empleo juvenil, fuertemente condicionado por la alta temporalidad de trabajos con salarios paupérrimos y condiciones laborales precarizadas, sufre un nuevo revés (INJUVE, 2020). La fragilidad laboral de los "nimileuristas" se traduce en niveles de emancipación bajos, retraso de la edad de maternidad y/o emigración forzada. La vinculación de juventud a vulnerabilidad y exclusión (Arribas y Gómez, 2014), se consolida en los últimos años, tal y como recoge el último informe de *Evolución de la cohesión social y consecuencias de la Covid-19 en España* (Fundación FOESSA): "a pesar de que las dificultades han aumentado entre el conjunto de la población como resultado de la crisis de la Covid-19, la distancia entre los grupos etarios más jóvenes y el resto ha seguido ampliándose ligeramente" (Sánchez, 2022:293).

La crisis de 2008 define en España dos perfiles de jóvenes adultos que integran 'la primera generación posterior a la Segunda Guerra Mundial que vivirá peor que sus progenitores'. Por un lado, quienes abandonaron sus estudios atraídos por el auge del mercado laboral en torno a la burbuja inmobiliaria y asumen ahora su "castigo". Por otro lado, quienes cumplieron con el mandato de formación universitaria y lejos de realizarse profesionalmente son víctimas de la desestructuración de la herencia social de padres a hijos (Gil, 2005). Sobre ellos recae la frustración por la discordancia de estatus y el desengaño por las promesas incumplidas (Alonso, Fernández e Ibáñez, 2017).

Este nuevo sujeto desheredado de ciudadanía y de protección representa el quiebre del imaginario social meritocrático de la clase media que sostenía el Estado de Bienestar previo a la crisis (Angulo, 2020).

El aumento de la desigualdad social sitúa a una clase media empobrecida que debe sentirse privilegiada aun habiendo perdido bienestar (poder adquisitivo, devaluación de servicios públicos, exclusión del acceso a prestaciones sociales) porque la alternativa es la pobreza extrema. Muchas personas jóvenes en España pueden sentirse atrapadas en esta otra tesitura y ya no sueñan con emanciparse y/o se avergüenzan por no corresponder al sacrificio de sus progenitores.

Frente a estos perfiles de jóvenes adultos que aún vivieron expuestos a promesas de un futuro mejor, se situaría una "variación de carácter y sensibilidad" (más que una nueva generación) que ya "ha *naturalizado* las nuevas condiciones tras el 'asentamiento' de la crisis" (Urraco y Moreno, 2018:90). En términos generales, los estudios sociológicos más recientes en torno a las percepciones y actitudes de las generaciones de jóvenes en España describen la evolución desde el discurso desesperanzado basado en la culpabilización ("se ha vivido por encima de las posibilidades") a la protesta indignada que ocupa el espacio público (15M, mareas), para acabar asumiendo la precariedad como condición vital (Alonso et al., 2017).

Nuestro interés se centra en estas **juventudes** que emergen atrapadas biográficamente en la convergencia de crisis globales, de las que la pandemia de 2020 es un claro exponente, aunque ya no el último. Personas, que han vivido su infancia y adolescencia en un contexto sociopolítico y económico de recesión y postrecesión. Personas, por tanto, que al iniciar la transición a la vida adulta tan sólo conocen escenarios de crisis en los que se estrecha el margen de movilidad social ascendente, y han sido socializados como sujetos neoliberales (competitivos, disciplinados, emprendedores, flexibles y resilientes).

El neoliberalismo, entendido como gubernamentalidad que determina las subjetividades a través de, entre otras esferas, los medios de comunicación (Rose, 1998), promueve el individualismo autónomo, la responsabilidad de ser feliz o el emprendimiento y la meritocracia como bases de la cultura laboral. Estos discursos han sido trasladados a la ciudadanía española desde el entretenimiento televisivo (Oliva, Gómez-Puertas y Besalú., 2021) y especialmente, las series de ficción más populares (Gómez-Puertas y Besalú, 2022; Gómez-Puertas, Besalú y Sánchez-Sánchez, 2019). Por ello, cabe preguntarse de qué modo se aprehenden, se reafirman o se cuestionan, por parte de las personas jóvenes.

Nuestro estudio se centra en las series televisivas, no sólo por su papel destacado en el consumo audiovisual juvenil, sino por su rol socializador como repositorio de imaginarios simbólicos. Desde los Estudios Culturales, las series televisivas se definen como narrativas audiovisuales que proveen marcos culturales de referencia (Buonanno, 2004).

Son relatos que estructuran y dan sentido a las experiencias de vida como alternativas de mundos posibles donde resuenan los problemas sociales contemporáneos (Bruner, 2002), y están sujetas a la reinterpretación de sus audiencias activas (prosumers transmediáticos, Scolari, 2018; Guerrero-Pico, Masanet y Scolari, 2018). Su evocación, por tanto, permite explorar no sólo la percepción de la propia realidad social, política y económica, sino también contrastarla con otras realidades entendidas como mundos posibles, pasados y futuros, en parte contruidos desde las narraciones más populares de la cultura juvenil.

Sin embargo, con la normalización de las prácticas individualizadas de consumo digital en un contexto de progresiva ampliación y diversificación de la oferta de producciones audiovisuales, resulta complejo comprender cuáles son los referentes culturales con los que las personas jóvenes interpretan el contexto actual de crisis globales en las que recaló la pandemia. Conocer estos referentes compartidos por las personas jóvenes puede contribuir a comprender cómo interpretan y reconstruyen sus propios conceptos de ciudadanía, bienestar y cultura laboral, a través del diálogo que establecen entre imaginarios simbólicos y su trayectoria vital o las inquietudes ante (im)posibles planes de futuro.

Por todo ello, este proyecto se propone **investigar cómo se conciben a sí mismas estas juventudes, cuáles son sus anhelos e inquietudes, y hacerlo, justamente desde los referentes culturales y mediáticos que configuran su experiencia en tanto que median la proyección de sus aspiraciones personales y sociales.** Lo que se persigue, por tanto, es abrir un diálogo con las narraciones de la cultura popular contemporánea más significativas para estas personas jóvenes, y desde la introspección biográfica y social (Feixa, 2018), confrontarlas con sus propias trayectorias vitales y sus proyecciones de futuro.

Entender a las personas jóvenes sigue siendo un reto para personal académico y agentes sociales (educadores/as, psicólogos/as, sociólogos/as...) porque en muchos casos desconocen los referentes simbólicos del "otro". La finalidad de este proyecto, por tanto, no es tan sólo conocer qué consumen y qué representaciones comparten, sino y ante todo, analizar qué significados re/construyen hoy las personas jóvenes atrapadas en la convergencia de crisis globales. Al proponerles dialogar con sus referentes imaginarios en la cultura popular para revisar sus proyectos de vida, podemos explorar desde qué marcos culturales visibilizan sus posibilidades, evalúan su presente y definen sus estrategias de futuro. En última instancia, se trata de proveer recursos para conocer y aproximar las experiencias de las personas jóvenes a quienes pueden intervenir, de un modo u otro, en su presente y futuro.

2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS

2.PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS

La pregunta que articula esta investigación es la siguiente:

¿A partir de qué marcos culturales e imaginarios simbólicos las personas jóvenes se conciben a sí mismas y proyectan sus miedos y esperanzas para construir un futuro como proyecto colectivo?

OBJETIVOS GENERALES

OG1. Conocer los imaginarios simbólicos con los que las personas jóvenes dan sentido a sus trayectorias vitales, sus inquietudes y proyectos de futuro en un contexto social marcado por la convergencia de crisis globales.

OG2. Comprender cómo se conciben en torno a tres ejes –ciudadanía, bienestar y cultura laboral– a partir de la evocación de sus referentes culturales en ficción seriada.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE1. Identificar las series de ficción de mayor consumo durante el período 2008-2020 entre las franjas de audiencia analizadas.

OE2. Detectar recurrencias temáticas y de contexto narrativo en la anterior selección.

OE3. Analizar patrones de desarrollo narrativo, configuración de modelos y discursos ideológicos subyacentes a las series.

OE4. Identificar las opiniones, inquietudes y percepciones de la juventud española sobre el desarrollo de los tres ejes de la investigación (ciudadanía, bienestar y cultura laboral).

OE5. Detectar aquellos conceptos, lugares comunes, metáforas e imágenes simbólicas que se presentan como representaciones sociales compartidas a partir del consumo audiovisual entre la juventud española.

OE6. Analizar las implicaciones emocionales y cognitivas de las personas participantes en la investigación con las resignificaciones e interpretaciones que hacen de las series televisivas.

Guían inicialmente la investigación tres hipótesis exploratorias:

H1. Las series televisivas más consumidas por las personas jóvenes durante las crisis son recurrentes en cuanto a temáticas y contextos narrativos.

H1.1. Abordan cuestiones psicosociales en torno a bienestar propias de las narrativas juveniles que giran en torno a las relaciones sociales (amistad y amor) y la transición a la vida adulta.

H1.2. Se desarrollan en entornos distópicos donde se producen reorganizaciones sociopolíticas.

H2. Las personas jóvenes que participan en la investigación recurren a los modelos individuales y sociopolíticos que presentan las series para dar sentido a experiencias propias y situaciones sociales coetáneas en relación con:

H2.1. su definición como individuo ciudadano en el actual contexto político;

H2.2. su acepción de bienestar de acuerdo a, entre otros, el concepto de salud plena;

H2.3. su cultura laboral.

H3. La aceptación de discursos ideológicos vehiculados por las series varía según la temática y la implicación de la audiencia.

H3.1. Prevalece la implicación emocional asociada a una aceptación acrítica sobre el bienestar.

H3.2. La implicación cognitiva aumenta la crítica en las demás temáticas.

3. MARCO TEÓRICO

3. MARCO TEÓRICO

El marco teórico en el que se inscribe el proyecto es el de la transdisciplinariedad propia de los **Estudios Culturales** desde donde tradicionalmente se aborda cómo los debates y tensiones sociales e ideológicas se reflejan y son modelados por los textos mediáticos populares (Ryan y Kellner, 1990; Fiske, 1987). Es este carácter contradictorio de la cultura popular, en el que conviven valores dominantes y resistentes, el que favorece que los textos puedan ser interpretados y utilizados de distintas formas por parte de los espectadores. Y en este sentido, desde el modelo *encoding/decoding* de Hall (1980), se reivindican los análisis basados en el contraste entre los valores presentes en los textos mediáticos y su interpretación y evaluación por parte de los receptores. El supuesto comúnmente aceptado es que los receptores extraen los significados en un proceso de interacción dialógica con los textos mediáticos que los adapta a sus contextos de recepción socioestructural y situacional (Ang, 1987). Generalmente, las investigaciones se han centrado en las diferencias que emergen en la interpretación y la evaluación de textos mediáticos según el grupo cultural o étnico al que pertenecen los receptores, su edad o su clase social (Harindranath, 2009; Cola y Mauri, 2014).

A nivel metodológico, estas investigaciones suelen combinar el análisis textual cualitativo (generalmente basado en la sociosemiótica y/o el análisis crítico del discurso) con los estudios de recepción interesados en las lecturas personales y negociadas (desde la etnografía) (Morley y Brunson, 1999). Si bien, el diseño metodológico del proyecto no se desmarca de estas tendencias, al abordar el análisis de los referentes simbólicos e imaginarios sociales de las juventudes, se orienta también hacia las **etnografías de futuro**, inscribiéndose así, en uno de los ejes de innovación en metodologías cualitativas (Patriarche et al., 2014). En este sentido, voces reconocidas en la investigación etnográfica hacen una llamada a la necesidad de llevar a cabo investigaciones que no sólo nos permitan entender el presente, sino también y sobre todo, que se fijen en posibles escenarios de futuro sobre los que es perentoria la anticipación (Pink y Salazar, 2017; Srnicek y Williams, 2013; Stilgoe et al. 2013). Este proyecto se interesa por el ámbito específico de las narraciones seriadas audiovisuales, al centrarse en investigar cómo la audiencia joven las interpreta y las conecta para resignificar su propia experiencia, constituyéndose así como un espacio que invita a pensarse y proyectarse no sólo desde el presente sino que también pueda impulsar acciones futuras.

3.1. POTENCIAL SOCIALIZADOR DE LAS SERIES TELEVISIVAS. Presupuestos teóricos

Desde el marco de los **Estudios Culturales**, y de acuerdo con las funciones y usos sociales atribuidos a la televisión, se asume que:

"[La ficción televisiva trabaja] para preservar, construir y reconstruir un 'sentido común' de la vida cotidiana, un sustrato de creencias y aceptaciones compartidas, e incluso de respuestas a los dilemas de la existencia, que al tiempo sirven para familiarizarnos con el mundo social" (Buonanno, 1999:65).

Por un lado, registra los *modelos de la experiencia* consolidados de la sociedad que narra, mientras que por otro, articula en ellos nuevas tendencias o problemáticas de vigente actualidad, que pueden cuestionarlos cuando los valores y normas sociales subyacentes entran en crisis. En tanto que interacción constitutiva de la realidad a través del lenguaje como mediación simbólica, las series televisivas pueden ser estudiadas como "posible lectura hermenéutica de lo social" (Casetti y Di Chio, 1999:312). Y al igual que las narrativas míticas (*master narratives*), se entienden como portadoras de los marcos de referencia que tanto mantienen el orden social como pueden contribuir a procesos de cambio cuando recogen "fluctuaciones de gustos, preferencias y creencias que resultan de la constante innovación en la cultura popular" (Hertog y McLeod, 2001:150).

Como **matrices simbólico-sociales** donde confluye el tiempo de la vida con el de la nación (en tanto que herederas de las formas seriales del melodrama, Martín-Barbero, 1987), son mediaciones desde donde se regula la moral. La lógica de las situaciones sociales que se producen en torno a aquellas cuestiones definidas como problemas de las series televisivas contemporáneas, refleja la moral negociada de la sociedad donde se origina, y de este modo, amplía la capacidad del espectador para evaluar dichos conflictos desde múltiples posiciones éticas. Por tanto, el potencial como **acción performativa de educación moral** de las narrativas seriales "no radica en la instrucción explícita sobre lo que es correcto o incorrecto, sino en la provisión de historias ejemplares sobre qué pasa en determinadas situaciones y cómo actuar apropiadamente en ellas" (Chouliaraki, 2008:846).

Conectado con este potencial socializador, cabe recordar que las series televisivas constituyen un depósito primordial de conocimiento compartido en la modalidad narrativa, que desde la psicología social se designa como complementaria a la lógico-científica (Bruner, 2002), de acuerdo con la idea de 'pensamiento narrativo' de Paul Ricoeur (1985).

La **estructuración narrativa** "es el instrumento indispensable para dar orden y sentido al flujo, de otro modo caótico, cognitiva y afectivamente ingobernable de los acontecimientos [...] la posibilidad de reconstruir una representación inteligente del mundo" (Buonanno, 2004:9). Esta acepción sobre el poder de las narrativas, compartida desde la antropología y la sociología, también la sostienen desde la lingüística y la psicología cognitiva las aproximaciones a la didáctica natural de las historias como mecanismos de control:

"construimos y narramos historias, en parte para enseñarnos a nosotros mismos qué sabemos y qué pensamos. También creamos historias para enseñar a los demás algo de nosotros, de lo que sabemos y lo que pensamos" (Schank y Berman, 2002:294).

Las series televisivas activan procesos interpretativos a través de la selección y elaboración de los acontecimientos representados, organizados de manera que se les atribuya un significado con el que:

"definir o redefinir los límites de la realidad, negociando con los otros actores sociales las versiones plausibles, reconduciendo los acontecimientos inesperados a tramas más familiares y permitiendo así el mantenimiento de la rutina que más nos conforta o asegura" (Jedlowski, 2000).

En cierto modo, desde la acepción de ciudadanía cultural, el potencial de las series televisivas como punto de encuentro y **foro público de diálogo social** (Müller y Hermes, 2010), permite observarlas como institución intermedia –voz de Émile Durkheim– neutralizadora de las crisis latentes de sentido especialmente en épocas de incertidumbre y momentos vitales de transición como el de las personas jóvenes actualmente. Siempre y cuando estas narrativas populares activen esos foros de diálogo que, de algún modo, "garantizan que los patrones subjetivos de experiencia y acción de los individuos contribuyen a *la negociación y objetivación social del sentido*" (Berger y Luckmann, 1997:125).

Tal y como avala la línea de estudios de recepción de la ficción televisiva de tradición etnográfica (desde David Buckingham, 1987 a trabajos más recientes en nuestro ámbito desde la netnografía centrados en jóvenes, como los de Lacalle, 2013 o Masanet, Medina-Bravo y Ferrés, 2018), esta actividad interpretativa se da de manera directa e indirecta, e independientemente de la creciente tendencia al consumo individual. Por ello, en el marco del proyecto, el diseño metodológico integra técnicas etnográficas destinadas justamente, no solo a activar la evocación individual, sino también a promover un diálogo social a través de las series televisivas que constituyen el imaginario simbólico compartido entre las personas jóvenes.

3.1.1. Conceptos clave para el análisis de las dinámicas de interpretación y apropiación simbólica de las series televisivas

Son diversas las voces que, al aproximarse al estudio de las juventudes españolas, recuperan desde la sociología relacional la idea de que todo tejido social requiere imaginar algún tipo de futuro porque al hacerlo se entrecruzan experiencias y expectativas, se reconecta el tiempo de vida (autobiográfico) con el tiempo social en el que ha lugar la interacción y coordinación de acciones con los demás actores (Fernández y Morán, 2017). Si partimos de la responsabilidad moral de imaginar alternativas ("¿Cómo lo hago para mejorar el mundo si no sé qué es mejor, qué es peor, cuál es la dirección correcta?", Alberoni, 2000:151) un concepto clave es el de mundo posible.

La noción de **mundo posible** que despliega la ficción como declinación del mundo real que le sirve como referente (Casetti y Villa, 1992), permite concebir las narraciones como actos de habla: "resultado de una interacción cooperativa y creativa entre el enunciador que lo describe y el enunciatario que lo interpreta [...] [por el que] el enunciado toma una nueva dimensión que deviene una estrategia narrativa destinada a suscitar hipótesis sobre lo que es posible" (Pericot, 2002:61). De este modo, los mundos posibles de las series televisivas se definen como circunstancialmente verdaderos, poblados de individuos con propiedades y lógicas de actuación determinadas, descriptibles e interpretables, limitados por el género así como por la competencia comunicativa de quién los interpreta y ha de activar las inferencias lógicas y pertinentes que requiere (Eco, 1981).

La conexión con el mundo posible del serial televisivo se establece a través de los **personajes** que concentran los dos panoramas sobre los que se construye el relato: el de la acción –de constituyentes equivalentes a la gramática del relato (agente, intención o meta, situación, instrumento)– y el de la conciencia –"lo que saben, piensan o sienten, o dejan de saber, pensar o sentir los que intervienen en la acción" (Bruner, 2002:25). Esta capacidad de intersubjetividad o "lectura del pensamiento" se conoce como **interacción parasocial** (Horthon y Wohl, 1956 en Livingstone, 1990): el espectador es capaz de evaluar y juzgar a los personajes a través de las interacciones sociales que presencia entre ellos aplicando los mismos esquemas que para las personas de su entorno.

[A partir de estas narraciones, nos cuestionamos] No sólo lo que hace la gente, sino "lo que dice que hace", "lo que dice que es la causa de lo que hace", lo que la gente *dice* a propósito de acciones realizadas por otros, y de sus motivaciones relativas", y sobre todo, "cómo los individuos *dicen* que es su mundo" (Bruner, 2002:32).

Partiendo de esta mínima correspondencia entre las situaciones de la narrativa y las experiencias cotidianas, la psicología cognitiva analiza las primeras como componentes explicativos del proceso de definición de modelos de situación "organizados coherentemente por la construcción de *temas* y mensajes de interés" (Graesser et al., 2002:230).

Cabe pensar que si toda interacción social se caracteriza por la necesidad inicial de definir la situación, es decir, de asegurar los actos recíprocos con un cierto grado de previsibilidad –las reglas latentes que gobiernan las relaciones sociales entre los actores, según Erving Goffman–, la **observación de situaciones** donde se producen hechos inesperados o comportamientos desviados que transgreden o ponen en cuestión las reglas dadas por descontado, enriquece nuestro conocimiento.

Este proceso cognitivo se basa en la **justificación retrospectiva** que permite al individuo explicarse aquello que le ha sorprendido, y dar sentido a la acción vivida u observada al ponerla en relación con otras acciones o acontecimientos (Poggio, 2004). Para situar la acción puede optar por "la forma interna o disposicional, en que las causas son explicadas en términos de lo que las personas desean o necesitan, de su personalidad, de sus características psicológicas; o la forma externa o situacional, en que las causas son, en cambio, explicadas haciendo referencia a factores ambientales, a las situaciones, a las circunstancias externas" (Graesser et al., 2002:277). En el caso de la ficción televisiva:

[Ésta] también difiere de los sueños en que los modelos de situación que construimos tienden a estar basados en la distinción e integración de las, a menudo divergentes, perspectivas de múltiples personajes [...] [de tal manera que] somos invitados a reconceptualizar el presente, el pasado y el futuro, y a considerar alternativas a nuestros puntos de vista consolidados o más firmes (Strange, 2002, 281-3).

En consecuencia, al analizar las series televisivas y sobre todo, las dinámicas de interpretación y reapropiación de quienes las consumen, conviene explorar **sobre qué normas y a partir de qué valores fundamentales se estructuran los discursos en torno a los personajes** que pueblan el mundo posible ficcional cuando han de tomar decisiones o adoptar actitudes sobre asuntos concebidos como problemas.

3.2. LOS IMAGINARIOS DE LA CRISIS EN LA CULTURA AUDIOVISUAL ESPAÑOLA. Antecedentes de la investigación

Los imaginarios de la recesión en España contruidos por la cultura mediática popular han sido objeto de estudio durante los últimos años. Prueba de ello son monográficos como *Imágenes, imaginarios y nuevas narrativas en contextos de crisis* (IC, revista científica de Información y comunicación, núm. 28, 2021), o *Imaginarios audiovisuales de la crisis* de Parejo y Sánchez-Escalonilla (2016) que reúne trabajos realizados a partir de un proyecto financiado por MINECO para el análisis de las representaciones sociales de la quiebra, económica, social y geopolítica en comparativa histórica (1929-2012).

En este apartado ofrecemos un breve resumen del conocimiento construido a través del trabajo previo llevado a cabo por algunas de las personas que integran el equipo investigador en el proyecto *Héroes de la crisis: narrativa y discurso social en la cultura popular contemporánea*¹. Se trata de una investigación orientada, justamente, al análisis de los imaginarios sociales de la crisis no sólo a través de las series de ficción televisiva, sino también realities, videojuegos, programas del corazón y publicidad popularizados en el período (2008-2015) que coincide con la infancia y adolescencia de las personas jóvenes a las que nos aproximamos.

En el conjunto de los relatos audiovisuales analizados, se constata una clara vinculación entre los imaginarios de la recesión y la ficción postapocalíptica en los que la crisis económica se enmarca a través de las **metáforas de catástrofe natural o accidente**. En videojuegos populares en España como *The Last of Us* o *The Walking Dead* o series televisivas de arraigo juvenil como *El barco* (Antena 3, 2011-2013) se representaba metafóricamente la crisis como una catástrofe que afectaba por igual a todo el mundo y ofrecía la **oportunidad de reinventarse** y descubrir la 'felicidad de las pequeñas cosas' (Gómez-Puertas et al., 2019, Pérez-Latorre, 2019; Pérez-Latorre et al., 2019). En estos relatos se postulaban la austeridad y la **resiliencia**, discursos presentes también en otros géneros como las entrevistas a "famosos arruinados" que redundaban en la lectura de **la crisis como correctivo moral** a 'haber vivido por encima de nuestras posibilidades' (Oliva y Pérez-Latorre, 2020).

1. Se resume en este apartado parte del conocimiento derivado del trabajo previo llevado a cabo por algunas de las personas que integran el equipo investigador en el proyecto *Héroes de la crisis: narrativa y discurso social en la cultura popular contemporánea*. Proyecto del Plan Estatal de I+D investigación de Excelencia, Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (CSO2014-56830, 2015-19). IPs: Mercè Oliva y Oliver Pérez. Investigadores comunes: Reinald Besalú, Lorena Gómez-Puertas.

Estos discursos dificultan la evaluación crítica de las causas y consecuencias de la crisis y conectan metafóricamente con el **desplazamiento desde la prevención a la resiliencia** en el marco de la Sociedad de Riesgo (Amin, 2012). El Estado sigue siendo quien categoriza los fenómenos como riesgos, pero ya no garantiza la seguridad ni asume la contención o la redistribución equitativa de costes/beneficios. En su lugar, hace partícipe al **individuo** de la prevención de riesgos y sus posibles consecuencias, prescribiendo como necesaria la capacidad de superar las adversidades sobrevenidas.

Por otro lado, en estas narraciones de la cultura mediática popular, se detecta una **romantización de la austeridad**. En géneros como la publicidad, se desarrolla a través de mensajes que alentaban a los ciudadanos a 'vivir felices con lo que tienen' y apelar a la **solidaridad entre iguales** (familia, amigos y compañeros) (Ruiz Collantes y Sánchez-Sánchez, 2019). Del mismo modo, en las '*retreatist narratives*', películas y series de televisión protagonizadas principalmente por mujeres que han tenido que dejar sus carreras y redescubren así la felicidad como amas de casa y madres, se enaltece no sólo la austeridad sino también el **repliegue familiar** (Gómez-Puertas y Besalú, 2022).

Aunque estos imaginarios también pueden verse como declaraciones en nombre de los valores anti-consumo, afirmando que hay más en la vida que la riqueza material, a menudo se utilizan para legitimar 'la nueva normalidad de las condiciones laborales deterioradas' (Kidder, 2016: 316). Asimismo, *reality shows* como *El jefe infiltrado* o *MasterChef* promueven esta nueva **cultura laboral** que aboga por la **flexibilidad**, traducida en **precariedad** y devaluación de la calidad de vida del trabajador (Oliva et al. 2021).

En estos relatos resuena no sólo una cierta **reconceptualización de la filantropía**, sino una clara apuesta por el **emprendimiento** como mecanismo de ascenso económico diferencial. Estos discursos, unidos a los de **disciplina y autoexigencia** (dar 'la mejor versión de uno mismo'), en un entorno competitivo, recalaban mayoritariamente en los protagonistas masculinos de series como *Cuéntame cómo pasó* o *Chiringuito de Pepe* (Oliva et al., 2021). En esta línea, los resultados del proyecto confirmaban cómo los medios han construido narrativas individualizadas que enseñan a la audiencia a distinguir entre ciudadanos 'buenos' y 'malos', entre **ciudadanos irresponsables y dependientes** que se burlan del sistema, y ponen en cuestión el sentido del estado de bienestar, e individuos emprendedores e independientes (Oliva, 2018).

El proyecto también llevaba a cabo un análisis de la recepción a través de grupos de discusión, para ver cómo los ciudadanos respondían a estos discursos de la crisis y la austeridad. En esta ocasión, se trabajó exclusivamente con personas adultas, hombres y mujeres de clase media y obrera a través de grupos de discusión en torno a narrativas prototípicas desarrolladas por el equipo investigador a partir del análisis textual del entretenimiento audiovisual. Asumiendo las limitaciones propias del diseño metodológico, desde este estudio pudimos constatar cómo ciertos discursos neoliberales introducidos durante estos años de crisis se han convertido en 'sentido común' o, en todo caso, son percibidos como aceptados y aceptables entre las personas adultas. Por ejemplo, la mayoría de participantes defendieron el valor de la resiliencia y el hecho que las dificultades son una oportunidad para la automejora y la reinención. Por lo que insistían en la necesidad de que los ciudadanos españoles fueran más abiertos al cambio y a asumir riesgos.

En este escenario, aparecía un **nuevo modelo de 'mal ciudadano': el ciudadano acomodado que no quería cambiar y que se aferraba a los 'privilegios del pasado'** (Oliva et al. 2022). Finalmente, en el contexto laboral, las personas adultas que participaron del estudio defendían la flexibilidad y el emprendimiento, y la necesidad de "demostrar pasión" por el trabajo y no acomodarse. Estos discursos deslegitimaban la queja o las reivindicaciones laborales colectivas vistas a través de un marco de 'progreso', según el cual, resistirse a la nueva situación significaba ser 'conservador' (Oliva et al. 2021).

Nuestro análisis de las narrativas en este proyecto se construye tras el telón de fondo de estos imaginarios ya explorados en el periodo 2008-2015, que introducen nuevas definiciones de la ciudadanía y el trabajo (dos de los ámbitos en los que se exploran aquí). Y permite partir de una primera aproximación al estudio de las dinámicas de apropiación e interpretación por parte de la ciudadanía, para centrarse en las personas más jóvenes que, desde estos imaginarios inician su transición a la vida adulta y conceptualizan su presente y su futuro.

Para aproximarnos a la definición del eje de bienestar, atendiendo nuestro interés en explorar el rol de los afectos y las emociones en la vida pública, partimos del trabajo de Sarah Ahmed (*La promesa de la felicidad*, 2010) desde la perspectiva de las economías afectivas como mecanismo de regulación y modelización de la sociabilidad. Esta autora se inscribe en la crítica a la cultura terapéutica de cariz neoliberal que, desde una psicologización patológica del malestar, conduce a la desmovilización colectiva.

A diferencia de otras voces contemporáneas, como Byung-Chul Han (2010, 2016) con conceptos como la *sociedad del cansancio* y la tiranía del rendimiento, la propuesta performativa de Ahmed (2010) entronca con el propósito de este proyecto de proveer recursos de comprensión de la sensibilidad vital común de nuestras juventudes que permitan plantear acciones futuras.

Ahmed (2010) abre esta posibilidad al reivindicar la creación de 'archivos de la infelicidad' como un primer paso necesario para visibilizar los afectos negativos que han de ser politizados como base de las demandas colectivas. Para la autora, sólo así puede liberarse al individuo del mecanismo disciplinador en que se ha transformado el discurso de la felicidad como responsabilidad individual. Esta idea de felicidad, intercambiable desde la psicología positiva con el término de bienestar subjetivo agrupa las categorías de satisfacción vital (el 'sentirse bien con uno mismo'), el predominio de afectos positivos al valorarse ('me quiero, me trato bien') y la felicidad como virtud y valor ('reconozco, valoro y disfruto la felicidad' (ver: Fernández, 2018).

La 'industria de la felicidad' promovida por la psicología positiva como técnica disciplinaria, a través de manuales de autoayuda y gurús, aúna diversas lecturas orientalistas hasta llegar a incorporar el 'voluntarismo mágico' como "religión oficial de la sociedad capitalista contemporánea que nos hace creer que la posibilidad de ser lo que se quiera está en poder de cada individuo" (David Smail en Cuello, 2010). Además, extiende la lógica empresarial (inversión, coste y beneficio) al propio sujeto como 'proyecto de trabajo' desde el lenguaje gerencialista (*managerial*) con el que el neoliberalismo 'gobierna las almas' (Rose, 1998).

El individuo ha de gestionar sus recursos y trabajar su disposición a ser feliz ('ver el lado positivo de las cosas', 'mantener la autoestima alta', 'saber elegir qué nos conviene'). Esta obligación de ser feliz (ver también el trabajo de Illouz y Cabanas, 2019) se traslada a la vida social y completa la instrumentalización de la felicidad como "medio para un fin, y además, el fin de todos los medios" (Ahmed, 2010:34): has de ser feliz para los demás, ofrecer siempre la mejor versión de ti mismo, porque la gente infeliz, además, es vista como "carenciada, antisocial y patológica".

En este estudio nos situamos, por tanto en la posición crítica con el bienestar subjetivo como deber del sujeto neoliberal y desde la política de la ilusión de la 'promesa de la felicidad' (Ahmed, 2010) entendida como instrumento ideológico. El punto de partida común en el pensamiento teórico de Foucault (1991) que sienta las referencias básicas de este proyecto nos aproxima también a la lectura contemporánea de la juventud española (entendida más como 'millennials' o joven-adulto en la treintena) como '*generación fatigada*' en términos del filósofo Eudald Espluga (2021).

“La depresión, la ansiedad y la fatiga han pasado a formar parte del paisaje emocional de una juventud empobrecida y sin perspectivas de futuro, que sólo aguanta a base de antidepresivos, analgésicos y marihuana, y esa desesperación se traduce en el consumo igualmente acelerado de imaginarios oscuros y melancólicos. Así, frente al optimismo cruel de la cultura de la autoayuda, muchos han erigido un pesimismo irónico que celebra el suicidio y la pulsión tanática que se expresa incluso de forma planetaria, como deseo de extinción de la especie: en medio de una pandemia mundial, los millennials vamos con el virus” (Espluga, 2021: 187).

Las hipótesis exploratorias que guían el planteamiento inicial de este proyecto se anclaban, premonitoriamente, a estas palabras. Si bien, como explicamos a continuación, con una clara voluntad de ofrecer una aproximación más granulada a la diversidad inherente en las juventudes españolas.

3.3. APROXIMACIONES A LAS JUVENTUDES EN EL CONTEXTO ENTRE CRISIS EN ESPAÑA. Apuntes sobre la subjetividad neoliberal

En esta investigación partimos de un concepto de juventud, entendida como metáfora o imagen condensada de una sociedad cambiante (Feixa, 1993). Si bien la acepción aquí será la de “**juventudes**” como significaciones múltiples del complejo entramado social donde estos perfiles diversos de transiciones educativas, laborales y de emancipación pueden ser analizados como parte de una categoría más de opresión (Duarte, 2000). Nos situamos, así, en línea con los estudios contemporáneos desde la sociología de la juventud en España, al considerar esencial para nuestra aproximación tener presente que en el convulso contexto actual, las “transiciones (son) fragmentarias, retardadas, discontinuas y marcadas por la diferenciación y desigualdad que introducen el género y la posición socioeconómica” (Aguirre et al., 2019: 140).

Al aproximarnos a las juventudes en el contexto entre crisis en España, podemos observar como rasgo compartido con los estudios internacionales el ser descritos como aquellas personas **socializadas como sujetos neoliberales** – competitivos, disciplinados, emprendedores – que abogan por la resiliencia en un contexto laboral de flexibilización y precarización (Duffy y Wissinger, 2017). Los discursos contemporáneos en torno a las juventudes resuenan así en las investigaciones sobre nuestro entorno, al describirlas como personas que asumen su rol como **responsables únicos** de su devenir, consecuentes con el espíritu del

individualismo institucionalizado (Beck y Beck-Gersnheim, 2001). Si bien, recogen las contradicciones propias del concepto *juventudes* en un contexto complejo de adversidades e incertidumbres. Así, son también esas personas que, a su vez lideran **movimientos sociales** contra el cambio climático heredado (Díaz, 2020) o se rebelan frente a la desigualdad en múltiples variantes (Benedicto y Ramos, 2018).

Personas **hiperconectadas** digitalmente que acusan la **soledad** aún en el seno familiar (Sanmartín et al., 2020) o muestran indicios de cierta dificultad para las relaciones *offline*, a las que se tilda de **hedonistas sin sentido comunitario** en una época en la que el disfrute instantáneo y el **hiperconsumo** son refugio **transgeneracional** (Megías, 2019). Personas sobre las que coexisten aún sentimientos contradictorios ante las "**promesas de felicidad**" que han de impulsarlas al futuro pero que perciben en símbolos de calidad de vida que excluyen amplios grupos sociales (mujeres, LGBTIQ, inmigrantes) (Ahmed, 2010), o que al revisar el pasado de sus progenitores, advierten como imposibles de replicar.

Personas socializadas desde su infancia y su adolescencia en un entorno cultural mediático donde el discurso neoliberal contemporáneo les reitera que: 'podemos conseguir lo que queramos si lo intentamos intensamente' (Mendick et al., 2015). A pesar de lo cual, deberían tener en cuenta no solamente los **obstáculos estructurales** y las diferentes configuraciones en **capitales** necesarios para el éxito, sino y, sobre todo, que las propias **aspiraciones están desigualmente distribuidas**. En este punto, algunos estudios explican la prevalencia de cierto "**pesimismo esperanzado**" de las juventudes actuales a pesar del "presentismo pragmático" (Megías, 2019) que las define: entre las juventudes emergen personas que, contraviniendo los peores augurios del pensamiento contemporáneo –de Ulrich Beck a Zygmunt Bauman– **no abandonan de facto la actividad política** (Fernández y Morán 2017). Quizá porque, como apuntan Alonso et al. (2017), **el discurso del miedo carece de eficacia** sobre quienes ya no planifican su vida a medio y largo plazo.

Estos apuntes preliminares resultan esenciales para orientar la primera aproximación a las juventudes que se lleva a cabo en el proyecto y acaban de definir los ejes de observación en torno al bienestar, la cultura laboral y la ciudadanía. Sin embargo, se asumen con la cautela propia del enfoque metodológico que el equipo adopta al integrar a los sujetos investigados como participantes activos en el diseño de investigación.

4. METODOLOGÍA

4. METODOLOGÍA

El enfoque metodológico del proyecto se sitúa conforme a los presupuestos teóricos previamente descritos, y en línea con la experiencia previa de las personas que integran el equipo de investigación, principalmente desde los grupos [Medium \(UPF\)](#) y [JOVIS.com \(UPF\)](#). Se propone una aproximación eminentemente cualitativa combinando el análisis multimodal del discurso audiovisual con la etnografía, si bien, recurre a la integración metodológica de técnicas cuantitativas para el análisis de las audiencias televisivas. Para ello, cuenta también con la colaboración de [OPA Observatori de la Producció Audiovisual \(UPF\)](#) adscrito al Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra (UPF) en el que se integran los principales miembros del equipo investigador.

Esta combinación de métodos es la que permite abordar la pregunta que articula esta investigación, esto es: **"¿A partir de qué marcos culturales e imaginarios simbólicos las personas jóvenes se conciben a sí mismas y proyectan sus miedos y esperanzas para construir un futuro como proyecto colectivo?"**

Por un lado, se requieren metodologías de análisis textual cualitativo para "conocer los imaginarios simbólicos con los que las personas jóvenes dan sentido a sus trayectorias vitales, sus inquietudes y proyectos de futuro en un contexto social marcado por la convergencia de crisis globales" (OG1). De este modo, tras una primera exploración de la oferta de series televisivas y el consumo juvenil que permita seleccionar una muestra significativa, se propone el análisis de las representaciones y valores implícitos en las narrativas de ficción audiovisual más populares.

Por otro lado, para "comprender cómo se conciben en torno a tres ejes –ciudadanía, bienestar y cultura laboral– a partir de la evocación de sus referentes culturales en ficción seriada" (OG2), las técnicas apropiadas son las de la etnografía, ya que permiten indagar en los procesos de apropiación cultural y de construcción de significados en torno a las propias experiencias vitales y los imaginarios de futuro que activa el consumo de dichas producciones. Además, tal y como apunta Feixa (2018), técnicas como los grupos de discusión o la narrativa autobiográfica a partir de historias de vida permiten, desde la introspección y la interacción, que las personas jóvenes participantes en el estudio tomen conciencia de su entorno.

Por último, se propone una metodología participativa a partir de talleres de creación que permitan a las personas jóvenes elaborar sus propias narrativas y las capaciten para recrear imaginarios de futuro. Este espacio de investigación-acción-participativa (IAP, en su acepción contemporánea; Zeller et al. 2015) en el que convergería finalmente el proyecto abre la posibilidad de articular el impacto social del proyecto en una plataforma de recursos analítico-críticos y creativos que fomenten el debate entre, para y con las personas jóvenes, así como los actores sociales y políticos que intervienen en el ámbito de las juventudes.

A continuación damos cuenta de cómo se ha llevado a cabo la investigación detallando el procedimiento y las técnicas empleadas de acuerdo con los objetivos específicos de cada fase y las técnicas empleadas. Todo ello, teniendo en cuenta la aplicación del plan de contingencia ante la pandemia por COVID-19, y las decisiones tomadas para ajustar el diseño y sobre todo, el cronograma inicial previsto, a las incidencias sobrevenidas.

4.1. PROCEDIMIENTO FASE I

4.1.1. ¿Qué series televisivas? Averiguar cuáles son las series televisivas más consumidas por las personas jóvenes desde 2008 hasta la actualidad.

El objetivo específico que abre la investigación consiste en *Identificar las series de ficción de mayor consumo durante el período 2008-2020 entre las franjas de audiencia analizadas (OE1)*. Se trata de acotar una muestra significativa de las series televisivas con mayor seguimiento de audiencia, desde la adolescencia hasta la actualidad.

Para llevar a cabo este objetivo se procede a la explotación de bases de datos de audiencia en abierto sobre consumo audiovisual en España (Estudio General de Medios de la AIMC, CNMC Data y ComScore principalmente). Y en paralelo, se implementa un diseño estratégico de consultas a los datos de medición de audiencia televisiva mediante audímetros de Kantar Media, a través de la suscripción del Observatorio de la Producción Audiovisual (OPA, UPF) con a GECA, una de las consultoras audiovisuales especializadas en la industria del entretenimiento más consolidadas en España.

El diseño se ajusta a las restricciones de acceso a los datos de audiencia por género y formato del período anterior a 2015, para el que no se dispone de la segregación por segmentos de edad. Por este motivo, se opta por contrastar la selección de series televisivas de mayor consumo televisivo global con los perfiles de edad de su rendimiento anual. Para el período posterior a la temporada televisiva 2014/15, se lleva a cabo una primera aproximación desde el *ranking* parametrizado de las emisiones más vistas hasta el confinamiento por Covid-19. Y a continuación, se procede a realizar un análisis pormenorizado de las ficciones más vistas por las personas en edades comprendidas entre los 10 y los 24 años hasta 2022.

Cabe recordar aquí algunas de las características diferenciales de las series de ficción televisivas como textos clave de la cultura juvenil. En primer lugar, son producciones que alcanzan una amplia cobertura en términos de variables sociodemográficas (género, hábitat, nivel socioeconómico y educativo), lo que se adecúa a la voluntad del proyecto al abordar las juventudes en su diversidad y hacerlo desde los imaginarios simbólicos más ampliamente compartidos. En segundo lugar, generan una mayor fidelización, y tradicionalmente han fomentado la cultura participativa (siendo pioneras en el fenómeno de las comunidades interpretativas y creativas de *fans*). Justamente, en el período analizado, al consolidarse la cultura de la convergencia en un entorno digital, las series televisivas han experimentado su tercera época dorada, convirtiéndose así en las producciones narrativas de referencia contemporáneas. Sin embargo, esto también ha llevado a que el consumo de series por parte de las personas más jóvenes, se haya diversificado entre múltiples dispositivos y pantallas de acceso. Por último, es importante considerar aquí que la irrupción de las plataformas OTT (Over the Top) y la progresivamente alta penetración en España de las plataformas de vídeo baja demanda por suscripción (SVOD) como *Netflix* y *Amazon Prime Video*, da lugar a cambios significativos en la industria audiovisual.

Estos dos últimos aspectos, plantean dos retos para el desarrollo de nuestro estudio. Por un lado, al analizar los datos obtenidos a partir de la medición de audiencias televisivas de *Kantar Media*, hay que tener en cuenta que no integran el visionado a través de dispositivos diferentes a la pantalla del televisor. Por otro lado, el consumo de series a través de las plataformas OTT, al no ser televisión no es medido por *Kantar Media*, por lo que no existen datos contrastados y avalados por el sector para estas producciones. En este caso, el acceso viene limitado por la voluntad de las compañías que los ocultan o difunden de acuerdo a sus intereses. Inicialmente, se recurre a fuentes documentales (prensa generalista y portales especializados) para compilar estas informaciones y considerarlas al valorar la selección de series a incluir.

Aunque, para afrontar ambos retos, finalmente, se implementan en la segunda fase del estudio una serie de herramientas (en cuestionarios y grupos de discusión) destinadas a contrastar y complementar un análisis de usos y hábitos de consumo audiovisual no contemplado en el diseño original. A efectos del cronograma, la incorporación de estos datos obtenidos con posterioridad a la finalización prevista para las tareas asociadas a este objetivo específico obliga a revisar los resultados obtenidos inicialmente. Y al tratarse de definir el corpus de análisis de los dos siguientes objetivos específicos, es preceptivo mantener como provisionales los avances de la investigación hasta finalizar la integración de títulos a la muestra de series analizadas. Consecuentemente, el cronograma de tareas se ve alterado, intensificando el trabajo durante la etapa final.

4.1.2. ¿Qué imaginarios y referentes simbólicos? Elaborar un mapa temático y analizar patrones narrativos

Los siguientes objetivos específicos requieren trabajar una doble aproximación a las series previamente seleccionadas. Por un lado, para *Detectar recurrencias temáticas y de contexto narrativo (OE2)* se implementa un análisis de contenido que integra no solo las categorías más descriptivas de las series (título, productora, canal y año de emisión, número de temporada, capítulos por temporada, género y formato) sino también aquellas relativas al contexto como escenario histórico-social, la narración (fundamentalmente personajes y acciones) y contenidos representados (temas y problemas, sujetos e instituciones).

Para las categorías descriptivas se contrastan los datos archivados en el registro anual de OPA con la base de recién publicación Seriestelevision.es y, las publicaciones periódicas del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL), activo desde 2005. Para las categorías de contexto, narración y contenidos representados se realiza un visionado parcial que incluye al menos tres capítulos además del piloto, caracterizado por delimitar las claves interpretativas de la serie.

De este modo, se traza un mapa temático y de contexto narrativo que permite detectar cuáles son las tendencias dominantes en las series de ficción más populares entre las personas jóvenes a lo largo del período analizado. A continuación, se procede a seleccionar una muestra significativa de cada una de las tendencias detectadas sobre la que *Analizar patrones de desarrollo narrativo, configuración de modelos y discursos ideológicos subyacentes a las series (OE3)*.

Para ello se diseña una parrilla ad hoc para el análisis textual inspirada en trabajos anteriores del grupo MEDIUM que integra principalmente el análisis de las reglas aléticas, deónticas, axiológicas y epistémicas que organizan los mundos posibles de las series (Dolezel, 1999; Eco, 1981), con el análisis de roles narrativos y las estructuras de significado subyacente (Ruiz Collantes, 2009), poniendo el foco en los personajes encarnados por personas jóvenes para determinar los aspectos diferenciales.

En línea con los retos expuestos para la consecución del primer objetivo específico (OE1), la incorporación posterior de los datos relativos a las plataformas SVOD ha condicionado el desarrollo de estas tareas.

Preventivamente, se optó por incluir en el mapeo provisional las series de producción española que formaban parte de la oferta de la plataforma con mayor número de suscriptores en España, *Netflix*, y se exploró la posibilidad de incluir las producciones españolas de los últimos cinco años disponibles en *Amazon Prime Video*. Si bien, los datos recogidos en la segunda fase de la investigación avalaban la inclusión de algunos de estos títulos, el análisis cualitativo de las series extranjeras más populares a través de estas nuevas vías de consumo juvenil, se ha completado más tarde de lo inicialmente previsto.

4.1.3. ¿Quiénes son estas personas jóvenes? Aproximarse a las juventudes

En paralelo al seguimiento de tareas vinculadas al análisis de las series de ficción más populares entre las juventudes en España, se llevó a cabo el análisis documental necesario para *Identificar las opiniones, inquietudes y percepciones de la juventud española sobre el desarrollo de los tres ejes de la investigación (ciudadanía, bienestar y cultura laboral) (OE4)*. Este objetivo específico se ha desarrollado de manera transversal en ambas fases y, nos conduce por tanto, a detallar el procedimiento seguido para aproximarse a las juventudes desde un diseño etnográfico que conecta con sus referentes simbólicos.

4.2. PROCEDIMIENTO FASE II

4.2.1. ¿Cómo se apropian y de qué modo resignifican estas narraciones?

Efectivamente, esta segunda fase de la investigación viene orientada por dos objetivos específicos que complementan esta identificación de opiniones, inquietudes y percepciones en torno a la ciudadanía, el bienestar y la cultura laboral por parte de las personas jóvenes **(OE4)**.

Por un lado, a través de los discursos que construyen las personas jóvenes al evocar las series consumidas, principalmente, desde su adolescencia, y aquellas que han marcado sus imaginarios y referentes culturales, se busca *Detectar aquellos conceptos, lugares comunes, metáforas e imágenes simbólicas que se presentan como representaciones sociales compartidas a partir del consumo audiovisual entre la juventud española* **(OE5)**.

Por otro lado, además de promover procesos de introspección y reflexión consciente sobre sí mismas, se busca generar procesos iterativos en los que las personas jóvenes, en conversación grupal, construyan el sentido social de las narrativas vinculándolas a su presente y su futuro proyectado *(Analizar las implicaciones emocionales y cognitivas de los sujetos investigados con las resignificaciones e interpretaciones que hacen de las series televisiva)*, **OE6**.

Se trata, en definitiva, de dar voz y escuchar a las juventudes invitándolos a compartirnos sus imaginarios sociales a través de los personajes, las experiencias y los mundos posibles de la ficción seriada. A continuación se detallan los criterios de selección de los participantes. Y cerramos este apartado metodológico describiendo las técnicas integradas en el diseño etnográfico para la recogida de datos.

4.2.2. Participantes: criterios de selección

En esta fase de la investigación han participado 42 personas nacidas entre 1996 y 2004, clasificadas en dos categorías según su edad al inicio del período de la crisis financiera en España (2008) en: nacidas entre 2001-2004 (infancia, 4-7 años); y nacidas entre 1996-2000 (preadolescencia, 8-12 años).

La desigualdad creciente entre individuos jóvenes que, si bien afrontan problemas comunes, lo hacen desde posiciones divergentes (Urraco y Moreno, 2018), obliga a atender variables sociodemográficas no sólo de edad sino también de género,

procedencia y nivel económico y de estudios en la composición de la muestra total de participantes, a fin de saturar el discurso y abordar el análisis de los datos desde la interseccionalidad.

La captación de participantes se externalizó contratando como proveedor del servicio a una empresa especializada en estudios de mercado (*Search Value Consulting*) ubicada en una población cercana a Barcelona, Sant Joan Despí. El cuestionario de captación se elaboró conjuntamente para: a) garantizar que cumplieran algunos requisitos básicos como el de no haber participado previamente en investigaciones de corte etnográfico (entrevistas en profundidad o grupos de discusión, principalmente) o no cursar o haber cursado estudios en el ámbito de comunicación en la UPF; b) incluir preguntas destinadas a complementar el conocimiento en torno al consumo de series y adecuar el diseño de las técnicas de recogida de datos; y c) fijar los criterios de selección para poder componer las agrupaciones de jóvenes de 18 a 21 años y de 22 a 26 años.

Respecto a los criterios de selección, finalmente se optó por conformar grupos mixtos en términos de género, y además de la edad, diferenciarlos por nivel socioeconómico y educativo. Pese a no emplear el término clase social en proyecto, se siguen las indicaciones de la investigación que nos precede desde el ámbito de la sociología de la juventud al abordar la desigualdad de oportunidades formativas y laborales en relación con el origen o clase social de las personas jóvenes:

"Se define como perteneciente a la clase trabajadora a los y las jóvenes cuyos progenitores no hayan ido a la universidad, pues se entiende que 'el principal factor de éxito escolar es el nivel escolar parental' (Martín Criado, 2018). (...) (Martín Criado, y Gómez Bueno, 2017) (...) (Martínez García, 2014)" (Borras, Moreno, Candela y Legarreta, 2019).

Para delimitar estos niveles en alto, medio y bajo, se cruzaron las respuestas obtenidas sobre el nivel de estudios propio y el de la persona que más ingresos aporta a la unidad familiar, así como la profesión de esta última (ver Anexo I). En la selección de participantes se tuvo en cuenta que globalmente se integraran personas de diverso hábitat (captación tanto en Barcelona ciudad como en poblaciones de alrededor, dentro y fuera del segundo cinturón urbano), diversas procedencias (al menos 5 personas con progenitores de origen extranjero) y diversidad de modelos de cohabitación incluyendo personas emancipadas fuera del hogar familiar (6 de las 42 personas participantes, todas entre 22 y 26 años). La configuración de las agrupaciones², fue la siguiente:

2. La clasificación hombre/mujer corresponde a la propia autodefinición de las personas participantes.

- GRUPO I: 3 hombres y 4 mujeres, de 18 a 21 años, nivel socioeconómico y educativo alto
- GRUPO II: 4 hombres y 3 mujeres, de 22 a 26 años, nivel socioeconómico y educativo alto
- GRUPO III: 3 hombres y 3 mujeres, de 18 a 21 años, nivel socioeconómico y educativo medio
- GRUPO IV: 4 hombres y 4 mujeres, de 22 a 26 años, nivel socioeconómico y educativo medio
- GRUPO V: 4 hombres y 4 mujeres, de 18 a 21 años, nivel socioeconómico y educativo bajo
- GRUPO VI: 3 hombres y 3 mujeres, de 22 a 26 años, nivel socioeconómico y educativo bajo

Tras la selección de participantes, se les convocaba informándoles previamente de los días y horas de las actividades, la duración prevista de cada una y el lugar de realización, tanto si correspondían a dinámicas grupales obligatoriamente presenciales, o a técnicas de recogida de datos personales como cuestionarios o entrevistas por videollamada, por ejemplo. También se facilitaba el formulario de Consentimiento informado (ver Anexo II) siguiendo los preceptos de la Comisión Interna de Revisión Ética de Proyectos de la UPF avanzado a la empresa de captación. Este formulario era distribuido en papel para su aceptación mediante firma, previa lectura y explicación pormenorizada durante el primer encuentro con cada una de las personas participantes.

4.2.3. Limitaciones y activación del plan de contingencia

Una de las principales limitaciones de esta investigación, más allá de las propias de la aproximación metodológica cualitativa y etnográfica que se detalla más adelante, es la que deriva de la necesidad de lograr que las personas jóvenes se impliquen en la investigación, ya no sólo como sujetos investigados, sino como participantes en el proceso de recogida y análisis de datos. Al ser fundamental su fidelización, se implementaron algunos ajustes en el diseño inicial para reducir la duración del trabajo de campo. Así, el estudio longitudinal se redujo de tres a dos sesiones concentradas en cuatro semanas en lugar de los ocho inicialmente previstas.

El compromiso adquirido a través del proveedor de servicios de captación era el de lograr que el seguimiento completo de todas las actividades previstas a lo largo de las cuatro semanas dedicadas al trabajo de campo. Un objetivo que se logró con éxito para todas las personas participantes del estudio.

Por otro lado, la activación del plan de contingencia tras diversas incidencias por el aumento de los contagios y las consecuentes restricciones ante indicadores de riesgo por Covid-19 en las instalaciones universitarias donde se preveía la realización de las dinámicas grupales para la recogida de datos, llevó a considerar la posibilidad de adaptarlos al formato online. Esta opción se descartó, principalmente por la dificultad que suponía dinamizar las sesiones participativas entre personas jóvenes, tanto para captar su atención como para lograr una interacción espontánea desde las pantallas. Aún reduciendo el número de participantes, la experiencia previa del equipo, especialmente las investigadoras vinculadas a Jovis.com, en este tipo de actividades online que requieren trabajar cooperativamente en aplicaciones en línea, acabó reconduciéndonos hacia la presencialidad. Dada la naturaleza del estudio, resultada imprescindible obtener datos de calidad a través de esta aproximación cualitativa, y ello dependía, en gran medida, de lograr el ambiente distendido que promueve la iteración simultánea cara a cara entre las personas que participan en la secuencia de actividades.

En definitiva, se priorizó la realización de los grupos de discusión y los talleres creativos de manera presencial, y se restringieron al formato online las técnicas de recogida de datos individuales. Estas sesiones presenciales se llevaron a cabo en la sala diseñada a tales efectos en el área de Talleres y producción audiovisual del Campus de la Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra en Barcelona durante los meses de junio y julio de 2022. Este calendario de programación garantizaba el libre acceso a las instalaciones, no sometidas ya a la intensa ocupación de periodo lectivo, y la disponibilidad del apoyo técnico necesario. Además, ofrecía la posibilidad de llevar a cabo estos encuentros sin aplicar protocolos de distancia o uso de mascarillas en espacios interiores por primera vez en muchos meses.

Globalmente, valoramos esta decisión como la más adecuada para aproximarse a las juventudes en período postpandémico, a tenor de la calidad de los datos recogidos y la manifiesta preferencia de las personas participantes por el formato presencial. No obstante, como contrapartida, su tardía calendarización ha supuesto una considerable intensificación del trabajo analítico y la postergación de las subsiguientes actividades estratégicas para la difusión científica y la transferencia social.

4.2.4. Diseño etnográfico para una investigación participativa

El análisis de la recepción se centra, en primer lugar, en entender cómo las personas jóvenes interpretan las narraciones compartidas en el acervo de consumo de series de ficción previamente analizado. Y en segundo lugar, se propone explorar de qué modo se reapropian y resignifican estos relatos, vinculándolos a su propia experiencia vital en relación a los tres ejes de interés aquí: bienestar, cultura laboral y ciudadanía.

Se trata de evocar los imaginarios simbólicos a través de los cuáles dialogan con su presente y proyectan posibilidades de futuro en un sentido colectivo. Es así como, tal y como se ha avanzado en el marco teórico, esta investigación conecta además con el interés por el estudio del futuro en la etnografía (Salazar et al. 2017). Pink y Salazar abogan por interesarse por cómo los ciudadanos (y otros agentes, como los medios) imaginan el futuro y su impacto en el propio devenir social, llamando a la necesidad de desarrollar un 'enfoque renovado, abierto y centrado en el futuro para comprender el presente, anticipar lo desconocido e intervenir en el mundo' (2017:4).

Se trata de una investigación participativa en la que se llevan a cabo tres técnicas de recogida de datos propias de la tradición etnográfica: grupos de discusión, talleres de creación y entrevistas en profundidad (Suter, 2000; Riaño, 2000; Pizarro, C., 2014). Al tratarse de un diseño inclusivo que busca que el sujeto investigado sea participante activo de la investigación, la dinámica de trabajo conlleva un contacto constante con el equipo investigador a lo largo del proceso de recogida y análisis de datos. En el trabajo de campo participan, por tanto, un total de 42 personas jóvenes, distribuidas en 6 grupos, y en interacción con las seis personas del equipo investigador.

La recogida de datos se articula a partir del diseño de grupos de discusión orientados en una primera sesión a explorar la relación de las personas jóvenes con las series de ficción. La elección de los grupos focales como técnica de investigación refleja el deseo de examinar el discurso de las personas jóvenes desde un punto de vista cualitativo, es decir, sin el objetivo de representatividad, como pueden brindar otras técnicas, pero con la posibilidad de detectar diferencias significativas entre grupos sociales y obtener discursos elaborados (Bryman, 2008). Los grupos focales nos permiten observar cómo se construyen los significados a partir de la interacción entre pares, y por tanto arrojan luz sobre cómo determinadas ideas, opiniones y valores se imponen socialmente (Acocella, 2012) y cómo se construyen y negocian las posiciones a partir de una especie de 'sentido común', es decir, a partir de valores compartidos que se dan por sentados y se consideran inevitables e indiscutibles (Cairns, 2015).

En el marco de este proyecto, los grupos de discusión nos ayudan a comprender cómo las personas jóvenes entienden, interpretan y responden a las narraciones compartidas a través de las series más populares identificadas en la etapa anterior (análisis textual cualitativo). Además, al evocar vivencias a través de personajes y situaciones en las que se han sentido interpeladas de algún modo, el diálogo grupal en torno a las narrativas de ficción, nos permite explorar cómo estas personas se relacionan con sus propios imaginarios de presente y futuro, es decir, cómo se ven hoy y se prevén mañana, cómo imaginan su vida adulta.

Los seis grupos de discusión se llevaron a cabo la última semana de junio en las instalaciones habilitadas para este fin en la sede de la UPF en el distrito tecnológico 22@ de Barcelona. Las personas participantes fueron recibidas por dos o tres miembros del equipo investigador y acompañadas a la sala de *focus group* donde, previa lectura del formulario consentimiento informado, se les explicó detalladamente el proyecto. Cada uno de los seis grupos de discusión contó con una persona del equipo investigador en el rol de moderador y otra en el de observador participante presente en la sala. En la cabina de grabación, junto al apoyo técnico, la persona observadora no participante tomaba las notas sobre las que posteriormente, se construía el diario de campo a través de las sesiones de puesta en común del equipo investigador.

Este tipo de herramienta era imprescindible porque, en última instancia, la dinámica grupal de este encuentro se diseña también para activar un proceso de reflexión consciente que las personas participantes pueden continuar en los días siguientes. Un proceso individual que se incentiva a través de dos herramientas complementarias: un cuestionario que han de completar y enviar por correo electrónico, entre dos o tres días después del encuentro, y una entrevista telefónica llevada a cabo por el equipo investigador la semana posterior. Ambas herramientas permiten contrastar datos y recabar nuevas informaciones con los que, junto al diario de campo, se reelabora y ajusta el diseño de las siguientes actividades de recogida de datos.

En efecto, por un lado, se lleva a cabo un mapeo de las actitudes y las aptitudes de los personajes destacados en los grupos de discusión, así como de los contextos y las situaciones que conectan con sus propias inquietudes y anhelos. Por otro lado, se seleccionan, previa categorización a partir de los tres ejes que articulan la investigación (bienestar, cultura laboral y ciudadanía) aquellas ideas expresadas de manera recurrente tanto en los grupos de discusión como en el cuestionario y la entrevista individual, que servirán como base para las actividades iterativas del segundo encuentro grupal.

En esta segunda sesión presencial, dos semanas después del primer encuentro, se lleva a cabo un taller dialógico donde las actividades iterativas basadas en los extractos seleccionados de ideas recogidas hasta ese momento, se orienta a promover una evaluación conjunta del pre-análisis realizado. Este taller culmina con la creación cooperativa de relatos sobre futuros posibles, estimulada a partir de la exposición a visiones fragmentarias del futuro recogidas en el cuestionario individual al proponerles a las personas jóvenes que participan del estudio que se escribieran a sí mismas a cinco y diez o quince años vista.

Los talleres participativos de creación (Horvath y Carpenter, 2020), promueven la ideación y realización conjunta de ficciones situadas en futuros próximos. Son una herramienta que permite a quienes participan reflexionar sobre cómo imaginan su porvenir y cómo éste se vincula a escenarios futuros colectivos. En el marco de este proyecto, los talleres, como técnica de observación participante, nos permiten investigar los procesos de discusión, fabulación y reflexión vinculados a la creación colectiva de ficciones. Se trata de crear espacios de reflexión, creación y empoderamiento, que a su vez nos permiten entender mejor cómo las personas jóvenes interpretan y se apropian de las ficciones orientadas al futuro que los inspiran.

Se sigue el precedente de investigaciones que han utilizado la creación de ficciones como método para reflexionar y entender "cómo los escenarios futuros se prueban y realizan a través de un proceso de imaginación en el presente, y cómo los relatos ficticios del futuro indican cómo se interpretan las experiencias pasadas y presente" (Sjöberg, 2017). Al mismo tiempo, la creación de ficciones como formas de apropiación conectan con el ámbito de los *fan studies*, que en las últimas décadas se han interesado en ver cómo las audiencias en sus producciones textuales basadas en ficciones mediáticas rehacen ideológicamente los textos (Jenkins, 1992; Guerrero-Pico, 2016; Fathallah, 2017; Lamerichs, 2018).

El planteamiento del proyecto no permite considerar la realización de piezas audiovisuales, y al reducirse esta actividad a una sola sesión, se decidió potenciar la espontaneidad y libertad creativa a través de dinámicas de lluvia de ideas, recogidas como resultado en formato de esquema de guión escrito. Tanto los guiones de estas ficciones, como las explicaciones y las discusiones o discursos generados durante el proceso de ideación, creación y visionado forman parte de los datos recogidos en el trabajo de campo para su posterior análisis.

Este trabajo de campo finaliza con las entrevistas en profundidad a cuatro participantes que se realizan en los cinco días posteriores para complementar los datos recogidos sin llegar, propiamente, a elaborar historias de vida.

Las entrevistas en profundidad (Hennink et al. 2020) sirven para comprender las experiencias personales, motivaciones, prácticas, y aspiraciones con respecto al futuro de las personas jóvenes participantes en el proyecto. La selección de participantes se hace según su participación e interés en los grupos de discusión y los talleres de creación, atendiendo la representatividad de las variables sociodemográficas transversales al proyecto (al menos una persona de cada nivel socioeconómico y educativo, y dos de cada segmento etario).

Mientras que de los grupos de discusión y los talleres de creación de ficciones nos interesan los procesos de generación de consensos y significados colectivos, las entrevistas en profundidad son una oportunidad para analizar el discurso individual de quienes han participado de estos procesos, de manera que puedan emerger nuevos puntos de vista y discursos no detectados en las fases anteriores. Globalmente, el diseño etnográfico de esta fase II del proyecto intenta minimizar las limitaciones propias de este tipo de investigaciones cualitativas (sobre todo, las relativas a la observación y las dinámicas establecidas en las interacciones grupales) mediante la aplicación de diferentes técnicas y herramientas.

4.3. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Con respecto al procesamiento y análisis de los datos recogidos, el método etnográfico invita a desechar categorías de análisis preconcebidas para buscarlas en los puntos de vista y prácticas de los sujetos reflejados en las técnicas aplicadas durante el trabajo de campo (Guber, 2001), por lo que se favorecen los modelos analíticos inductivos. En este sentido, la técnica de análisis del discurso (Van Dijk, 1997) no es ajena a su combinación con perspectivas de análisis inductivas como la teoría fundamentada (Charmaz, 2006) a la hora de alumbrar temas, esquemas discursivos, actos del habla o significados (Sayago, 2014). Por ello, los resultados del análisis del discurso de las personas jóvenes participantes en grupos de discusión, talleres de creación y entrevistas nos permitirán conocer cómo interpretan las narraciones que consumen y cómo se conciben a sí mismos, a las *juventudes* y a la sociedad del futuro a partir de esas ficciones.

Los datos cualitativos vinculados al análisis de las narrativas (fase 1) y al análisis de recepción (fase 2) son tratados y analizados con el software NVivo, aplicación que permite procesar una gran variedad de materiales, desde transcripciones de entrevistas hasta documentos escritos, gráficos y audiovisuales.

Asimismo, este software permite hacer consultas de texto en todos los materiales, construir matrices de comparación, así como desarrollar jerarquías descriptivas e interpretativas gracias a su sistema de codificación por nodos (categorías). Este proceso de codificación (categorización) es deductivo e inductivo. En el proceso deductivo, conceptos y categorías previamente establecidas a partir de la literatura académica se trasladan como nodos al entorno de NVivo y se aplican a las muestras del análisis textual y, posteriormente, a los materiales del trabajo de campo. En cambio, en el proceso inductivo, como ya hemos adelantado, las categorías emergen del propio trabajo de campo, que enriquecerán las categorías deductivas.

Este sistema de doble codificación ha sido probado por miembros del equipo de investigación adscritos a MEDIUM, en proyectos europeos y estatales orientados a la transalfabetización mediática (*medialiteracy*) entre adolescentes (Scolari, 2018; Establés et al. 2019). La primera etapa es descriptiva, y en ella se codifican los materiales de los grupos de discusión, entrevistas y talleres de creación en categorías o nodos amplios (y de acuerdo a las áreas temáticas de bienestar, cultura laboral y ciudadanía). Durante la segunda etapa, de corte más interpretativo, se revisa el material catalogado anteriormente para obtener categorías más específicas.

5. RESULTADOS

FASE I

A continuación se exponen de manera sintética los principales resultados de la primera fase de la investigación, de acuerdo con la siguiente estructura.

El primer apartado, **Jóvenes y consumo de series de televisión en España**, recoge los resultados obtenidos al estudiar qué series de televisión consumen las personas jóvenes en España. Y lo hace centrándose en la aportación más novedosa del proyecto en esta primera fase, exponiendo lo que se ha denominado el fin de un largo ciclo en el consumo juvenil de las narrativas de ficción, el que las circunscribía a las cadenas generalistas en abierto.

El segundo apartado se ocupa de las **Series de televisión para el público juvenil en España**. Y lo hace situando la evolución experimentada por la industria audiovisual en relación este tipo de producciones dirigidas al público juvenil, implementando estrategias que van desde la inclusión de personajes adolescentes en series para el consumo familiar en las cadenas generalistas en abierto a las tendencias que dominan la oferta de las plataformas SVOD más populares entre las juventudes españolas hoy en día, pasando por el fenómeno de las *teen series made in Spain*.

El tercer y último apartado, **Los imaginarios y referentes simbólicos en las series de ficción (2010-2020)** ofrece una síntesis de las reflexiones llevadas a cabo en el seno del equipo investigador a partir del análisis textual de las series más populares en torno a los imaginarios y referente simbólicos más comunes.

5.1. JÓVENES Y CONSUMO DE SERIES DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA

La televisión ha sido el medio con mayor penetración en España hasta 2020, año en que el confinamiento provocado por la pandemia por Covid-19, consolidará el *sorpasso* de internet (84,1% frente al 81,8% de penetración total en 2021). Con registros que iban del 77,7% entre los perfiles jóvenes de 14 a 19 años al 92,1% entre los de mayores de 64, sin una diferencia notable por sexo (86,4% mujer; 83,0% hombre) o índice socioeconómico (en torno al 80-85% para todos los niveles) según el *Estudio General de Medios* (AIMC, 2019).

La televisión alcanzaba una cobertura de 31,4 millones de individuos españoles que contactaban diariamente y en el acumulado mensual el 96,8% de la población total había visto al menos un minuto la televisión, según los datos de *Kantar Media* (2019). Los últimos dos años se inicia un progresivo descenso de estos datos, más acentuado si cabe entre los segmentos más jóvenes, que apenas superan el 70%, frente a porcentajes por encima del 80% para los segmentos adultos de más de 45 años en 2021 (73,8% entre 14 y 19 años; 73,2% entre 20 y 24 años, y 72,1% entre 25 y 34 años) (AIMC, 2021).

La televisión, actualmente, presentaría un perfil más adulto que Internet: los individuos jóvenes apenas suman el 22,6% del total de espectadores y espectadoras (6,4% entre 14 y 19 años, 5,2% entre 20 y 24 años, y 11,2% entre 25 y 34 años) (AIMC, 2021). Desde el año 2017, Internet supera una penetración del 97% entre las personas jóvenes (14-19, 20-24 y 25-34 años). Internet, supone un reto en el análisis del consumo, ya que aglutina una amplia tipología de soportes y usos. Redes sociales y plataformas como *YouTube*, *Facebook* y *Spotify* lideran el ranking, seguidos a mayor distancia de cabeceras de prensa y de portales de las televisiones generalistas como RTVE, Antena3TV o *La Sexta*, que apenas alcanzan el 10% del total de *YouTube* (AIMC, 2021).

Esta diversificación del consumo audiovisual también se constata en la marcada tendencia descendiente del tiempo dedicado a la televisión que se detecta desde 2012, año en que se registró un máximo histórico de 246 minutos/día. Pese a que en 2017 se observa un repunte a 240 minutos (con la suma de personas invitadas a los hogares con audímetro), el descenso del consumo lineal, más allá del interés informativo del período inicial de la pandemia, se traduce en 194 minutos/día en 2021. En efecto, el poder de convocatoria y de reunión de convivientes frente al televisor, se ha reducido drásticamente. En 2019 este declive de "18 minutos menos que en la temporada anterior", se atribuía justamente a la franja horaria de máxima audiencia, el *prime-time* de lunes a viernes (21-24h), que "en solo seis años pierde más de 1.400.000 espectadores" (Fernández, 2019).

Esto es así porque durante esta última década, el sistema televisivo español ha experimentado cambios significativos. Al apagón analógico de 2010 y la entrada de la televisión digital temática (TDT), se sucedieron medidas que afectaron al reparto de la cuota de pantalla. Así, junto a la supresión de publicidad en la televisión pública, la fusión entre *Telecinco* y *Cuatro* (2011), y *Antena 3* y *La Sexta* (2012), dio lugar al denominado duopolio privado. Las estrategias de programación iniciadas con las cadenas temáticas de los principales grupos, RTVE, *Mediaset* y *Atresmedia*, se reconfiguraron con la reorientación del espacio radioeléctrico (4G) en 2014, reduciendo la oferta de canales disponible.

Tabla1. Canales generalistas y temáticos en abierto, España 2015-2021

RTVE	Mediaset	Atresmedia	Otros
La 1	Telecinco	Antena 3	DMax
La 2	Cuatro	La Sexta	Trece
Clan	FDF	Neox	Paramount
Teledeporte	Divinity	Nova	Network
24h	Boing	Atresseries	Disney Channel
	Energy		Mega
			DKis
			BeMadTV
			Ten Gol
			Real Madrid HD

Fuente: Observatorio de la Producción Audiovisual (OPA, UPF).

En los años siguientes, estos tres operadores en abierto asimilaron un modelo de televisión generalista principal complementado por un segundo canal (*La2*, *Cuatro* y *La Sexta*), y destinaron la oferta de los canales temáticos a targets concretos. Así, por ejemplo, *AtresSeries* o *FDF* (básicamente en reposiciones) o *Neox* y *Energy* (perfil juvenil, a considerar aquí). Pero, esta estrategia lleva a las cadenas generalistas en abierto a acumular la mayor base de público transversal en torno a la oferta ficción en horario prime-time. La llegada de *Netflix* (2015) y posteriormente de *HBO* y *Amazon Prime Video* (2016) a España, lastraría el aumento progresivo de la audiencia de TDT y acompañaría un crecimiento sin igual del número de abonados a la TV de pago, favorecido, según las principales consultoras de audiencia, por el retraso del prime-time de las cadenas en abierto.

5.1.1. El valor estratégico de la ficción televisiva ante la transformación del mercado

La oferta de géneros en la programación de las cadenas generalistas en abierto en España ha sido liderada por la ficción durante el período 2014-2019. Según datos de *Obitel* con registros sostenidos de algo más del 41% los últimos tres años, frente al 18,2% de los programas culturales (2016-17) o el 16,1% del entretenimiento (2018) como segunda opción (Lacalle et al., 2017, 2019). Estos datos son generalizables para los grandes mercados europeos donde la ficción "sigue ocupando un 50,5% de las parrillas de los principales canales generalistas de 13 países europeos y algunos canales temáticos relevantes" (Lange, 2015 en Delgado et al. (2017)). Se trata de un contenido atractivo y, en el caso de la ficción seriada, con capacidad de fidelizar a la audiencia. Exige una considerable inversión económica, que actualmente puede rentabilizarse en la venta a mercados internacionales, sin olvidar su tradicional contribución a la imagen de marca de la cadena (Buonanno, 2008).

Los estudios más recientes ponen el foco en la significativa transformación del mercado español, y específicamente de este género televisivo, que ha supuesto la llegada de los servicios internacionales de vídeo bajo demanda por suscripción (*Subscription video on demand, SVOD*) (García-de-Castro; Caffarel-Serra, 2016). Por un lado, por **la mayor inversión que estas plataformas internacionales han supuesto para la producción, la exhibición y la circulación de la ficción televisiva** (Dhoest; Simons, 2016), y por otro, por **la obligada reacción de la oferta existente en España**, fomentando tanto relaciones de colaboración como de competencia con los operadores tradicionales (Cascajosa, 2018a) o estrategias de reposicionamiento, como la iniciada por operadores de pago como *Movistar+* y la producción de ficción propia (Cascajosa, 2018b).

5.1.2. Cambios en los hábitos de consumo: ficción seriada, entre televisión e internet

Pese a no contar con datos homólogos del consumo audiovisual en plataformas de suscripción, su penetración en el mercado confirma el crecimiento de su popularidad entre la audiencia española, con el consecuente cambio de hábitos de consumo que esto supone (migración). *La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia* (CNMC) estimaba en más de 8 millones las suscripciones de estas plataformas en 2022 (un 30% más que en 2019). Para entonces, *Comscore* (informe: marzo-agosto 2019) ya registraba 7,3 millones de individuos usuarios únicos en *Netflix*, a los que se añadía 2,7 en *Movistar+*, otros 2,4 en *Amazon Prime-Video* y 2,1 en *HBO* (Marrón, 2019). Por último, destacamos aquí que, según los datos de *TGI Global-Quick-View*, estudio de *Kantar* sobre el comportamiento del consumidor³ en el entorno online, en España el 26% de **la población internauta está suscrita a una plataforma de televisión en streaming**, y es común estarlo a dos o más. Estos datos aumentan entre los perfiles jóvenes-adultos, y responden, según el estudio *DIMENSION 2019* de *Kantar*, más a **la disponibilidad de contenidos únicos, originales y de calidad**, que al hecho de poder evitar la publicidad propia de la televisión en abierto (Garza, 2019).

En este contexto de cambios resulta pertinente evaluar si los canales generalistas en abierto se mantienen como lugar de referencia para el consumo de la ficción televisiva en España, en la línea que sostienen Delgado et al. (2017) desde *Euromonitor*. O si por el contrario, tal y como observaba Cascajosa (2018a, p.1310), al analizar la ficción seriada de prime-time de *La1*, *Antena 3* y *Telecinco*

3. Se utiliza el término 'consumidor/es', masculino genérico, por ser el concepto habitual en el sector profesional de la investigación de audiencias. Excepción justificada (1) en el uso de lenguaje inclusivo no binario.

el trienio 2015-17, el consumo lineal se reduce en “un porcentaje similar [24-28%] a la penetración de servicios online en los hogares españoles” lo que le permitía concluir “al menos, que hay una apreciable influencia”.

La medición de audiencias en España es un objeto de estudio prioritario durante este último lustro debido a los retos que suponen los cambios experimentados en el sector audiovisual. Desde la academia se insta a complementar los datos de audiencia lineal con los de la audiencia en diferido y la audiencia digital y social, ya que no suelen ir correlacionados (González-Neira; Quintas-Froufe, 2016). Esta reclamación se ha intensificado a raíz de la disponibilidad de los contenidos televisivos online, la alta penetración de los servicios OTT (*Over the Top*) y los informes del sector que avalan el abandono del consumo lineal de televisión por parte de las personas jóvenes (Gallardo-Camacho et al. 2019; Guerrero-Pérez, 2018); aunque en la actualidad la disponibilidad de datos de los ámbitos que superan el consumo lineal es escasa, por su alto coste, los acuerdos de confidencialidad que los protegen o por la opacidad de una parte de los nuevos actores del audiovisual. En cualquier caso, el target joven que aquí nos ocupa, al ser más receptivo a la tecnología, es más susceptible de rápida adaptación a los cambios en la oferta audiovisual. Y nuestra hipótesis de partida es que las audiencias jóvenes son las protagonistas de la fuga de la televisión lineal.

Por todo ello, el objetivo general de este estudio es examinar la evolución del consumo de la ficción seriada en el periodo 2014-2019 (pre-pandemia) desde un punto de vista general, y específicamente, en función del segmento de edad de la audiencia. A diferencia de algunos de los estudios precedentes no se restringe la investigación a la franja *prime-time*, para poder observar así las diferencias en las franjas de consumo para perfiles jóvenes y adultos-jóvenes. Se trata de analizar cómo ha evolucionado este perfil etario en cuanto a consumo de ficción en las cadenas generalistas y qué ficciones han obtenido un mejor rendimiento en cuota de consumo sobre el *target* joven y joven-adulto. Para, a partir de ahí, observar cuáles son las características formales y de contenido de las ficciones seriadas de mayor consumo entre las personas jóvenes en este periodo (2014-2019).

5.1.3. Primera aproximación: ranking parametrizado de las emisiones más vistas

5.1.3.1. Técnicas de recogida y análisis de datos

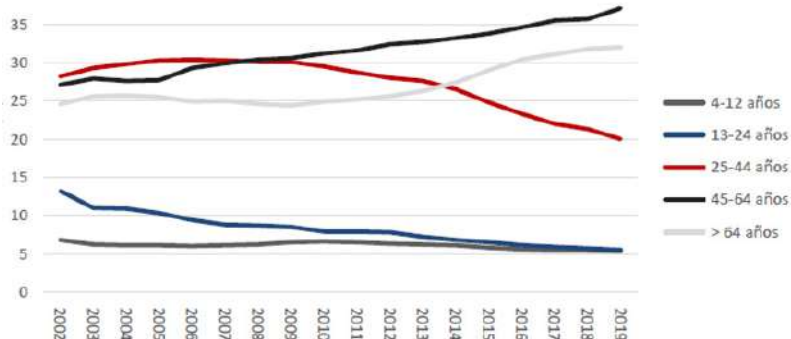
Esta investigación se realiza a partir de los datos de explotación del *Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual* (GECA) durante el periodo 2014-2019 obtenidos a través de *Kantar Media* (4.755 hogares con audímetro).

Para responder a las preguntas de investigación planteadas se trabaja en dos niveles. Primero se observa la evolución de las cadenas generalistas a lo largo del período. Para ello se tiene en cuenta el contexto en el que operan, los objetivos comerciales conocidos y la apuesta que hacen por la programación y la producción de ficción seriada. En un segundo nivel, se trabaja con el *ranking* parametrizado de los 100 programas de ficción más vistos cada año, en el total de espectadores⁴ y de acuerdo con los segmentos de público por edad (4-12, 13-24, 25-44, 45-64 y más de 64 años). La muestra se compone de 3.000 unidades sobre las que se aplican como principales indicadores de valoración del rendimiento en las estrategias de programación televisiva la audiencia media en miles (AM (000)) y el Share (%). Los indicadores de evaluación cualitativa de los resultados obtenidos comprenden el formato, el género, el origen de la producción (nacional/extranjera) y, por último, las temáticas y universos ficticiales dominantes.

5.1.3.2. Evolución del perfil de audiencia, según edad, de las cadenas generalistas en España

A lo largo de la última década se ha consolidado el envejecimiento progresivo de la audiencia en el consumo lineal de televisión en España (Gráfico 1). Esta evolución preocupa especialmente a las cadenas generalistas en abierto porque no sólo afecta al público joven (13-24 años), sino al adulto-joven (25-44 años). La pérdida de los perfiles más atractivos de la audiencia no se compensa con el aumento de los otros targets.

Gráfico 1. Evolución de cuota de pantalla (%) del TTV por segmentos de edad (2002-2019)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media (vía GECA).

4. Se utiliza el término 'espectador/es', masculino genérico, por ser el concepto habitual en el sector profesional de la investigación de audiencias. Excepción justificada (1) en el uso de lenguaje inclusivo no binario.

Si se analizan los datos por cadenas, más allá del liderazgo sostenido de *Telecinco*, seguido de *Antena 3* y *La1* desde 2013 (share alrededor del 14, 12 y 10% respectivamente), es importante observar la evolución demográfica de sus perfiles de audiencia. La cadena pública lidera el perfil de personas mayores de 64 años (41,5% en 2019), si bien *Telecinco* ha acortado distancias la última década y se sitúa a 1,5 puntos, por encima del 36,6% de *Antena3*. También aumenta progresivamente el segmento adulto (45-64 años) en todas las cadenas generalistas, aunque sólo *Antena 3*, y los segundos canales (*La Sexta* y *Cuatro*), lo mantienen como preferente la última década. Esta tendencia tiene un punto de inflexión común a todas las cadenas, y especialmente a las privadas que atraían al público joven-adulto (25-44 años) y lo pierden progresivamente. **Este perfil se sitúa por debajo de la cuota media para el conjunto de cadenas (TTV) para *Telecinco* en 2008, para *Antena3* en 2010, para *La Sexta* en 2017 y *Cuatro* cierra el ciclo en 2020.**

Estos intercambios en el orden de perfiles de audiencia preferentes son relevantes. En primer lugar, se invierten los perfiles joven-adulto y adulto, y en segundo lugar, entre joven-adulto y mayores de 64 años. Ambas variaciones se suceden en apenas una década en todas las cadenas generalistas privadas. A la par que **ninguna de ellas contiene la más lenta erosión de los perfiles más jóvenes (13-24 años) y los niños (4-12 años)**. En el período analizado *Cuatro* supera el porcentaje del TTV para los jóvenes (13-24 años), y eventualmente, *Telecinco* (7,3% en 2015 y 6,2% en 2016). **Tampoco el público infantil recalca significativamente en las cadenas generalista**, si bien cabe señalar aquí que el consumo en estas edades desciende antes incluso del periodo analizado y de la entrada de nuevos operadores en la TDT. El global de estos datos permite confirmar **un envejecimiento sistemático del consumo lineal de televisión en España durante la última década que afecta a todas las cadenas en abierto.**

5.1.3.3. Evolución de la oferta de ficción de las cadenas generalistas en España (2014-2019)

De acuerdo con los anuarios *Obitel*, la oferta de ficción televisiva de las cadenas generalistas en abierto en España ha tendido a concentrarse en los principales canales aumentando el total de títulos en la pública y disminuyéndolo en las dos privadas. Un dato que requiere tener presente el formato: *La1* ha mantenido al menos dos seriales diarios de tarde desde 2015, incrementando la oferta hasta 5 títulos en 2017, mientras que *Antena3* apuesta por dos seriales consolidados durante este periodo.

Por otro lado, *La1* oferta formatos unitarios, hasta 4 en 2015-2016, al declinar la apuesta por las miniseries, que mantiene únicamente *Telecinco* preferentemente en coproducción internacional. El grupo *Mediaset* apostó por el estreno de series en Cuatro en 2014-2015, para reconducirse hacia un sólo serial diario en este canal y en *Divinity*. Esta única oferta anual ha caracterizado *Neox (Atresmedia)*.

Se confirma, por tanto, que el formato principal de la ficción televisiva española es la serie, con un total de estrenos y/o nuevas temporadas en 2014-2019 de: 40 en *La1*, 37 en *Antena3* y 26 en *Telecinco*. Sin embargo, son pocos los títulos que consiguen atraer al público más allá de sus emisiones de apertura o cierre, y muchos menos los que se sostienen tras una primera temporada. Tal y como concluye Cascajosa (2018a, pg.1309) respecto al trienio 2015-17: "las cadenas no están logrando lanzar nuevos éxitos", es decir, son las series veteranas las que resisten, y "el umbral de lanzamiento de un gran éxito se sitúa ahora en los 4 millones". Una cifra que se ha reducido prácticamente a la mitad en 2019.

La1 sostiene series veteranas como *Cuéntame cómo pasó* todo el período, e introduce algunos títulos que consiguen segundas entregas (ambientadas en pasado, *La otra mirada*, *El Ministerio del Tiempo* o *Víctor Ros*; y en presente, *Traición* y *Estoy vivo*). El éxito de *La caza* consolida el drama sobre la comedia y el género de intriga también en *La1*.

Menos estabilidad presenta *Antena3*, pese al éxito transversal de *Allí abajo* o *Velvet* durante este periodo. Renuevan temporada los dramas de suspense *Vis a vis*, *Mar de plástico*, *Bajo sospecha* o *Sin identidad*, y cosechan buena crítica las adaptaciones literarias de gran factura (*Fariña*, *La catedral del mar*). Pero en 2019, el declive de audiencia de *Matadero: un thriller ibérico* (pierde 2 millones de espectadores entre estreno y cierre), *45 revoluciones* (con 277.000 espectadores de audiencia media al final) o los discretos resultados de *Pequeñas coincidencias*, no mejoran las expectativas de la cadena, que ya ha reducido el número de episodios (10-13), en historias cerradas, y con capítulos de *50 minutos* (Santoja, 2019). Para *Telecinco*, dada su reducida oferta, los resultados no son proporcionalmente tan negativos, ya que introduce nuevos títulos con dos temporadas. El éxito sostenido sólo lo detenta la comedia *La que se avecina (LQSA)*, y no parece replicarse en los estrenos de 2019 (Marcos, 2019).

Tabla 2. Series de ficción en las cadenas generalistas (2014-2019). Temporada única (*)

	La1	Antena3	Telecinco
2014	Águila Roja Cuéntame cómo pasó Isabel Los misterios de Laura	Bienvenidos al Lolita* Con el culo al aire El tiempo entre casturas* Sin identidad Velvet Vive cantando*	Aída B&B, de Boca en Boca El Chiriquito de Pepe El Príncipe La que se avecina (LQSA) Tierra de Lobos
2015	Águila Roja Carlos, Rey Emperador* Cuéntame cómo pasó El Ministerio del tiempo Olmos y Robles Víctor Ros	Algo que celebrar* Allí abajo Bajo sospecha Mar de plástico Sin identidad Velvet Vis a vis	Alatriste* Anclados* Aquí paz y después gloria* B&B, de Boca en Boca El Príncipe LQSA Los Nuestros
2016	Águila Roja Cuéntame cómo pasó El Caso* El hombre de tu vida* El Ministerio del tiempo Olmos y Robles Víctor Ros	Allí abajo Bajo sospecha Buscando el norte* La embajada* Mar de plástico Velvet Vis a vis	El Chiriquito de Pepe El Príncipe LQSA
2017	Cuéntame cómo pasó El final del camino* El Ministerio del tiempo Estoy vivo iFamily* Reinas* Si fueras tú (Playz)* Traición*	Allí abajo El incidente* La casa de papel* Pulsaciones* Tiempos de guerra*	El accidente* Ella es tu padre* LQSA Perdóname, Señor* Sé quién eres*
2018	Cuéntame cómo pasó Estoy vivo La otra mirada Fugitiva* Sabuesos* El Continental*	Allí abajo Apaches* Cuerpo de élite* Fariña* La catedral del mar* Presunto culpable*	La verdad* LQSA Vivir sin permiso
2019**	Cuéntame cómo pasó Estoy vivo Hospital Valle Norte La caza La otra mirada Promesa de arena	Allí abajo Motadero Pequeñas coincidencias Toy Boy 45 revoluciones	Brigada Costa del Sol El Pueblo Lejos de tí Secretos de Estado Señoras del (h)AMPA

** (01-en/25-sept)

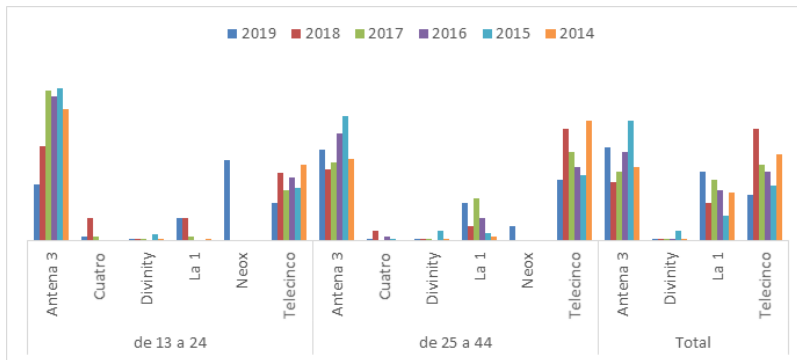
Fuente: elaboración propia (OPA)

5.1.3.4. Los contenidos de ficción televisiva más destacados de las cadenas en abierto, por segmento de edad

Durante el último lustro, en términos de audiencia global, las principales cadenas privadas han situado el mismo número de emisiones de ficción, 35, en el *ranking* de las 100 más vistas, muy lejos de las 13 emisiones de *La1*. Esta equiparación se desequilibra **para el perfil jóvenes-adultos**, en el que **prevalece la oferta de Antena3 frente a la de Telecinco**, aún teniendo en cuenta la mínima aportación de *Divinity*. Mientras que *Antena3* aumenta las emisiones en el ranking de este segmento respecto al total, *La1* las reduce drásticamente. Los resultados se intensifican en esta dirección **para el segmento más joven: Antena3 es referencia en el consumo de ficción** (76 emisiones entre las 100 más vistas, agregadas 2014-19) e **incluso su**

oferta temática en Neox (23) supera a la de Telecinco (14), mientras que La1 tiende a desaparecer para este target.

Gráfico 2. Número de emisiones de ficción que sitúa cada cadena en el ranking de las 100 más vistas. (AM-000) Total, segmento joven (13-24), y segmento joven-adulto (25-44 años)

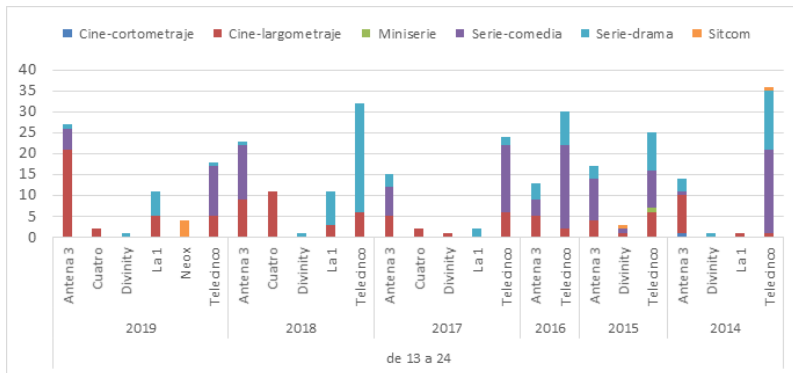


Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media (vía GECA).

El hecho de que las demás cadenas generalistas en abierto apenas sitúen emisiones de ficción entre las 100 más vistas durante este periodo, permite concluir que, para el público global, *Antena3* y *Telecinco* son las cadenas de referencia para el consumo del género, pero conforme desciende la edad de la audiencia, *Antena3* obtiene un mayor rendimiento de su ficción.

Su analizamos los resultados según el formato de ficción para el perfil de jóvenes, podemos observar como algunas cadenas, *Cuatro* y *La Sexta*, sitúan en el *ranking*, exclusivamente películas cinematográficas. Por lo general, las películas obtienen mejores registros en este segmento de edad que en el total de público. Pero la excepción la conforma de nuevo *La1* al adecuar los títulos que emite a su perfil de cadena, adulto. Este mismo resultado se replica para sus series de género dramático (Gráfico 3). En cambio, para *Antena3*, la comedia resulta más atractiva que el drama entre las personas jóvenes, justo al revés de lo que se observa para el público global. En este período son títulos destacados entre las emisiones más vistas, las comedias *Allí abajo* (2015) y *Cuerpo de élite* (2018). Mientras que *Telecinco* parece atraer a este perfil joven por encima del promedio general en ambos géneros, con series-drama como *El Príncipe* y comedias como *LQSA*.

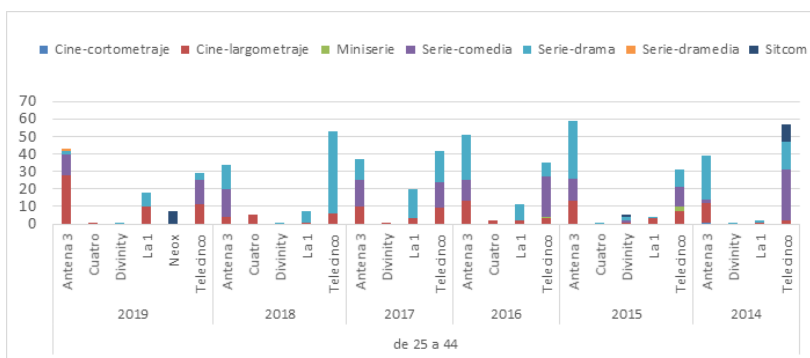
Gráfico 3. Emisiones de ficción que sitúa cada cadena en el ránking de más vistas (2014-19). Target: Joven (13-24 años)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media (vía GECA).

Por último, al contrastar las emisiones más vistas por el segmento etario joven-adulto (Gráfico 4), los resultados coinciden bastante con el público global. Difieren al incluir emisiones cinematográficas, en su mayoría también de *Cuatro* y *La Sexta*, aunque en un número menor que el *target* joven. Sí mejoran los registros de *La1* en este target de entre 24 y 44 años, y se desmarcan del perfil de menor edad por la aceptación de las series-drama de *Antena3* o la comedia *B&B*, *de boca en boca* (*Telecinco*).

Gráfico 4. Emisiones de ficción que sitúa cada cadena en el ránking de más vistas (2014-19). Target: Joven-adulto (25-44 años)



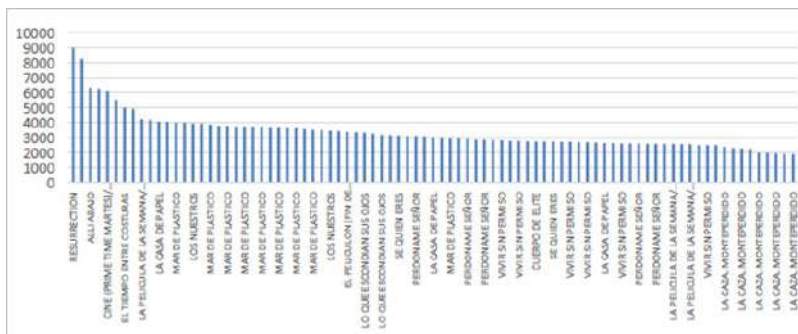
Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media (vía GECA).

5.1.3.5. La progresiva reducción del consumo de ficción televisiva en las cadenas generalistas en abierto

Las ficciones más vistas se concentran en *Antena3*, *Telecinco* y *La1* –con la excepción de *Neox*, relevante para el *target* joven. El análisis general de los rankings parametrizados permite observar una tendencia común en estas cadenas: la disminución del impacto que las emisiones de ficción tienen el público. En 2014 copaban los registros emisiones con más de 5 millones de espectadores de audiencia media (e incluso 6, en *Telecinco*). En el transcurso de este lustro, estos máximos han descendido un 40%, de manera que las emisiones de ficción más vistas en los meses analizados de 2019 apenas alcanzan los tres millones de espectadores en *Telecinco* y se sitúan prácticamente en dos millones en *Antena3* y *La1*.

Si atendemos los mismos datos para el perfil de edad joven, se diversifica la pérdida de espectadores en los registros de éxito de las cadenas en abierto. *Antena3* sufre un primer declive en torno al 20% en 2016 que casi recupera hasta acusar su mayor pérdida en 2019 (de los 400mil espectadores en 2014-15 a apenas 200 mil actualmente). En cambio, *Telecinco* logra mantener registros máximos de 600mil jóvenes hasta 2017 (con eventuales emisiones que superan los 700mil) y acusa un descenso progresivo desde entonces, con registros desiguales que oscilan en 2019 entre los 400mil y algo más de 100mil jóvenes. La cuestión de la estacionalidad por cadenas no marca diferencias, puesto que incluso en los meses de mayor consumo, baja la audiencia. Se constata, por tanto, que la ficción no está exenta de la fuga televisiva del consumo lineal, y es más acentuada en individuos espectadores jóvenes que en el total de la audiencia.

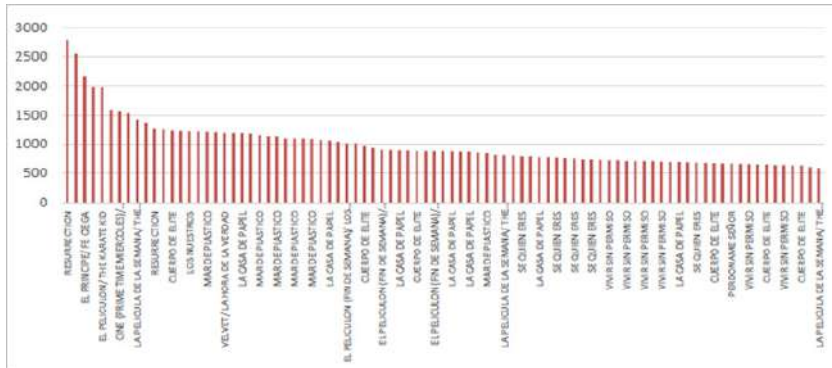
Gráfico 5. Emisiones de ficción más vistas en el período 2014-2019. Ránquing (AM-000). Total



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media (vía GECA).

perfil anterior por su clara preferencia por las series de intriga de las cadenas privadas: con un alto registro de la serie-drama *El Príncipe* (2014), y hasta 5 y 7 emisiones más del resto de títulos (*La casa de papel*, *Mar de plástico*, *Sé quién eres*, *Vivir sin permiso*, principalmente).

Gráfico 7. Emisiones de ficción más vistas en el período 2014-2019. Ránquing (AM-000). Target joven-adulto (25-44 años)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media (vía GECA).

5.1.3.6. Las series de mayor rendimiento entre jóvenes para las cadenas generalistas (2014-2019). Apunte cualitativo

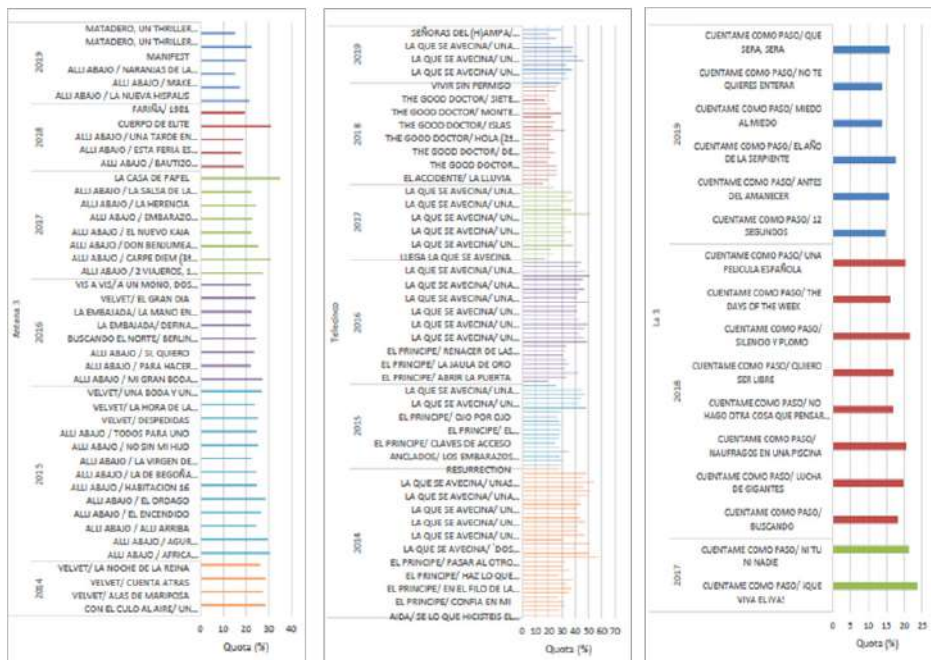
Por último, en esta primera aproximación al consumo juvenil de la ficción televisiva, se analiza la cuota de rendimiento de las series en jóvenes. Examinamos, por tanto, los títulos más rentables para cada cadena en la relación con el perfil que más claramente están perdiendo (Gráfico 8).

Como hemos podido observar, tanto *Cuatro* como *LaSexta*, desisten en la inversión en series, lo que las lleva a desaparecer del ranking de ficción estrictamente seriada. Por otro lado, el perfil de audiencia de *La1* junto al número de emisiones que sitúa entre las más vistas, anticipa que sea la cadena con peor resultado, al situar una sola serie rentable para jóvenes, *Cuéntame cómo pasó*. El veterano drama costumbrista de los Alcántara, familia de clase trabajadora, ahondan en las problemáticas sociales y los eventos que marcaron la historia de España (concretamente, los 80 e inicios de los 90, para el periodo analizado).

Antena3 obtiene un claro rendimiento con las diversas temporadas de *Allí abajo*, que contrasta con los éxitos puntuales de las comedias estrenadas durante este periodo (*Con el culo al aire*, *Buscando el norte* o *Matadero*). Los conflictos amorosos e interculturales entre las regiones españolas atraen a las personas jóvenes más que las temáticas vinculadas a la crisis socioeconómica y la forzada migración, pese a que las películas cinematográficas en que se inspiran ambas comedias sí triunfaron en taquilla.

En cuanto al drama, a excepción del romance de época *Velvet* (2014-2016) protagonizado por Paula Echevarría como la costurera que triunfa tras un desengaño amoroso, también son eventuales los éxitos del género de intriga (la lucha de poder que afecta a la familia del funcionario español en Tailandia, *La embajada*; la adaptación de una mujer traicionada por su jefe por delito fiscal a su vida en prisión, en *Vis a vis*; o el narcotráfico en Galicia a partir de la adaptación de la novela de Nacho Carretero, *Fariña*). Aún así, estas temáticas atraen al *target* joven menos que las emisiones del drama sobrenatural estadounidense *Manifest* (2019), también centrado en el regreso del pasaje y la tripulación de un vuelo comercial desaparecido cinco años atrás.

Gráfico 8. Series de ficción con mayor rendimiento entre el target joven (13-24 años) por cadenas (% cuota) (2014-2019). Tres canales generalistas: Antena3, Telecinco y La1.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media (vía GECA).

Por su parte, *Telecinco* también muestra una deuda evidente con *La que se avecina* en lo que a rendimiento entre el **target** joven se refiere, ya que no encuentra parangón durante este lustro. Tan sólo registros de las emisiones de cierre de la series arraigadas como *Aída*, o el estreno de *Anclados* en 2014-15, consiguen destacar. Y, al igual que para *Antena3* con *Matadero: un thriller ibérico*, en 2019, la mezcla de intriga y humor negro de *Señoras del (h)AMPA* (*Telecinco*) consigue atraer la atención del *target* joven en algunas emisiones. Por último, respecto a las series de intriga, de nuevo la tensión romántica y el conflicto intercultural mezclado con las tramas de investigación policial antiterrorista en *El Príncipe* (2014-2016), parece ser la clave temática del otro gran éxito de *Telecinco* entre jóvenes. Sin embargo, sus sucesoras, *Vivir sin permiso* (el caso de un narcotraficante gallego enfermo de Alzheimer en el que repiten como protagonistas masculinos, José Coronado y Álex González) o *El accidente* (adaptación de la turca *Son*, ambientada en torno a la implicación de un empresario de transportes con el tráfico de drogas), no sitúan más que un registro. Un resultado que contrasta con los seis del drama médico estadounidense que sigue la trayectoria profesional de un joven cirujano con autismo y síndrome del sabio (*The Good Doctor*).

5.1.3.7. Reflexiones generales (I)

Esta primera aproximación al perfil de individuo espectador joven de la ficción televisiva española a través del *ranking* parametrizado de las 100 emisiones más vistas en el periodo prepandémico 2014-2019, nos lleva a observar, en primer lugar, que **a la par que la audiencia envejece, el consumo lineal de la ficción televisiva, especialmente la seriada, decrece.**

En segundo lugar, observamos cómo **se han diversificado subgéneros y temáticas en la producción de series para la televisión en abierto, tendiendo a primar el drama e incrementar la intriga, por un lado, y a contener (o reinventar desde la hibridación con el thriller) la comedia.** Y ante esta oferta, el público global (predominantemente mayor de 45 años) no se resiente tanto como el de los *targets* **joven y joven-adulto** que tiende a agruparse en torno a la **ficción extranjera**, hasta el extremo de priorizar **reposiciones de películas, o de la sitcom estadounidense *Los Simpson* en franjas diurnas**, a estrenos de series españolas en *prime-time*. Se salvan las comedias no transgresoras que se ríen de lo autóctono (*Allí abajo* o *Cuerpo de élite*, además de *La que se avecina*), aunque también en regresión.

Pese al incremento de estrenos, y medidas destinadas a adaptarse a las tendencias globales de la producción de series de ficción (la reducción de episodio/capítulos y

su duración, algo que "refleja la madurez y versatilidad del sistema" para Lacalle y Sánchez-Ares (2019:6), la ficción española parece condenada a contraer su público juvenil en la televisión en abierto. Podría apuntarse que estas contramedidas llegan tarde, al coincidir con la incorporación de la oferta en plataformas SVOD en el cambio de usos y hábitos de consumo de las personas más jóvenes. Los resultados apuntan a que, más allá del consumo lineal, el problema es que **las personas jóvenes ya no seleccionan la oferta de ficción seriada a través de televisión en abierto.**

Esta es una de las tantas fuentes disponibles para el público más joven, nativo digital también en el *audiovisual*. Se trata de un problema previo a la estrategia editorial de los contenidos de ficción, para el que no ofrecen una solución ni la TDT ni, aún a día de hoy, las ofertas interactivas en *Floxxer* (2015, *Atresmedia*), *Mtmad* (2016, *Mediaset*) o *Playz* (2017, *RTVE*). Probablemente porque para la ficción, las personas jóvenes priorizan la ubicuidad sobre la anticipación de contenidos.

Por último, aunque no se dispone de datos que confirmen la fuga de este perfil a las plataformas *streaming* parece evidente que son estos nuevos accesos a la ficción los que capitalizan al público joven. Este extremo será confirmado en la segunda fase del proyecto, desde una aproximación metodológica diferente, de corte etnográfico.

5.1.4. Segunda aproximación: emisiones más seguidas por segmento de edad

Esta segunda aproximación a las audiencias juveniles de las series televisivas permite actualizar y completar el primer estudio exploratorio. En esta ocasión, se trata de un estudio con datos que provienen directamente de la fuente de mercado *Kantar Media – InstarAnalytics* de acceso limitado, facilitados a través de los convenios de colaboración del Observatorio de la Producción Audiovisual. Esta herramienta nos permite un tratamiento más cuidadoso de los datos al acceder a ellos de manera directa. Si bien, no podemos contar con los datos anteriores a 2015, por lo que centramos la extracción de datos sobre las series de ficción emitidas entre 2015 y 2022 (hasta el mes de julio, coincidiendo con el cierre del trabajo de campo en la fase de análisis de la recepción).

Se trabaja con la audiencia media (AM), es decir el promedio de personas que forman parte de la audiencia de un programa sobre el resto de la población, desde el principio de su emisión hasta el final de la misma. Y se incluye la audiencia lineal y la generada en diferido VOSDAL +7 (*Viewing On Same Day As Live*, los 7 días posteriores a su emisión a contar desde el primer minuto, Gallardo-Camacho et al.,

2019). *Kantar Media* mide la audiencia en diferido o *timeshifted* en España desde febrero de 2015, recogiendo así un fenómeno potenciado por la alta penetración de internet y el uso de dispositivos conectados (por ejemplo visionados en *streaming* de *AtresPlayer* o *MiTele* vistos en el soporte de un *SmartTV*).

5.1.4.1. Técnicas de recogida y análisis de datos

Para la extracción de datos, se han diferenciado los perfiles etarios en tres segmentos (10-15 años, 16-19 años y 20-24 años), coincidentes con las edades de las personas jóvenes participantes en la Fase II del proyecto durante el periodo 2015-2022 (Tabla 3), lo que permite detectar similitudes y diferencias, e introducir nuevos matices, además de confirmar los indicios de retracción de consumo observados previamente. Sin embargo, justamente por la intensa reducción del consumo juvenil de ficción seriada en la televisión lineal, no es viable trabajar con datos segregados también según los indicadores de nivel socioeconómico de la herramienta de *Kantar Media* (IA, IB, IC, ID e IE) ni por género.

Tabla 3. Definición de perfiles etarios según la edad de las personas participantes durante los años analizados (período 2015-2022)

Edad /Año	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
Personas participantes nacidas entre 2001 y 2004	18 años	17 años	16 años	15 años	14 años	13 años	12 años	11 años
	19 años	18 años	17 años	16 años	15 años	14 años	13 años	12 años
	20 años	19 años	18 años	17 años	16 años	15 años	14 años	13 años
	21 años	20 años	19 años	18 años	17 años	16 años	15 años	14 años
Personas participantes nacidas entre 1996 y 2000	22 años	21 años	20 años	19	18 años	17 años	16 años	15 años
	23 años	22 años	21 años	20 años	19 años	18 años	17 años	16 años
	24 años	23 años	22 años	21 años	20 años	19 años	18 años	17 años
	25 años	24 años	23 años	22 años	21 años	20 años	19 años	18 años
	26 años	25 años	24 años	23 años	22 años	21 años	20 años	19 años

Fuente: elaboración propia

Se extraen datos segregados por emisiones del género ficción seriada, excluyendo películas y *tv-movies* como formatos unitarios (series, miniseries, series gran formato, animación y telenovelas). Se incluyen los principales canales generalistas con cobertura estatal (*La1*, *Antena3*, *Telecinco*, *Cuatro* y *La Sexta*) y a efectos de no distorsionar comparativamente los datos, se limita la inclusión de canales temáticos de la TDT a partir de un análisis previo exploratorio que nos permite eliminar de la muestra aquellos canales cuyo consumo juvenil es (prácticamente) nulo para los tres segmentos a lo largo del periodo.

En la tabla 4 se relacionan los canales de TDT seleccionados, lo que permite observar, de entrada, las tendencias de consumo en relación a esta oferta temática según los segmentos etarios.

Tabla 4. Selección de canales de TDT con emisiones que registra audiencia juvenil en el periodo 2015-2022, diferenciados por edades

Perfil etario	Selección TDT	Otros canales (varían por año)
10-15 años	<i>Boing, Clan, Disney Channel</i> <i>FDF, Neox</i>	<i>Divinity</i> (no se incluye en 2022) <i>Energy</i> (no se incluye en 2021) <i>Nova</i> (no se incluye en 2021)
16-19 años	<i>FDF, Neox</i>	<i>Atreseries</i> (sólo se incluye en 2019) <i>Boing</i> (no se incluye en 2020 y 2021) <i>Divinity</i> (no se incluye a partir de 2019) <i>Energy</i> (sólo entre 2019 y 2022) <i>Nova</i> (no se incluye en 2022)
20-24 años	<i>FDF, Neox, Nova</i>	<i>Atreseries</i> (sólo se incluye en 2019 y 2020) <i>Divinity</i> (no se incluye en 2022) <i>Energy</i> (no se incluye en 2015) <i>Paramount</i> (sólo se incluye en 2020)

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media

Para proceder al análisis de los datos extraídos a través de la herramienta de *Kantar Media*, se aplican filtros que permiten tratarlos de acuerdo a unos mínimos significativos. Se trata de ponderar los datos según el peso relativo de la audiencia media obtenida en las emisiones para cada segmento de edad, año a año. Para ello se calcula la composición de la muestra analizada para cada segmento de edad en miles de espectadores, de acuerdo con el total de población y porcentaje etario que conforma la muestra total de población española de Kantar Media año a año (ver Tabla 5).

Tabla 5. Número de espectadores en miles por segmento etario y año a año (2015-2022) que configura la muestra de análisis de Kantar Media

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
10 – 15 años	2760	2761	2854	2901	2975	3010	3016	3009
16 – 19 años	1692	1736	1739	1785	1848	1893	1924	1956
20 – 24 años	2315	2271	2230	2231	2253	2309	2366	2388

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media

A continuación, se establecen cuáles son los porcentajes que se consideraran como baremos de registro mínimo significativo para la televisión generalista y la TDT (ver Tabla 5).

Se trata de delimitar los datos analizados a las emisiones de ficción seriada que consiguen un mínimo impacto entre las personas jóvenes en España. Este mínimo impacto se fija inicialmente en un porcentaje mínimo del 5% de la audiencia media juvenil. Sin embargo, al observar el intenso descenso de los datos durante el período analizado, se optó por fijar el mínimo en el 2%. De este modo, se han integrado en el estudio todas aquellas emisiones de series de ficción que logran alcanzar más del 2% de la audiencia juvenil. En la Tabla 6 puede consultarse a cuántos miles de espectadores de AM corresponde este porcentaje cada año en la composición de la muestra analizada por Kantar Media. Así, por ejemplo, en 2015 el 2% de la audiencia entre 10 y 15 años equivale a 55.200 espectadores, mientras que en 2022 equivale a 60.180 espectadores.

Tabla 6. Correspondencia en miles de espectadores del 5% y el 2% de la muestra analizada por Kantar Media. Por segmento etario y año analizado (2015-2022).

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
5% del segmento entre 10 y 15 años	138	138,05	142,7	145,05	148,75	150,5	150,8	150,45
2% del segmento entre 10 y 15 años	55,2	55,22	57,08	58,02	59,5	60,2	60,32	60,18
5% del segmento entre 16 y 19 años	84,6	86,8	86,95	89,25	92,4	94,65	96,2	97,8
2% del segmento entre 16 y 19 años	33,84	34,72	34,78	35,7	36,96	37,86	38,48	39,12
5% del segmento entre 20 y 24 años	115,75	113,55	111,5	111,55	112,65	115,45	118,3	119,4
2% del segmento entre 20 y 24 años	46,3	45,42	44,6	44,62	45,06	46,18	47,32	47,76

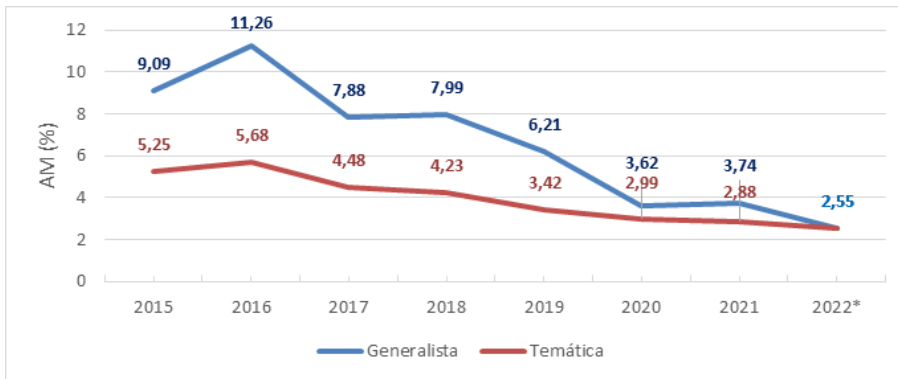
Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media

5.1.4.2. El consumo de ficción seriada en la televisión lineal de la audiencia adolescente (10-15 años)

El consumo de ficción seriada en televisión lineal y diferida (VOSDAL +7) entre adolescentes (10-15 años) parte de máximos en torno al 10% en las cadenas generalistas y el 5% en los canales temáticos en 2015. A lo largo de los años, la TDT experimenta un declive sostenido de audiencia y en esta franja de edad sus emisiones de ficción no superan el 5% de audiencia media (AM) desde 2017. Este mismo año, la televisión generalista también acusa un descenso de más de 3 puntos porcentuales entre adolescentes y sus emisiones de ficción pasan a situar sus máximos registros de audiencia por debajo del 8% (AM) (Gráfico 9). En 2020, la ficción seriada emitida por la televisión generalista ya no consigue alcanzar siquiera la mitad, y sus resultados acabarán asimilándose a los de las temáticas

en 2022, cuando apenas 11 emisiones de ficción seriada consiguen reunir más del 2% de la audiencia adolescente frente al televisor (esto es, más de 60 mil espectadores de audiencia media).

Gráfico 9. Emisiones de ficción seriada con máxima audiencia entre 10-15 años (2015-2022). AM (%).



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media

Las cadenas generalistas privadas, *Antena3* y *Telecinco*, son las que logran resultados por encima del 5% entre adolescentes con la ficción seriada entre 2015 y 2019. Únicamente al inicio de este período, cadenas como *Cuatro* y algunas temáticas logran alcanzar este porcentaje con algunas de sus emisiones de ficción seriada, pero sus registros caen por debajo del 5%, en 2016 en el caso de *Neox* y *Disney Channel*, y un año más tarde, en *FDF*.

Estos datos son aún más relevantes si observamos el reducido número de títulos a los que corresponden las emisiones con consumos más altos. Por un lado, en *Telecinco*, y también en la temática del mismo grupo *Mediaset*, *FDF*, la mayoría de las emisiones destacadas corresponden a la sitcom que sigue a la comunidad de Montepinar, ***La que se avecina***. De hecho, la creación de Alberto Caballero producida desde Contubernio Films a partir de 2013, detenta el récord de este período con la única emisión que supera el 10% de la audiencia media adolescente (311 mil espectadores). Por otro lado, en *Antena3* es la comedia estadounidense en formato de animación, ***Los Simpsons***, emitida en franja de mediodía, la que lidera los registros, y sólo excepcionalmente en 2018, la sustituye la comedia protagonizada por un ecléctico grupo de policías autonómicos, en prime-time nocturno, ***Cuerpo de élite***.

A estas series de referencia para cada cadena generalista, se añaden otros títulos que, aunque logran alcanzar más de un 5% de la audiencia adolescente, lo hacen en escasas ocasiones y únicamente los dos primeros años del periodo analizado (2015-2016). Esto significa, por tanto, que independientemente del género o las historias, pocas producciones atraen al público entre 10 y 15 años y mucho menos logran fidelizarlo, reforzando la idea de que el televisor, pierde poder de convocatoria entre los menores en el hogar familiar.

Si se amplía el margen de observación hasta aquellas emisiones que superan el 3% de la audiencia adolescente durante estos últimos años, se puede observar un mínimo seguimiento de algunas de estas series. Se trata, justamente, de aquellas producciones que tendrán mayor recorrido a lo largo del período de análisis, ambas en *Antena3*: la comedia de Plano a Plano, **Allí abajo**, renovada tras su estreno en 2015 hasta cerrar con su quinta temporada en 2018, y el romance de época de Bambú Producciones, **Velvet**, que acumuló cuatro temporadas desde 2014. Cualquier otro título sobre este baremo, resulta escasamente relevante porque el número reducido de emisiones indica un nulo seguimiento por parte de la audiencia adolescente. Destacamos aquí, sin embargo, aquellas series que tradicionalmente habrían conectado con este perfil de audiencia. Por un lado, la comedia *Chiringuito de Pepe* en *Telecinco* o la adaptación de la película protagonizada por jóvenes obligados a migrar ante la crisis, *Buscando el norte* en *Antena3*. Y por otro lado, merece mención aparte una apuesta de acción y suspense que triunfa a nivel internacional pero en *Netflix* años después, *La casa de papel*.

Como contrapeso a los resultados obtenidos en el análisis el *ranking* parametrizado de las 100 emisiones más vistas por la audiencia juvenil, se constata que la mayoría de las series que figuraban allí, no consiguen más que registros testimoniales entre este público (generalmente en los estrenos) (*Vivir sin permiso*, *El accidente* y *La verdad*, o *Señoras del (H)ampa*, en *Telecinco*; y *La embajada*, *Bajo sospecha*, *Mar de plástico*, o *Matadero: un thriller ibérico*, en *Antena3*). Si se confirma el seguimiento, mínimo sin embargo, del clásico drama familiar *Cuéntame cómo pasó*, frente al resto de la oferta de series de ficción de la cadena pública.

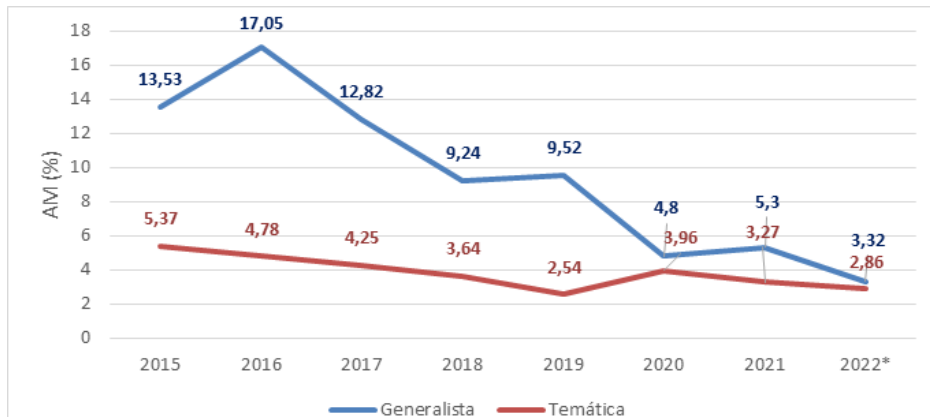
En cuanto a las cadenas temáticas, es importante señalar que las más seguidas por adolescentes son las que reemiten las producciones estrella de *Antena3* y *Telecinco*, es decir, *FDF* con *La que se avecina*, y *Neox* con *Los Simpsons*, pero sólo en este margen entre el 5% y el 3% y hasta 2019 y 2018, respectivamente. Las otras dos cadenas temáticas que logran hacerse hueco entre el público adolescente con cierto número de emisiones por encima del 3% hasta 2020 son: *Disney Channel* y *Boing*. En *Disney Channel* destacan, preferentemente, series con relatos

aspiracionales, como la canadiense en torno a una academia de baile altamente competitiva, *The Next Step*, o formatos diversos con protagonistas femeninas, como la niñera estadounidense que quiere ser actriz, *Jessie*; las telenovelas latinoamericanas *Violetta* o *Soy Luna*, o los dibujos animados *Prodigiosa: Las aventuras de Lady Bug*. En cambio, *Boing* se centra exclusivamente en dibujos animados de tono cómico (la estadounidense *Historias corrientes*, y la británico-estadounidense *El asombroso mundo de Gumball*).

5.1.4.3. El consumo de ficción seriada en la televisión lineal de la audiencia joven (16-19 años)

El segmento de jóvenes (16-19 años) presenta un consumo de ficción seriada en la televisión lineal (VOSDAL +7) superior al de la audiencia adolescente. Las cadenas generalistas sitúan sus máximos entre el 10% y el 15% los primeros años, alcanzando un 17% en 2016, mientras que las temáticas parten en torno al 5% (Gráfico 10). Aún así, replican la misma tendencia descendente. La televisión generalista reduce sus resultados drásticamente en 2018-19 y de nuevo en 2020-21 aproximándose a los registros máximos de las cadenas temáticas. Para la TDT esta reducción es más progresiva y marca un mínimo del 2,5% en 2019, antes de experimentar un leve incremento durante el año del confinamiento por la pandemia de Covid-19. Sin embargo, la tendencia descendente se confirma y a partir de 2022, la audiencia entre 16 y 19 años abandona el televisor como vía de acceso a la ficción seriada: sólo 4 emisiones superan el 3%, y sólo 26 más los 39 AM (000) espectadores que equivalen al 2%.

Gráfico 10. Emisiones de ficción seriada con máxima audiencia entre 16-19 años (2015-2022). AM (%).



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media

Los primeros años del período analizado muestran cómo estos registros máximos por encima del 10% no corresponden a un gran número de emisiones y pertenecen, casi exclusivamente, a la ficción seriada ofrecida por la cadena generalista *Telecinco*. La excepción la constituye una única emisión de la comedia **Allí abajo** de *Antena3* en 2015. De hecho, el predominio de la cadena de *Mediaset* se concentra en la sitcom **La que se avecina** que acumula 6 de las 11 emisiones destacadas en 2015, 14 de las 15 en 2016, incluida la única que supera el 15% con 296 AM (000), y la única emisión televisiva de ficción que supera el 10% de audiencia media juvenil en 2017. A la sitcom de la comunidad de vecinos en Montepinar, se suma la serie **El Príncipe**, con 3 emisiones por encima del 10% en 2015 y una en 2016, y eventualmente la presentación de **Anclados** en 2015.

En la horquilla entre el 10% y el 5% de audiencia media juvenil (16-19 años), al igual que para el público adolescente, son las cadenas generalistas privadas, las que concentran los títulos de ficción seriada hasta 2019, año en que estos registros sólo los sigue logrando *Telecinco*. De nuevo estos datos se traducen en un número limitado de títulos por cadena. En *Telecinco*, a la comedia *La que se avecina*, se sumarían el drama ambientado en el conflictivo barrio ceutí, *El Príncipe* y excepcionalmente, en 2018 al no contar con su producción estrella, el drama médico estadounidense, **The good doctor**. En 2021 es otro drama, legal, **Caronte**, el que logra el último récord de audiencia juvenil del canal con más de 100 mil espectadores (AM) entre 16 y 19 años. Otras series que logran un cierto seguimiento, aunque por debajo del 3% de la AM juvenil y en años puntuales, son las comedias *Aquí Paz y después Gloria* (2015), *B&B, de boca en boca* (2015) y *Chiringuito de Pepe* (2016), y el drama de suspense policial *Perdóname Señor* (2017), junto a algún título estadounidense en géneros de terror y ciencia ficción como *The Strain* (2015).

Por su parte, *Antena3* aunque concentra cierto éxito en la comedia **Allí abajo** y diversifica su impacto entre los jóvenes, con registros más discretos más discretos de dramas con alta dosis de intriga como *Vis a vis*, *Bajo Sospecha*, *Mar de plástico* o *La embajada*, el thriller *Sin identidad*, el romance de *Velvet*, o la comedia *Buscando el norte*, a los que se une con fuerza el formato de animación estadounidense, *Los Simpsons*, en el *prime-time* diurno. En 2017 **La casa de papel** desbanca a los otros dos títulos a los que se reduce la ficción seriada con más de un 5% de audiencia juvenil (*Los Simpsons*, de día, y *Allí abajo*, de noche) y en 2018 es la comedia **Cuerpo de élite** la que marca el máximo de emisiones por encima de estas cifras.

Las otras dos cadenas generalistas que, sólo eventualmente, consiguen situar algún título por encima del 5% son *La 1* y *Cuatro*. La cadena pública con *Cuéntame cómo paso*, en 2015 y 2016, manteniendo cierta continuidad por encima del 3%

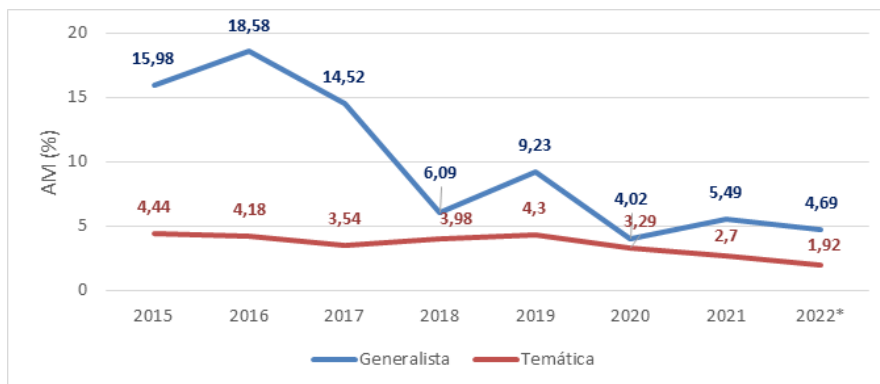
en años posteriores. En este último rango se sitúan las veteranas *Águila Roja* y *El Ministerio del Tiempo*, y eventualmente, nuevos estrenos como la híbrida de ciencia-ficción *Estoy vivo* (2018), el thriller en torno a la desaparición de dos menores en *La caza: Monteperdido* (2019) y la ya descrita, *HIT* (2020). Por su parte, en *Cuatro* destacan series estadounidenses de terror como *Zoo* (en 2015) o comedias detectivescas como *Castle* (2016), pero a partir de 2017 tiene escaso impacto en la audiencia juvenil, con tan sólo una emisión por encima del 3% de una producción española, el thriller postapocalíptico *Rabia*.

En cuanto a los canales temáticos, contrariamente a lo observado para el segmento de audiencia adolescente, no logran alcanzar al 5% del público juvenil. La única excepción es la de *FDF* con 7 reemisiones de *La que se avecina* en horario de tarde (15-15:30h). De hecho, las cadenas temáticas *FDF* y *Neox* son las únicas que marcan los máximos de audiencia juvenil en ficción seriada por encima del 3%. La primera, exclusivamente con la comedia de la comunidad de Montepinar, mientras que *Neox* diversifica las series de humor y/o animación con títulos *Modern family* y *The Big Bang Theory*, aunque sólo hasta 2018. Aún así, estos resultados de los canales temáticos, incluso con producciones extranjeras de animación, se equiparan al de las series de producción española destinadas al *prime-time* en las cadenas generalistas, cuyo impacto es prácticamente testimonial en la franja de edad de 16 a 19 años. De hecho, a partir de 2020, los máximos registros de audiencia juvenil de la ficción seriada, salvo contadas excepciones, se restringen a *La que se avecina* con idénticos resultados por encima del 3% en la generalista *Telecinco* y la temática *FDF* del grupo *Mediaset*. Mientras que *Antena3* marca mínimos históricos en 2019 con sólo tres emisiones por encima del 3%: la comedia *Allí abajo*, el estreno de *Matadero: un thriller ibérico* y la hospitalaria *New Amsterdam*.

5.1.4.4. El consumo de ficción seriada en la televisión lineal de la audiencia joven adulta (20-24 años)

El consumo de ficción seriada de la televisión lineal (VOSDAL +7) en el segmento de jóvenes adultos (20-24 años) es ligeramente superior al de los de menor edad menor, y parte de registros máximos por encima del 15% AM en las cadenas generalistas. El descenso que experimenta en 2018 resulta mucho más brusco y pese a ciertas oscilaciones, finaliza el período con registros máximos puntuales por debajo del 5% para la televisión generalista y del 2% para los canales temáticos (Gráfico 11). Este último dato es el más bajo entre los tres segmentos etarios para la TDT, que sitúa sus máximos de AM joven-adulta de la ficción seriada entre el 3% y el 4%. El año del confinamiento por la pandemia por Covid-19, se asimilan los resultados de la ficción seriada para generalistas y temáticas.

Gráfico 11. Emisiones de ficción seriada con máxima audiencia entre 20-24 años (2015-2022). AM (%).



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Kantar Media

El segmento de audiencia juvenil más adulta consume ficción seriada preferentemente a través de las tres principales cadenas generalistas, *Telecinco*, *Antena 3* y *La1*, que son las que logran atraer más de un 5% de la audiencia media hasta 2018. Si bien, es *Telecinco* la que acumula todas las emisiones por encima del 10% y el 15% de audiencia media entre los 20 y los 24 años. El resto de cadenas con emisiones de series de ficción marcan sus mejores registros en este segmento etario por encima del 3%. Por otro lado, las temáticas *FDF* y *Neox* dejan de situar emisiones por encima del 3% en 2019 y 2020 respectivamente, y *Cuatro* en 2021.

Durante los primeros años del período observado, de nuevo es la comedia *La que se acerca* la que da el liderazgo a *Telecinco*, muy por delante de otras comedias como *Anclados* (2015), *Allí Paz y después Gloria* (2015), *B&B* (2015), *Chiringuito de Pepe* (2016), o de las series dramáticas *El Príncipe* (2015-16), *El accidente* (2017), *Perdóname señor* (2017) o *Sé quién eres* (2017), las miniseries *Los Nuestros* (2015) y *Lo que escondían sus ojos* (2016) y la extranjera *The Strain* (2015). Todos estos títulos, sin embargo, sostienen que el acceso de las personas jóvenes adultas a la ficción seriada es más diverso y amplio a través de la televisión lineal que el de los segmentos de menor edad. Comparten, sin embargo, el excepcional éxito de la comedia *Cuerpo de élite* que sustituye a la producción de *Contubernio* en 2018. Un fenómeno puntual, ya que *La que se acerca* vuelve a ser el único título que supera los 112 mil individuos espectadores jóvenes entre los 20 y los 24 años de audiencia media en 2019, y de hecho es la que marca los registros máximos el resto del período.

Por otra parte, *Antena3*, concentra la audiencia joven adulta *Antena3*, en torno a la serie de animación *Los Simpsons* y, en menor medida, la comedia *Allí abajo* (2015-2018). Esta cadena consigue dar a conocer diversos títulos entre este público pero únicamente los primeros años: el romance en la casa de modas *Velvet* o dramas con alta carga de intriga o suspense como *Vis a vis*, *Bajo sospecha*, *Mar de plástico* en distintas temporadas (2015/17) o títulos cerrados como *Sin identidad* (2015) o *La embajada* (2016). Las personas jóvenes adultas se muestran aún proclives a dar oportunidad a nuevos títulos incluso de comedias que apenas cierran una temporada como *Algo que celebrar* (2015) y *Buscando el norte* (2016), y no solo series estadounidenses de ciencia-ficción como la del héroe de DC *The Flash*. En cambio, la oferta de series de la cadena pública no consigue superar el baremo del 3% en sus emisiones, a excepción de la longeva *Cuéntame cómo pasó* y eventualmente, *El Ministerio del tiempo* (2015, 2017). Resultados que se equiparan a los de las series extranjeras que predominan en *Cuatro*, a excepción de las españolas *Rabia* (2015) y el humor de *Gym Tony* (2015-16).

Por último, cabe señalar que las cadenas temáticas *FDF* y *Neox* se identifican con los títulos de referencia *La que se avecina* y *Los Simpsons*, respectivamente. Sólo *Neox* añade otras comedias o series de animación estadounidenses como *Friends* (2018-19) o anteriormente *Modern Family*, *Cómo conocí a vuestra madre*, *The Big Bang theory* o *Padre de Familia*.

A partir de 2017, las dos cadenas generalistas privadas marcan sus mejores registros de ficción seriada entre la audiencia joven adulta en máximos del 3% AM y con emisiones puntuales. La cadena de *Mediaset* reduce a este mínimo el impacto la comedia *Ella es tu padre* en 2017 o los dramas de suspense *Vivir sin permiso*, *El accidente* o *La verdad* en 2018, e incluso las nuevas apuestas en 2019 (*Señoras del (H)Ampa* y la intriga legal de *Secretos de Estado*). Mientras que la de *Fuencarral*, acumula estrenos que pasan prácticamente desapercibidos entre la juventud (el drama histórico *Tiempos de guerra*, y el suspense de *Pulsaciones* o *El incidente* en 2017, las investigaciones de *Presunto culpable* o *Apaches* en 2018, y las comedias *Pequeñas coincidencias* o incluso *Matadero: un thriller ibérico* en 2019). Estos datos se asemejan a los de algunos títulos extranjeros de terror y ciencia-ficción, géneros que tienen amplia acogida entre el público juvenil (*American Crime Story*, *El cuento de la criada* o *Manifest*, por ejemplo, en *Antena3*).

En efecto, a partir de 2020 ninguna cadena, generalista o temática, logra reunir más del 5% de la audiencia juvenil en una emisión de ficción seriada, y sobre el 3% los datos son tan escasos como irrelevantes. Sólo 42 emisiones superan los 65 mil espectadores entre 20 y 24 años en 2020, lo que equivaldría al 3%, y se reparten entre una decena de producciones.

En 2021, las emisiones por encima del 3% se reducen casi a la mitad, hasta confirmar el total abandono del televisor como acceso a la ficción seriada también para la audiencia joven adulta de 20-24 años y, sobre todo el nulo atractivo de la producción española para estas edades (con sólo 9 emisiones por encima del 3%, distribuidas entre la veterana comedia de *Telecinco*, *La que se avecina*, y eventualmente, el estreno de la temporada, *Entrevías* con la intencionada incorporación de personajes adolescentes acompañando el protagonismo de un militar jubilado, de nuevo, interpretado por José Coronado. Incluso clásicos como *Cuéntame cómo pasó* (La 1) quedan lejos de este mínimo, y ni los estrenos dirigidos a un perfil más joven, como el suspense de *Alba* (*Antena3*), superan los 50 AM (000) entre individuos espectadores de 20 a 24 años más que excepcionalmente con una emisión.

5.1.4.5. Reflexiones generales (II)

A partir de 2020, la audiencia entre 10 y 15 años abandona la televisión lineal como vía de acceso a la ficción seriada. Los mejores registros del último año apenas superan el 2% de la audiencia adolescente, lo que equivale a 60 mil espectadores (AM). Sus **preferencias** en consumo de ficción seriada hasta entonces **transitan de la sitcom**, entre costumbrista y ácida, a los **dramas** de corte más realista donde puedan conectar **con personajes juveniles** e historias centradas en las relaciones interpersonales. Aunque globalmente prevalecen en número las producciones españolas sobre las **extranjeras**, son estas últimas las que cierran la conexión adolescente con la televisión lineal. Se trata, preferentemente, de **sitcoms y series de animación** que privilegian el protagonismo juvenil y muestran un consumo de la ficción en TDT totalmente residual.

Por su parte, **la audiencia joven (16-19 años) y joven adulta (20-24 años) a partir de 2019 mantiene un consumo de series en la televisión lineal limitado a títulos conocidos** como la clásica sitcom de *Telecinco*, *La que se avecina*, y en mucha menor medida, el drama familiar de corte histórico *Cuéntame cómo pasó*, en La 1, y la comedia romántica de contraste culturales *Allí abajo*, en *Antena3*. El hecho de que sólo eventualmente algunos estrenos logren captar la atención del público juvenil, confirma que mayoritariamente, las personas jóvenes también **han disociado el consumo de ficción seriada de la televisión lineal**. Este extremo, tal y como se ha apuntado anteriormente, se valida en la Fase II del proyecto (aproximación etnográfica) al confirmar que la mayoría de las personas jóvenes entrevistadas declaran ver series de ficción exclusivamente a través de plataformas de SVOD.

5.2. SERIES DE TELEVISIÓN PARA EL PÚBLICO JUVENIL EN ESPAÑA

5.2.1. Las series que marcan cada generación

Uno de los contenidos clave de la cultura juvenil ha sido tradicionalmente el de las *teen series* (o series juveniles), aquellas producciones de ficción destinadas a este público objetivo (*target*), caracterizadas por las tramas e historias protagonizadas por adolescentes o jóvenes. El éxito de una de estas producciones juveniles, más allá del rendimiento económico y de posicionamiento de marca de la cadena emisora, suponía fidelizar a un segmento de la audiencia difícil de atraer. En efecto, las personas más jóvenes se perfilan como *target* preferente en la producción de series de ficción televisiva en España tras la consolidación de los operadores privados, reconducido más tarde por el impulso que supone la entrada de canales temáticos como *Disney Channel* y la subsiguiente fragmentación de la oferta según géneros y sub-segmentos etarios tal y como hemos señalado (*Boing, Neox, FDF, Energy, etc.*).

Desde la tradición de los Estudios Culturales que delimitan nuestro marco teórico, las series juveniles aúnan dos funciones socializadoras fundamentales que, dado el alcance del medio televisivo, marcarán las etapas evolutivas de la juventud española. Por un lado, estas series de éxito entre las personas más jóvenes, les permiten compartir referentes, discursos e imágenes proyectadas sobre sí mismos, y por otro lado, se promueve la identificación con el grupo de edad representado por los personajes y las situaciones narradas. De este modo, en el grupo de iguales, se generan conversaciones a partir de las tramas e historias visionadas, y tanto la lógica narrativa que permite dar sentido a la experiencia, como los mecanismos de identificación y proyección en relaciones vicarias, abren el diálogo común en torno a las inquietudes y las percepciones sobre las vivencias o los problemas propios de su edad.

Esto explica por qué cada generación puede remitirse a **referentes comunes en series juveniles coetáneas a su etapa de transición a la vida adulta**. Así, en los primeros años de la década de los noventa, títulos estadounidenses como *Los problemas crecen* (1987-1992) o *Aquellos maravillosos años* (1988-1993) incluían personajes adolescentes en formatos familiares, dando lugar más adelante a comedias protagonizadas por jóvenes en el instituto como *Salvados por la campana* (1989-92) o *Blossom* (1990-1995), o teen-soapies como el serial de referencia de jóvenes más o menos emancipados en *Beverly Hills, Sensación de vivir* (1990-2000).

Los primeros títulos españoles propiamente juveniles surgen, justamente, con la compactación de horarios en los institutos, abriendo una franja de máxima audiencia especializada a mediodía (*Al salir de clase*, 1997-2000; *Compañeros*, 1998-2000).

Sin embargo, hoy en día, a diferencia de las personas adultas, que identifican sus series juveniles de culto con cierta facilidad entre los títulos más emblemáticos emitidos por las cadenas en abierto disponibles en su época, tal y como corrobora el estudio etnográfico de la Fase II de este proyecto, **las más jóvenes diversifican sus referentes ante la oferta más amplia y variada** de la historia reciente. En la era post-televisiva, en la que plataformas digitales de distribución global de contenidos como *Netflix*, *Amazon Prime Video* o *HBO*, incrementan su producción, se da paso a una tercera edad de oro de la televisión, donde las series son el producto estrella. Y el público juvenil, tal y como se recoge en los grupos de discusión llevados a cabo en este estudio, resulta ser un perfil ávido de estas narrativas, con la diferencia, hoy en día, de no limitar su consumo exclusivamente a las *teen series*.

A continuación, se ofrece un breve recorrido por las etapas de producción de ficción televisiva en España en las últimas décadas, para detectar formatos, géneros y temáticas recurrentes en la evolución de la oferta familiar previa al perfil de consumidor digital individualizado que se impone actualmente. De este modo, incluso más allá de las series juveniles (en su acepción más amplia: protagonismo, tramas y/o *target* juvenil) se construye una aproximación al mapa temático de los referentes simbólicos de las juventudes españolas desde su infancia y adolescencia.

5.2.2. Breve recorrido por las series juveniles más populares en España (2000-2020)

Los estudios sobre ficción televisiva cuentan con una amplia tradición (ver Gómez-Puertas, 2010), y tal y como recoge Charo Lacalle (2013:22), en *Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad*, monográfico esencial para aproximarse al caso español que precede a este proyecto, "la representación de la población juvenil y adolescente en la ficción televisiva integra una de las líneas básicas, junto a la recepción y los efectos". Para la autora, el estudio sobre la representación de la población adolescente juvenil en la programación seriada estadounidense de referentes como Katharine Heintz-Knowles (2001) o Glyn Davis y Kay Dickinson (2004) en *Teen Tv: Genre, Consumption and Identity*, arrojan resultados alineados con la ficción española que analiza: las personas jóvenes suelen representarse en espacios educativos, centrados en relaciones

sentimentales, de amistad o familiares e intergeneracionales, tienden a "crear personajes demasiados sofisticados para su edad... al uso del melodrama, la exageración de las emociones y el recurso a utilizar la música pop como banda sonora" (Lacalle, 2013:24). La investigación sobre la recepción de este tipo de ficción juvenil se ha centrado también en estas mismas variables que aborda el estudio de la representación: identidad de género, sexualidad y relaciones sentimentales (p.ej.: Fedele y García-Muñoz, 2010; a Menéndez, Figueras y Núñez, 2017).

5.2.2.1. Etapa 2000-2010

Las series juveniles en España emergían a finales de los noventa como seriales de **protagonismo colectivo ambientado en torno a un instituto** y centrados en las relaciones entre iguales (*Al salir de clase* o *Compañeros*). Aun así, las producciones de series destinadas al horario de máxima audiencia para consumo **familiar** incorporaron al público juvenil cada vez de manera más diferenciada al incluir **personajes adolescentes** en dramedias como *Los Serrano* (2003-2008) o en el devenir histórico de *Cuéntame cómo pasó* (2001-). Por lo general, se abordaban las relaciones interpersonales entre el grupo de amigos, tramas amorosas o sexoafectivas, y cuestiones vinculadas a la búsqueda de identidad y la necesidad de autoafirmarse como principales temas de interés entre adolescentes. Como señala Lacalle (2013), la mayor diferencia de estas series con sus homólogas estadounidenses como dramas familiares que integran personajes juveniles como *Gilmore Girls* (2000-2007) o las producciones de *teen soaps* abiertas (*Gossip Girls*, 2007-2012, sería otro de los ejemplos citados en los grupos de discusión) radica en la sofisticación de los personajes de estas últimas, percibidos como prácticamente adultos. Y no se trata únicamente de la mítica representación que también se observa en las *teen series* del instituto a través de *cheerleaders* y *quarterbacks*, sino que, el estatus de autonomía que representan se desmarca del de las series autóctonas, y de la propia percepción del entorno, por lo que son reconocidos como **modelos aspiracionales** por nuestras juventudes (Masanet y Fedele, 2019). Efectivamente, los personajes españoles "no basan su vida en el éxito profesional, ni tampoco en la autosuperación personal o en la belleza (...) [lejos del] ejemplo paradigmático de *Hannah Montana*" (Guarinos, 2009:210, en Lacalle, 2013) sino que priorizan las relaciones amorosas, amicales y familiares.

Transversalmente, y como reminiscencia de la exitosa iniciativa de *Disney Channel*, estos procesos de identificación grupal y reivindicación expresiva de la propia identidad entre los personajes adolescentes y jóvenes se trasladaban a los escenarios o a las academias de música y baile.

Así, *Los Serrano* (2003-2008), por ejemplo, generó un fenómeno fan derivado de la faceta como cantante de Fran Perea (intérprete del introvertido personaje adolescente, Marcos, enamorado de la hija de su madrastra, Eva) y posteriormente del grupo musical SJK (Santa Justa Klan), cuando el elenco infantil alcanzaba justamente la edad de tomar el relevo a las tramas entre adolescentes. En paralelo, la serie juvenil más destacada de estos años, *Un Paso Adelante (UPA dance)* (2002-2005) corrobora el éxito del subgénero musical, al ambientarse en una academia de baile donde, sin dejar de abordar temáticas de actualidad o la conflictividad propia de las relaciones entre jóvenes, se narran sus aspiraciones por triunfar en el mundo artístico.

Esta estrategia de captación del público juvenil, consistente en **incluir tramas de amor imposible o relaciones amicales conflictivas** entre personajes adolescentes o jóvenes, se replicó en tantas otras producciones de género híbrido (ver, por ej.: la policiaca **Los hombres de Paco** (2005-2010) con la pareja entre el treintañero Lucas y la adolescente Sara). Y junto a esta tendencia consolidada para las series españolas destinadas al público familiar en el horario de máxima audiencia (*prime-time* nocturno), en los años siguientes se generaron producciones claramente orientadas al segmento más joven del hogar. Estas últimas, al dirigirse a un público más acotado, permitían experimentar tanto en la hibridación de géneros como en la inclusión de temáticas más controvertidas.

Así, por un lado, se vira hacia un **realismo basado en el desarrollo de situaciones y conflictos contemporáneos** desde diálogos más frescos y próximos entre los personajes jóvenes que pueblan los institutos. Una referencia clara de esta época es *Física o Química* (2008-2011), probablemente, una de las series juveniles que concentró más polémicas entre progenitores y educadores, al renovar el tratamiento de temas y/o situaciones tabú (prácticas sexuales, consumo de drogas, problemáticas de identidad de género, trastornos de conducta, violencia machista y entre iguales, uso de tecnologías, etc.).

Por otro lado, **se incorporan subgéneros del fantástico o la ciencia ficción**, o incluso el *thriller*, minoritarios cuando no ausentes en la tradición serial española, y en cambio, de culto entre las personas jóvenes a través de éxitos estadounidenses como *supernatural teen serie Buffy, the Vampire Slayer (cazavampiros)* (1997-2003). Este tipo de narrativas establecidas en las intersecciones de mundos posibles a través de personajes dotados de ciertos poderes sobrenaturales permiten "explorar el impacto de la otredad en las relaciones personales y comunitarias de los jóvenes" (Lacalle, 2013:23). En España, un título emblemático que, además retorna al hogar recompuesto ya visto en *Los Serrano*, inspirado en sagas cinematográficas basadas en cómics como *X-Men*, es *Los Protegidos* (2010-12).

Esta dramedia familiar hibridada con el género fantástico, une el recurso metafórico de los poderes sobrenaturales adquiridos a la dificultad de lidiar con los retos de la etapa adolescente como inicio de la transición a la vida adulta ("in between period"): los procesos de construcción identitaria, la necesidad de autonomía respecto a los progenitores frente a la soledad que pueda conllevar, la integración en el grupo de pares ... e inclusive el siempre atractivo argumento del amor imposible entre el joven que puede hacerse invisible, Culebra, y la chica de las descargas eléctricas, Sandra.

Y, en cuanto al subgénero de **suspense**, aunque no exactamente de terror, la precede *El Internado* (2007-2010), éxito reconocido entre el público más joven que permitía incorporar diversas generaciones a través de los personajes adultos e infantiles con tramas de aventura y misterio desarrolladas en paralelo. Prevalecía, sin embargo, el protagonismo de estudiantes adolescentes y profesores jóvenes, articulando relaciones amorosas, de amistad y traición permanente. En cierto modo, unas y otras producciones, pese a perpetuar modelos familiares heteronormativos, roles de género tradicionales y algunos de los estereotipos más consolidados de la ficción televisiva juvenil, proveyeron los referentes simbólicos de las juventudes españolas. Un extremo que confirman los datos recogidos en el trabajo de campo con las personas entre 22 y 26 años.

5.2.2.2. Etapa 2010-2020

Durante los años que suceden al inicio del periodo de recesión económica en España (2008), la producción de series estrictamente juveniles en España prácticamente desaparece al reconducirse la oferta de ficción televisiva a los canales específicos de los grandes operadores en abierto (especialmente *A3Media*, con *Antena3* y *Neox*). En este período, como hemos podido ver al analizar las audiencias, hallamos un seguimiento desigual de la oferta general de ficción seriada por parte del público más joven. Se confirma su preferencia por producciones estadounidenses que hibridan el género fantástico, la ciencia ficción o el suspense, con narrativas juveniles, y por otro lado, humor ácido y transgresor de sitcoms y series de animación como *Los Simpson*.

Entre las producciones españolas, en cambio, en términos de género narrativo, se decantan claramente por la comedia costumbrista que fomenta el autoreconocimiento identitario a través de estereotipos culturales (*Allí abajo*, *Cuerpo de élite*, por ejemplo).

Aquí, el máximo exponente es la comedia de protagonismo coral *La que se avecina*, que lleva al extremo los estereotipos políticamente incorrectos ya apuntados en sus precedentes *Aída* y *Aquí no hay quien viva* (del 'macho ibérico racista y homófobo' a la 'choni falta de luces' y la 'pícara abusadora del sistema').

La alta fidelización que consigue *La que se avecina* entre la audiencia juvenil se sostiene, aunque en declive, al cierre de este período tal y como hemos comprobado al analizar las audiencias de la televisión lineal. Es interesante ver cómo, a través de la participación en los grupos focales (FASE II), se puede confirmar que se trata de uno de los pocos títulos que se reconocen como centrales en las rutinas de consumo compartido por la familia en el hogar.

Por otro lado, eventualmente en esta etapa, destacan **subgéneros híbridos del policíaco** donde confluyen tramas de intriga y acción ambientada en contextos verosímiles con la tensión amorosa entre protagonistas adultos jóvenes, como *El Príncipe* (2013-15) y se suman a algunos estrenos inspirados en éxitos de taquilla cinematográfica como la **comedia** *Allí Abajo* (2014-19) o, en menor medida, la emulación de la telerrealidad ambientada en la hostelería con *Chiringuito de Pepe* (2013-15). Aquí también despuntan los **melodramas de ambientación histórica con tintes románticos** protagonizados por mujeres como *El tiempo entre costuras* (2013-14) adaptando la novela de María Dueñas; o el de la también protagonista costurera *Velvet* (2013-2017), que introduce el gusto por la moda y la estética visual de las primeras décadas del siglo XX. Durante este período se mantiene el seguimiento de las producciones **familiares más consolidadas** como *Cuéntame cómo pasó* o *Águila Roja*, que de no cerrar, como hemos visto anteriormente, van minimizando sus registros de audiencias juveniles a partir de 2015 (para un análisis detallado de estas series nos remitimos a los trabajos anteriores del equipo investigador: Gómez-Puertas et al., 2019; Oliva et al., 2021; Gómez-Puertas y Besalú, 2022).

Con acuerdo a lo analizado previamente, a partir de 2015, el público más joven abandona progresivamente, la televisión lineal en abierto, coincidiendo con la implantación de las plataformas de SVoD, que pasan a ser accesibles a más de la mitad de la población española, los últimos años. Se desmarcarían apenas algunos registros de *thrillers* como *La Caza*. *Monteperdido* con personajes juveniles en el elenco protagónico, o *Mar de plástico*, en sus primeras temporadas, si bien no puede afirmarse que este género de suspense ambientado en entornos reconocibles de la geografía española garantice el éxito entre el público juvenil. Producciones similares, como *Vivir sin permiso*, *El accidente* o *Los otros*, tampoco consiguen atraerlos más allá de sus estrenos.

Y al revisar las nuevas comedias o incluso algunas apuestas temáticas y narrativas más transgresoras, el resultado parece ser el mismo: no atraen significativamente al público juvenil, y de hacerlo, no consiguen retenerlos más allá de las primeras entregas. Por ejemplo: *Señoras del (h)AMPA*, *Toy Boy* o *Sky Rojo*, son algunos de los títulos que las personas jóvenes participantes en los grupos de discusión mencionan como series que han acabado abandonando. En cambio, ninguno de los otros títulos de suspense apuntados aquí son siquiera mencionados por las personas participantes de las dinámicas grupales.

El declive de la audiencia de las televisiones en abierto redefine el modelo de negocio para la producción de las series de ficción. Si hasta 2015 sus emisiones congregaban 4 y 5 millones de espectadores, actualmente no superan apenas el millón y medio. Aunque se abre la posibilidad de producir nuevos títulos adecuados al nicho de audiencia juvenil, apenas merecen mención aparte aquí las series producidas para canales temáticos destinados al público joven. Por ejemplo: *Neox*, del grupo *Atresmedia*, apostó en 2008-2009 por formatos de *sitcom* (*Bicho malo nunca muere* y *Generación d.F.*, además de *Museo Coconut*) y *thrillers* en capítulos breves como *Dirigeme. El Rescate* o *Eva y sus kolegas*.

5.2.3. Las series juveniles de éxito en España se trasladan a las plataformas SVOD

En este contexto de desconexión del público juvenil, las televisiones tradicionales públicas y privadas despliegan diversas estrategias, como la creación de plataformas destinadas a este target. La más prolífica, *Playz* de *RTVE*, suma 16 títulos entre comedias y *thrillers* predominantemente desde 2017 (Mateos-Pérez y Sirera-Blanco, 2021), aunque también incorpora el terror y la ciencia ficción e hibrida la comedia con subgéneros como el musical en producciones breves que no suelen superar la temporada. Se dirige a un público joven y joven-adulto con una presencia activa en redes sociales, al igual que *Flooxer* (plataforma de *Antena3*, estrenada en 2015) donde destaca la repercusión de *Veneno* entre el colectivo LGTBIQ+. Se trata de una serie que, como *Hit* (acrónimo del poco ortodoxo gurú de la educación secundaria) en *Playz*, pasó a emitirse en el canal generalista (Anglada, 2021).

Por otro lado, encontramos series producidas inicialmente por televisiones generalistas en abierto, que pasan a disposición del público global a través de las plataformas SVOD (incluso sin haberse emitido previamente por sus homólogas estatales).

Esto es especialmente significativo para la oferta de las televisiones autonómicas más prolíficas, como la gallega TVG o la catalana TV3, que proyectan nacional e internacionalmente sus producciones. Así, la catalana *Pulseras Rojas* (2011-13), emitida por *Antena3TV* en 2012, vendida para su adaptación en EEUU, Francia y otros países, está disponible en *Amazon Prime Video*. Se trata de una apuesta arriesgada por la audiencia juvenil, ambientada en un hospital donde se establecen las relaciones entre un grupo de adolescentes en tratamiento por diversas enfermedades. Forma parte de los títulos compartidos por las personas participantes de los grupos de discusión al evocar el recuerdo de consumo adolescente en familia.

En esta línea de producción de series destinadas a atraer un público rejuvenecido sobre la cadena, TV3 ha lanzado en los últimos años títulos que se orientan, paradójicamente, mucho mejor, al consumo internacional a través de plataformas SVOD. Así, *Merlí* (2015-2018) con una cierta influencia de *El club de los poetas muertos* (1989) más que de *El Club de los cinco*, primero en *La1* y ahora en *Amazon Prime Video*. O *Las del hockey* (2019-2020) directamente en *Netflix*, y la reciente *Moebius* (2021) en *HBO Max*. A diferencia de estas dos últimos, *Merlí* se menciona de manera recurrente en los grupos de discusión de las personas más jóvenes que participan del estudio.

Tanto *Merlí* ambientada en un instituto (y su secuela en la universidad), como *Las del hockey*, unidas por el equipo deportivo, suscriben la línea de evolución de las series juveniles de corte dramático realista donde se apuesta por una narrativa desde la proximidad a las vivencias y las problemáticas propias de las personas jóvenes, de nuevo, reactualizando la representación del colectivo no sólo en los temas sino en el lenguaje y la estética adoptadas. En cambio, *Moebius* se articula sobre la investigación de un crimen por parte de una profesora de instituto, dando mayor protagonismo al entorno de la pequeña población donde transcurre. Una línea narrativa similar a la coproducción entre *Amazon Prime Video* y la gallega TVG, *Auga Seca*. En cualquier caso, las plataformas SVOD tienden a incluir estas series claramente dirigidas al público juvenil adulto, y suelen difundir datos de cierto éxito cuando se adecúan al mercado internacional.

5.2.4. Las plataformas SVOD producen para el público juvenil desde España

El efecto *revival* es el que explica las producciones más recientes en las que se recuperan, ya sea a modo nostálgico o como reedición, los éxitos de series juveniles de la década anterior por parte de *A3Media*. Así, el *reboot* de *El internado*

para Amazon Prime Video (*El Internado: Las cumbres*, 2021) o las miniseries en exclusiva para Atresplayer Premium con previo estreno en abierto de los primeros capítulos: en 2020, *Física o Química: el reencuentro*, en 2021 *Los hombres de Paco: el reencuentro* y la más reciente, *Los Protegidos: El Regreso* junto al estreno de la aclamada y polémica *Cardo*. Estos dos últimos años, Atresmedia consolida así su estrategia de privilegiar su plataforma de pago con contenido exclusivo de series de ficción, incluyendo estas apuestas de contenido LGTBQ+ (*Veneno*, *#Luimelia*) hasta el punto de llegar a ser testimonial la emisión íntegra de títulos en abierto (p.ej.: solo el *thriller Perdida*, en 2020).

De hecho, las plataformas de vídeo bajo demanda por suscripción inician la producción de ficciones televisivas nacionales en 2016, con *Movistar+* a la cabeza en volumen de títulos, seguida de *Atresmedia*. Tal y como recogen Mateos-Pérez y Sirera-Blanco (2021:5):

“Las series emitidas en canales de televisión tradicionales y digitales suponen el 89% del total, mientras que las ficciones estrenadas en los servicios VoD apenas alcanzan el 11%. Sin embargo, la tendencia se ha revertido en el último lustro (gráfico 1). (...) Tanto es así que ya en 2020 los servicios de vídeo bajo demanda estrenan más series de ficción en España que los canales de televisión”.

A diferencia de los canales en abierto, las plataformas SVOD se dirigen a *targets* específicos apostando por géneros, narrativas y temáticas más variadas. Las series de ficción audiovisual propias del consumo juvenil son las que mejor se trasladan al público de nicho, aunque internacionalizado, de las plataformas SVOD. Del mismo modo, se corresponden con una intensa actividad *fan* transmediática propia de la cultura participativa del ecosistema convergente en la que el público más joven se integra de manera natural. Aquí, el paradigma sería el éxito sin precedentes de *La Casa de Papel* (2017-2021), de la que *Netflix* retoma proyecto tras su estreno fallido en *Antena3*, o su apuesta original por la serie juvenil heredera de las adaptaciones hibridadas con thriller propias del gusto español, *Élite* (2018-).

Siendo *Netflix* la plataforma SVoD con más suscriptores en España y un perfil, según declaran, más joven, conviene revisar cuáles son las series de producción española que ofrece, antes de explorar las principales tendencias en la oferta de narrativas que dirigen estos nuevos operadores al público juvenil.

Las series originales de *Netflix España* son predominantemente dramas, que a grandes rasgos se agrupan según estén ambientados en:

a) Entornos contemporáneos con predominio del subgénero *thriller* o narrativa de suspense, donde el misterio deriva de crímenes o desapariciones como: *El desorden que dejas* (2020), *White Lines* (2020), *Los favoritos de Midas* (2020), *El inocente* (2021) o la retomada *Sky Rojo* (2021-).

b) Entornos pretéritos (primera mitad del siglo XX) donde se mezclan tramas románticas y de suspense, con algunas lecturas de revisión histórica y corte feminista: *Las chicas del cable* (2017-2021), *Hache* (2019-2020) *Jaguar* (2021-) o el suspense detectivesco, también protagonizado por mujeres, *Alta mar* (2019-2020).

En cambio, al igual que la serie juvenil *Elite* (2018-) es una apuesta puntual, pese a su éxito contrastable por su renovación hasta 2023 y la producción de *Élite: historias breves* (2021-), los demás géneros no recalán aún en *Netflix España* más que con adaptaciones de cómics como *El Vecino* (2019-2021), protagonizado por un joven conformado con su precaria situación que recibe poderes, o el de novelas románticas, como *Valeria* (2020-) o la serie anime *Memorias d'Idhún* (2020-21). *Hasta día de hoy*, y tras el escaso eco de miniseries como *Criminal España* (2019) o *Alguien tiene que morir* (2020), la apuesta más arriesgada ha sido el drama de corte romántico y existencial de *El tiempo que te doy* (2021).

En cuanto a la producción retomada de títulos para crear nuevas temporadas, además de *La casa de papel* (2017-2021) de *Antena3TV*, destaca la singular apuesta cómica de *Flooxer*, *Paquita Salas* (2016-2019). Mientras que las tentativas de coproducción tiene una continuidad irregular con *RTVE* (*El Ministerio del Tiempo*, 2018, tras la tercera temporada pasa a *HBO Max*) y *Mediaset* (*Telecinco*) (*Brigada Costa del Sol*, 2019; la segunda temporada de *Vivir sin permiso*, 2020). Y permiten una cierta experimentación con el grupo *A3Media* en géneros como el distópico de *La Valla* (2020) estrenado en *Antena3*, o el erótico *Toy Boy* (2019) inicialmente en *Atresplayer Premium*, más allá de la apuesta segura con adaptaciones de novelas históricas como *La cocinera de Castamar* (2021) para *Antena3* y *Atresplayer Premium*, y anteriormente, *La catedral del mar* (2018), en coproducción con *A3Media* y *TV3*.

Amazon Prime Video es la segunda plataforma de contenidos en *streaming* con más suscriptores en España. Su producción de series originales es menor, al iniciarse en 2019, y se orienta al drama de época, con títulos como *Hernán* (2019), *El Cid* (2020) o *La templanza* (2021), además de la antología de *Relatos con-fina-dos* (2020) o el drama ambientado en el Camino de Santiago a lo largo del tiempo, *3 caminos* (2021).

En coproducción, apuesta por éxitos consolidados con RTVE, como las últimas temporadas de *Cuéntame cómo pasó* y *Estoy vivo*, y series de una sola temporada de 6 o 10 capítulos protagonizadas por mujeres: el drama articulado a partir de las consecuencias para una policía víctima de un violador reincidente y su madre jueza por la derogación de la doctrina *Parot*; *Promesas de arena* basada en la novela de Laura Garzón que sigue las andaduras de Lucía buscando su lugar en el mundo en un viaje a Libia como cooperante de una ONG; o la también basada en una novela, la de Isabel Allende, que narra el devenir de la primera mujer española en llegar a territorio chileno, *Inés del Alma mía*. Y, excepto títulos puntuales con Antena3 (*Pequeñas coincidencias*, 2018-2021; *El Internado: Las Cumbres*), consolida una línea de trabajo con Mediaset (*Telecinco* y *Cuatro*) que va de las últimas temporadas de *La que se avecina* (2020-21) a apuestas variadas en género y temáticas que estrena en exclusiva, como: la comedia en torno a la España vaciada, *El Pueblo* (2019-), el drama legal *Caronte* (2020-), el drama en torno a adolescentes que, a causa de diversas enfermedades, ponen contra las cuerdas a sus progenitores, *Madres: amor y vida* (2020-), la policíaca *Desaparecidos* (2020-) o la ya mencionada, *Señoras del (h)AMPA* (2020-21).

HBO España mantiene una línea de producción muy variada en cuanto a géneros, aunque en formatos de 8-10 capítulos y temporadas únicas, con su particular sello de calidad. En 2019 estrenó *Foodie Love*, drama romántico, y en 2020 produjo dos antologías (*En casa*, *Escenario 0*) y tres series bien diferenciadas: la comedia *Por H o por B*, la adaptación de la novela *Patria* sobre ETA, y la serie de terror de Alex de la Iglesia, *30 monedas*. Esta última, es la única serie española de HBO mencionada en los grupos de discusión. En 2021 esta plataforma estrenó, ya como HBO Max, la dramedia *Todo por lo otro*, y da continuidad a la comedia política *Venga Juan*, y en coproducción con RTP/TVG al thriller *Auga seca*. Anteriormente había coproducido otros thrillers como *Supermax* con *Cuatro* (2017) o *La Sala* (2019) con televisiones autonómicas.

MOVISTAR+ es la plataforma que más producciones acumula desde 2017, caracterizadas por una estética y narrativa propia de la ficción estadounidense y una apuesta clara por introducir temas de actualidad o cierta controversia que capten el interés del público adulto. En su mayoría son series cerradas o con pocos capítulos de alta calidad: dramas como *Antidisturbios*, *La Línea invisible*, *Instinto* o *Matar al padre*; thrillers como *El día de mañana*, *Gigantes*, *El embarcadero* o *Hierro*; y comedias como *Arde Madrid* o *Nasdrovia*, o títulos que sí han tenido continuidad como *Vergüenza*, *Mira lo que has hecho* o *Justo antes de Cristo*. Las que abordan temáticas tradicionalmente juveniles y ya han sido destacadas aquí son *Merlí: Sapere Aude* (*spin off* de *Merlí* salta del instituto a la universidad a través de algunos de sus protagonistas) y la adaptación de la serie noruega homónima

Skam. España también sobre la vida cotidiana de un grupo de adolescentes, con cuatro temporadas estrenadas en una peculiar estrategia de preestreno fragmentado en la página web (Anglada, 2021).

Atresplayer Premium en cambio, sí orienta su producción de ficción al público joven, además de las redes sociales o el colectivo LGTIBQ+ apostando más por dramas (*Veneno*, *#Luimelia* o *Mentiras*) que por *thrillers* (*El nudo*, *Campamento Albanta*) o comedias (*Benidorm*, *By Ana Milán*). Una peculiar coproducción es *La Valla* (con *Netflix* y emitida en *Antena3* en 2020) ya que, pese a no ser avalada por la audiencia juvenil (datos de consumo lineal, investigación etnográfica) es uno de los pocos dramas de ciencia-ficción de la narrativa serial española que aborda plenamente un mundo distópico futuro. Este tipo de apuesta, sólo la encontramos en el predominio de *thrillers* o el género de terror de *Caminantes* (2020) en *Orange TV* o la única producción de *Filmin*, *Tus monstruos* (2020).

5.3. IMAGINARIOS Y REFERENTES SIMBÓLICOS EN LAS SERIES (2010-2020)

Con acuerdo a lo expuesto hasta ahora sobre el consumo de la ficción seriada en la televisión lineal, las tendencias en la producción de series dirigidas en exclusiva o no a un público juvenil en España, y tras aproximarnos a la oferta global de las principales plataformas SVOD a través del análisis de la recepción de las personas jóvenes y el análisis documental de las publicaciones en prensa, se consigue completar la muestra de series analizadas en trabajos anteriores del equipo investigador (2008-2015) con aquellas que marcan nuevas tendencias en la construcción de los imaginarios y referentes simbólicos de las juventudes españolas en los años siguientes. A continuación se sintetizan las conclusiones generales del análisis textual que complementa, por tanto, el apartado anterior.

5.3.1. La ficción juvenil contemporánea: transgresiones y riesgos

La ficción seriada juvenil de la segunda década del siglo XXI se caracteriza por la actualización de temáticas propias de la etapa anterior, esto es, **la construcción de la identidad adulta y las relaciones sexo-afectivas y de amistad, intensificando conductas más extremas**. Algo que lleva a incorporar tabús como el suicidio asociado al malestar emocional de las personas jóvenes y a construir discursos

más polémicos en torno a la sexualidad (representando prácticas antes no visibilizadas, conductas más liberales, o todo tipo de abusos reconocidos o no como tales en el texto), a las adicciones a diversas sustancias, a trastornos de la conducta en un amplio espectro, o al recurso sistemático a la violencia en sus múltiples formas. Así, por ejemplo, la sordidez del viaje interior de los personajes en *Euphoria* (HBO), la prostitución de menores en círculos de la alta sociedad en *Baby* (Netflix) o el acoso escolar que lleva al suicidio en *13 Reasons Why* (Netflix). Como desarrollamos más adelante, las personas jóvenes y jóvenes-adultas que participan en la fase de análisis de recepción, manifiestan una clara objeción a la representación de escenas de violencia sexual explícita y, pese a incluir estos títulos entre sus referentes, desmarcan su sensibilidad y gusto de este tipo de ambientes y temas.

En esta línea de violencia intimidante también se inscriben series que muestran la competitividad extrema y sus consecuencias en las dinámicas grupales dentro de las narrativas *coming of age* (*Tiny Pretty things, Dare me...*) cuya agresividad dista de las series juveniles españolas anteriores (*UPA Dance*). La producción española que más se aproxima a este ambiente estudiantil desde la intriga en torno a un asesinato y otros actos delictivos cometidos en un exclusivo instituto de Madrid, *Elite* (Netflix, 2018), pese a minimizar el sesgo de clase frente otros tópicos destacados (homofobia o racismo), se considera inverosímil para las personas jóvenes y jóvenes-adultas que participan de los grupos de discusión.

En cambio, salvo alguna incursión arriesgada como la catalana *Pulseras Rojas*, queda **pendiente la actualización** de temáticas asociadas a la **educación emocional** o el trauma en series juveniles abordando la enfermedad, la muerte o el duelo sin caer en conductas extremas o autodestructivas. Sí se da en la oferta cinematográfica de los catálogos de *Netflix* y *Amazon Prime Video* donde proliferan historias de amor imposible y/o redentor, en las que el obstáculo para la pareja pasa de ser la diferencia de estatus socioeconómico (la saga basada en las novelas de Federico Moccia, *A dos metros de ti*) a las condiciones de salud de las personas jóvenes (*Amor de medianoche, Bajo una misma estrella* o *Chemical Hearts...*). Este tipo de narraciones, en las que la transición a la edad adulta se aborda desde la constatación de los límites que depara el porvenir y exige la propia superación sin lugar para actitudes autocompasivas, no halla correspondencia en la ficción seriada juvenil. De este modo, los argumentos universales en torno al amor prohibido o redentor se revitalizan en las narrativas juveniles que diversifican las relaciones afectivo-sexuales aun manteniendo mitos del amor romántico vigentes.

Y, por otro lado, se reorganizan las identidades sociales (especialmente LGTBIQ+) a partir del "amor a uno mismo" que ha de llevar a la felicidad mediante la autorrealización o la reivindicación personal, en una línea similar al empoderamiento, preferentemente femenino (ver p.ej.: *Gossip Girls* o *Teen Wolf*, en Fedele, 2021).

Tal y como apuntaba Lacalle (2013) años atrás, la prevalencia de estas temáticas de amistad, relaciones sexuales y sentimentales, ocio y diversión en el rol de rebelde, no deja espacio en las series juveniles para generar **referentes laborales**. Los personajes jóvenes sólo reflejan la ambición profesional en el ámbito creativo o artístico y el deportivo, encarnando el espíritu de superación en tramas que acaban cuestionando si los logros profesionales conllevan la felicidad (definida como sentirse bien con uno mismo). Tal y como se extrae de nuestra aproximación etnográfica, los referentes que se vinculan a la cultura laboral se evocan en las **series propiamente profesionales** (médicos y abogados) o, sobre todo, en aquellas más épicas y a través, preferentemente, de personajes adultos que encarna la superación de las adversidades metaforizadas en contextos pretéritos o espacios claustrofóbicos (p.ej.: los protagonistas masculinos Michael Scofield de *Prison Break*, Tommy Shelby de *Peaky Blinders*, o Ragnar de *Vikings*; y con una ambivalente lectura del empoderamiento femenino, June (DeFred) en *El cuento de la criada*, Claire Beauchamp en *Outlander*, o 'Tokio' en *La casa de papel*).

Con respecto a la **representación diversificada**, ya no sólo en términos de género, se observa una traslación del plano discursivo al enunciativo. Así, series como *On my block* o *I'm not ok with this* siguen la estela de las comedias juveniles *Glee* o *The Big Bang Theory*, alternando las variables de género, etnia, clase o incluso, las características psicológicas normo típicas de los personajes protagonistas. Si bien hallar estos perfiles de personajes previamente ausentes o en roles marginales en las series juveniles permite que se aporten puntos de vista diferentes, estas producciones se alejan del objetivo de inclusión o integración al mantener mayoritariamente una representación **segregada**. Prevalece la construcción ellos/nosotros, aunque tienda a visualizarse desde la inversión de posiciones enunciativas y una actitud más próxima al escarnio que a la rebeldía. Aquí recalca el **humor transgresor** de la narrativa de los márgenes de la normatividad, con títulos como: *The end of the F**ing World* protagonizada por adolescentes con conductas sociópatas; *Esta mierda me supera*, como crítica ácida de la metáfora de los poderes sobrenaturales que explican una adolescencia más compleja si cabe hoy en día por la idiosincrasia de un mundo adulto que es descrito como individualista y agresivo; y *Atípico*, donde el autismo del protagonista, en contraste con los personajes que lo rodean, lleva a cuestionarse aspectos tan básicos en las relaciones como si el éxito social es la medida de la felicidad humana.

Esta última serie sigue la estela temática de uno de los últimos títulos extranjeros relevantes en el consumo juvenil de la televisión lineal, el drama hospitalario *The Good Doctor* (en *Telecinco*), el protagonista del cual centra algunos de los intercambios conversacionales entre las personas jóvenes que participan del trabajo de campo etnográfico en este estudio.

5.3.2. Tendencias en los imaginarios de la ficción juvenil

Títulos como los citados, o *Sex Education*, trabajan desde la **ironía y el sarcasmo** un presente mucho más complicado para las personas jóvenes de hoy, respecto a las que en su momento vivieron esa estética propia de *El Club de los Cinco* (1983) que rememora. En esta misma línea, se trabaja emulando a *Los Goonies* (1985) para traspasar del género fantástico al sobrenatural en *Stranger Things*, y explorar los límites del suspense y el terror. Aunque cabe señalar aquí que entre las personas jóvenes que participan del análisis de recepción el terror no es un género narrativo preferente. Tan sólo eventualmente, mencionan la serie de Álex de la Iglesia para *HBO 30 monedas* (2020) o el apocalipsis zombi coreano *Estamos muertos* (2022).

Abundan en cambio las referencias a las teen series de **fantasía, ciencia ficción** e incluso, **misterio**, donde la naturaleza humana es cuestionada. En un ambiente urbano o en torno a instituciones educativas (institutos, universidades o escuelas especializadas como *The Order* o *Legacies*) conviven jóvenes con superpoderes o dones sobrenaturales (*Smallville*, *Misfits*, *Runaways*), brujas (*Chilling Adventures of Sabrina*, *Merlin*), vampiros y lincántropos (*The vampire Diaries*, *Teen Wolf*), no necesariamente destinados a salvar el mundo o ejercer de líderes, sino a aprender a convivir con sus propias habilidades (ver Fedele, 2021). Aquí los títulos provienen tanto de la literatura juvenil (como *Shadow Hunter*) como de los cómics (el caso de las más transgresoras, como *Cloak&Dagger* o *The Umbrella Academy*), y se incorporan las adaptaciones de los dibujos animados infantiles que habían sido consumidos por jóvenes que apenas ahora alcanzan la mayoría de edad (por ejemplo: *Destino La saga Winx*).

Por último, un subgénero menos común en la tradición de las teen series y más propio de drama series para adultos, como el **suspense**, merece una mención aparte. En primer lugar, hay que recoger la línea de títulos de dramas hibridados con *thriller* (y subgéneros fantásticos o de ciencia ficción) que, en el caso español, han generado fenómeno fan (*El internado* o *El barco*). Se trata de producciones que aspiran a ampliar el público teen con la incorporación de jóvenes y jóvenes-adultos, reflejándolos como protagonistas.

A los títulos ya citados, se suman otras producciones españolas (*El desorden que dejas*, por ejemplo), que asentarían el suspense desde **dramas psicológicos** que permiten dialogar a los adolescentes con los jóvenes adultos a través de traumas personales o un sentir común sobre la opresión social percibida (ver, por ejemplo, también, aunque con una repercusión menor a juzgar por los datos del análisis etnográfico, las dos ediciones de *La caza: Monteperdido* y *Tramuntana*).

En cambio, las **producciones extranjeras** como las adaptaciones de cómics (*Riverdale*) o la literatura (*Los 100*) inauguran una línea de narrativas más tenebrosa (*OA*, *Innocents*) o con marcados tintes **apocalípticos** (*The Rain*, *Between City*, *The Society...*), que apunta a un futuro inminente de carácter distópico donde los más jóvenes se hallarán solos ante el reto de sobrevivir. Esto último nos conecta con el potencial de la distopía como novela de maduración y posible proyección de futuro. Es un género prácticamente ausente en la tradición de ficción seriada española (*Rabia* en *Cuatro*, 2015; o *La Valla* en *Antena 3*, 2020, pasan desapercibidas en el consumo lineal juvenil), pero no por ello carente de atractivo, si observamos las series extranjeras más consumidas y, lo que es más relevante, si atendemos a los títulos más evocados por las personas jóvenes que participan en este estudio al hablar de futuro.

5.3.3. Un referente ineludible en la proyección del futuro que arranca con las novelas de maduración llevadas a la gran pantalla (2012-2016)

Los tópicos y las metáforas que trasvasan de la literatura a la pantalla cinematográfica y la televisión, en la fórmula de ficción seriada aquí analizada, responden a las bases propias de la narrativa *coming of age*: hacerse un lugar en el mundo y hacer del mundo un lugar habitable. Las juventudes que centran nuestro interés se han sentido atravesadas por un conjunto de relatos a lo largo de su adolescencia que han acabado constituyéndose en los referentes simbólicos para imaginar el futuro. Estos relatos conforman un depósito de imaginarios sociales que interviene en la naturalización de discursos en torno a un futuro nefasto (casi inminente y indiscutiblemente, inevitable) sobre el que redunda un gran cúmulo de series de ciencia ficción o terror hoy en día.

Se trata, principalmente, de sagas de origen literario que conforman un corpus de relatos desde donde se cuestiona la condición humana y el orden social, lo que parece repercutir en las concepciones de lo posible que sus entonces adolescentes consumidores recuperan al reflexionar ahora sobre el futuro.

La prevalencia de estos títulos es significativamente alta en las conversaciones de las personas jóvenes que participan en este proyecto, si se compara, además, con las evocaciones que hacen de otras ficciones post-apocalípticas de la época, como el entorno zombie de *The Walking Dead* (2010-22, basada en la serie de cómics creada por Robert Kirkman y Tony Moore) o las reminiscencias en sus discursos a elementos del metaverso generado en torno a los héroes del universo *Marvel* (especialmente, el cierre que supone *Avengers: Infinity War*, 2018, y *Avengers: EndGame*, 2019).

Sin ánimo ni pretensión de exhaustividad, se repasan a continuación algunos de los precedentes ampliamente conocidos de las sagas literarias (*bildungsroman*) adaptadas a la gran pantalla entre 2012 y 2016, que han sido intensamente evocados en las dinámicas grupales orientadas desde la etnografía del futuro.

Por un lado, se detecta una narrativa prototípica en la que **el otro**, alienígena invasor, **pone en crisis nuestros propios valores como humanos y nuestros derechos sobre el planeta**. La empatía y la compasión, más allá del amor a tus congéneres como instinto de supervivencia, es la única alternativa a una violencia endémica entre nosotros y con nuestro entorno. Aquí se situaría, desde la ciencia ficción, *La quinta Ola* (2016, basada en la novela homónima de Rick Yancey, 2013) en la que Casey trata de rescatar a su hermano pequeño, reclutado por los alienígenas invasores que han acabado con sus padres y el mundo tal y como lo conocía hasta ahora. Y reverberando en la reflexión sobre el sentido de la guerra en la era de las armas teledirigidas que ya hacía el filme clásico *War Games* (1982) sobre el armamento nuclear, encontramos también *El juego de Ender* (2013, basada en la novela homónima de Orson Scott Card, 1985). Con menor repercusión, y desde una base de amor romántico propia de la autora de la saga vampírica *Crepúsculo*, *La Huésped* (2013, basada en la novela de Stephanie Meyer, 2008) plantea también cuán necesario es entender las motivaciones de ese 'otro invasor' para lograr una base de respeto y convivencia.

Por otro lado, se abre una mirada de mundos futuros en los que **se revisan los modelos de organización sociopolíticos** a través de personajes jóvenes que, o bien **no encuentran su lugar**, o bien sienten que han de cambiar su realidad más inmediata. Aquí, las temáticas se diversifican, en una crítica ideológica contra **el poder simbólico y el control social ejercido a través de la tecnología, la desigualdad estructural** que es claramente visibilizada en la segregación de espacios, la **meritocracia competencial y el mito de la libre elección**, o la distribución del **trabajo** como base del orden social, así como la gestión del **conflicto**, o **la memoria histórica y biográfica**.

Se incluirían títulos como *El corredor del laberinto* (2014, basada en la novela homónima de James Dahner, 2009), que sigue la épica de supervivencia de su joven protagonista en un entorno postapocalíptico; y *El dador de los recuerdos* (2014, basada en la novela homónima de Lois Lowry, 1993) donde se cuestiona las medidas adoptadas para sostener una sociedad utópica, carente de conflictos pero también de memoria y amor.

Completan este bloque las dos sagas más mencionadas por las personas participantes en nuestro proyecto: *Los juegos del hambre* (2012 como fecha de inicio de la tetralogía basada en las novelas de Suzanne Collins, 2008) y *Divergente* (2014 como fecha de inicio de la trilogía basada en las novelas de Verónica Roth, 2011). Ambas comparten rasgos clave como el protagonismo femenino con cariz mesiánico de personajes que no encajan en el mundo adulto porque toman decisiones al margen de los imperativos sociales, movidas en gran medida por el amor al prójimo (entendido como núcleo familiar o el cuidado de las personas más vulnerables). Ambas superan sus miedos para llegar a cuestionar un orden social que discrimina a las personas por su origen (distritos) o sus habilidades innatas (facciones), estimulando una revuelta para la que no se sienten llamadas a ejercer como líderes.

Todas estas producciones comparten ciertas **inquietudes** articuladas como ejes temáticos en relación al **paso del tiempo y la memoria social**, además del miedo a olvidar o perder la identidad si se altera la memoria biográfica, lo que lleva a su vez, al preceptivo **re/conocimiento del propio yo** (*self*). Otro eje es el que deriva de los contextos hostiles representados en **entornos claustrofóbicos** (amurallados, laberínticos) o **inhóspitos** (ciudades despobladas, paisajes arrasados) que metafóricamente impulsan al individualismo como **lucha por la supervivencia**. Esta **romantización del ethos individualista** se plasma en el nomadismo o **movimiento constante** de los personajes masculinos o el perfil mesiánico de los femeninos, que como contrapunto, encarnan el ideal de felicidad en la estabilidad que les procura el **repliegue familiar** en la constitución de un **hogar austero** enclavado en el **entorno natural**. Todos ellos son mundos posibles en los que el **recurso a la violencia** conecta con la exigencia de superación personal y en los que reverbera una **concepción pesimista del ser humano**, seducido por el poder y la ambición. No se visibiliza el desarrollo de las revoluciones que detonan los personajes jóvenes sobre el entorno: **el final es una posibilidad**, la esperanza depositada en un cambio sociopolítico incipiente pero abierto, y por tanto, incierto.

Por último, apuntamos aquí los **tres principales argumentos universales** (Balló y Pérez, 1995) sobre los que se articulan estas narrativas. En primer lugar, el **Castillo kafkiano o viaje sin finalidad** (representado en los imaginarios laberínticos), que

lleva al asalto a la fortaleza y las fronteras delimitadas (el recinto amurallado que es la ciudad de Chicago en *Divergente*, por ejemplo), héroes miniaturizados bajo control (ya sea la tecnología de la arena donde luchan los tributos o la organización del trabajo de los distritos en Los juegos del hambre). En segundo lugar, **Prometeo y Pigmalión** en temáticas vinculadas al ámbito científico (experimentación biológica o genética, inteligencia artificial, alteración de ecosistemas, etc.) más propias en de las sagas literarias que abren dilemas éticos al replantearse la invasión alienígena. En tercer y último lugar, **el regreso al hogar (La Odisea)** que se percibe inviable excepto como descanso final. Katniss Everdeen, protagonista de *Los Juegos del hambre* desiste de gestionar el nuevo orden sociopolítico y se retira a la que define como única felicidad posible, la del hogar y la maternidad que le permite reconstituir la familia.

La **fundación de una nueva patria (La Eneida)** queda al margen de lo narrado en estas sagas. Es un argumento que, como vemos al analizar los discursos de las personas jóvenes participantes en este proyecto, sí recuperan de las narrativas épicas que enaltecen al individuo autónomo, inteligente y perseverante, capaz de liderar la supervivencia de su comunidad o pueblo (desde *Vikingos* a las mafias de *Peaky Blinders*). También hallamos este argumento universal en las series juveniles postapocalípticas que siguen la estela de estas sagas de bildungroman los últimos años y son reiteradamente mencionadas en el estudio etnográfico (como *Los 100*). Se trata de narrativas que tienden a reactivar los imaginarios de distopías futuras, a los que incorporan abiertamente temáticas de actualidad. Una tendencia que Hicks (2016) ya apunta en las novelas post-apocalípticas coetáneas y que en las series observamos, por ejemplo, al abordar explícitamente la sostenibilidad del planeta y la escasez de recursos (de *The Rain* o *3%* a *Los 100*), los límites éticos de la ciencia y la tecnología (de *Biohackers* a *Peripheral*, más allá del referente básico que constituye *Black Mirror*), y los modelos de convivencia o alternativas al ejercicio de poder más allá de la violencia (como *In Between* o *The Society*).

5.3.4. Prototipos de actualización de las narraciones distópicas en las series juveniles (2010-2020)

Cerramos este apartado, con la exposición de dos ejemplos de estas series más recientes en las que se ilustra la condición inmanente de caos y declive de la humanidad. En ambas, de manera más literal o metafórica, se muestra a una juventud heredera de un planeta desahuciado a causa de un sistema sociopolítico y económico que ha agotado los recursos naturales y ha abocado a la humanidad a la extinción (caos y conflicto).

En este contexto de refundación, inicialmente el liderazgo participativo recae en las mujeres frente a una iniciativa más individual orientada a la violencia por parte de los hombres.

Los 100 (The 100). Producida por *Alloy Entertainment, CBS Television, Warner Bros y Bonanza Productions*, estrenada en *The CW* en 2014, finalizó tras siete temporadas (100 episodios), en 2020. Se integra en el catálogo de *Netflix*. Es un drama de ciencia ficción postapocalíptica inspirado en las novelas juveniles de Kass Morgan. Narra el regreso a la Tierra de un grupo de adolescentes, condenados a muerte en el Arca, hábitat espacial donde han permanecido los supervivientes al apocalipsis nuclear 97 años atrás. Son enviados para comprobar si la Tierra es habitable, al comprobar que el Arca es insostenible tres generaciones después.

La narrativa *coming of age* arranca con la llegada de los 100 jóvenes a la Tierra. Si bien, Clarke, la protagonista, y Bellamy, el hermano mayor de Octavia que se cuela como polizón en la nave para protegerla, ejercen el rol de adulto responsable desde liderazgos contrapuestos. Clarke protege la misión y con ella, lo que queda de la humanidad, por lealtad al proyecto de sus progenitores y a sus propios principios (marcada por su formación médica). Frente a la heroína mesiánica ("mi gente, mi responsabilidad"), Bellamy actualiza el rol de *cowboy* solitario protegiendo a un menor ("mi hermana, mi responsabilidad"). Él traslada una rebeldía más racional contra el sistema a jóvenes manipulables desde la ira, como argucia para seguir protegiendo a su hermana menor en un lugar que, aunque diferente, no les procura seguridad. Es justamente su hermana Octavia quien encarna al adolescente que ha de transitar hacia la madurez, liberada de su reclusión en la nave: "No necesito protección. De una manera u otra, he estado encerrada toda mi vida. Necesito hacer algo loco simplemente porque puedo".

Estos ángeles caídos deberán sobrevivir en un entorno hostil, de peligros desconocidos, que los obligarán a reaccionar a su propio miedo y estar alerta porque como constatan al poco tiempo de llegar: "aquí abajo la debilidad es la muerte". Son conscientes de que su vida transcurre superando adversidades, compitiendo por los recursos disponibles ("matar antes de que nos maten"), y aunque se resignan a no descansar para seguir viviendo, no por ello dejan de saber que podría ser diferente ("Tal vez la vida debería ser más que sobrevivir", Bellamy).

Tomar decisiones no es sencillo cuando se hace desde el liderazgo basado en la responsabilidad. Clarke, o en el decurso de las temporadas, quema terrícolas o gasea a los habitantes de Mount Weather para garantizar la supervivencia de los suyos ("Tengo que salvarles... Yo cargaré con el peso para que no lo hagan ellos").

La propia Octavia, en el transcurso de las temporadas, experimentará como el poder seduce pero también corroe (impone el canibalismo para sobrevivir, convencida por la madre de Clarke de que "primero sobrevivimos, luego recuperaremos nuestra humanidad"). Para ambas, el liderazgo supondrá una permanente reflexión ética sobre la finalidad de cada una de sus acciones: "Lo que somos y lo que tenemos que ser para sobrevivir, son cosas muy distintas. (...) No es fácil estar al mando ¿verdad?" (Octavia a Clarke).

La cuestión de fondo, "¿Qué nos hace humanos?" se plantea desde múltiples narrativas, inclusive la condición de transhumanos (la Ciudad de Luz, los refugios nucleares, etc.). Del mismo modo que la capacidad destructiva sobre la naturaleza, es un trasfondo permanente en la serie, muy lejos de mitos como la venganza de Gaia.

The Society. Producida y distribuida por *Netflix*, se estrenó en mayo de 2019, y aunque renovada para una segunda temporada, tras los 10 primeros episodios, su filmación se canceló por la pandemia de Covid-19. Es un drama de misterio que narra cómo un grupo de adolescentes, a su regreso de una excursión, se dan cuenta de que han desaparecido todos los adultos del pueblo y que tampoco pueden salir de los límites urbanos. Tras una primera reacción de fiesta desbocada (prototipo de rebeldía enfocado en el ocio), entrarán en pánico y se verán obligados a organizarse por sí mismos para sobrevivir.

Sin construir un escenario postapocalíptico, sí se plantea una situación dramática cuyo origen incierto hace difícil prever su desarrollo. La primera temporada presenta la adaptación de los adolescentes a este nuevo escenario social. Supone una revisión no sólo de los roles adoptados hasta entonces sino de su inoperancia en el contexto sobrevenido (y con ello, una crítica abierta a los tradicionales estereotipos de las series juveniles estadounidenses).

Es un ejemplo más de las narrativas basadas en la gestión social por parte de adolescentes autónomos. Sin la tutela adulta, la narrativa *coming of age* se precipita. Como en *Los 100*, los personajes más responsables son también los más previsores y resilientes; mientras que los que se resisten al cambio o rehúyen el miedo, ponen en riesgo su existencia. Se abordan diversos tópicos en torno al propio devenir cuando no hay horizontes a medio plazo (literalmente marcados por el espacio) o a los modelos de redistribución de recursos, la propiedad privada, o el deber de proteger a los más débiles, así como la necesidad de tomar decisiones consensuadas para garantizar la sostenibilidad de la mayoría (ejercicio político). No sólo se trabaja sobre esta revisión del contrato social en términos

generales, sino también en un aspecto clave en el contexto contemporáneo como es la desigualdad de género. En este caso, se aborda desde una oposición binaria conservadora donde el feminismo se define en términos combativos. Ellos son el instinto violento que necesita ser controlado, y ellas las que requieren protección e imponer la lógica de la razón: "Si no hacemos nada la testosterona masculina acabará con nosotras. (...) Las mujeres no estamos a salvo si gobierna la fuerza bruta y la estupidez. Si queremos paz, necesitamos orden. Y para tener orden, debemos ejercer nuestro poder." También son ellas las que apelan a la empatía y dan nombre a las emociones para garantizar que la comunidad respeta un orden moral. "Mucho de lo que ocurre es porque estamos solos, asustados y aburridos. Pero nos conocemos, nos hemos criado juntos. Y si nos lo recordamos... nos vendría bien" (hermana de Allie).

El liderazgo es una carga, de nuevo, cuando se ejerce desde la responsabilidad social o se proyecta a medio o largo plazo. Allie, quién ha afrontado el diseño del orden social inicialmente (organización de tareas, asignación de roles, pacto normativo...) no logra decidir qué hacer ante un acto delictivo. Es una de las secuencias más significativas porque al poner en crisis el sistema penal ("no podéis ejecutar a alguien porque le tenéis miedo") abre el cuestionamiento sobre el propio devenir comunitario. Tienen la oportunidad de rehacer la sociedad. Pero es un reto que nadie quiere liderar. E igual que el quarterback no quiere la responsabilidad del liderazgo (se niega a tomar el mando), el grupo se reconoce incapaz de cambiar las cosas. No se trata ya de culpar al adulto por lo heredado o lamentarse por la catástrofe sobrevenida, sino de ser proactivo en la definición de ese presente para elegir de manera más efectiva el futuro. "No, esto es distinto. Este lugar es algo nuevo. Y no tiene historia. Deberíamos aprovechar. Hacerlo mejor que nuestros padres" (*quarterback*). "Pues, por ahora, lo estamos haciendo mucho peor" (Allie).

FASE II

El desarrollo de la segunda fase del proyecto dedicada al análisis de recepción desde un diseño etnográfico inspirado en la investigación participativa ha permitido, en primer lugar, contrastar los datos obtenidos en relación con las preferencias de las personas jóvenes respecto a las series televisivas y comprender cómo han evolucionado sus prácticas de consumo desde la infancia y la adolescencia hasta hoy, y cuáles son las motivaciones que lo guían.

En segundo lugar, nos ha permitido observar las dinámicas de interpretación, apropiación y resignificación de los referentes simbólicos de las series a partir de las cuáles conectan e interpelan a los personajes y transitan imaginariamente por otros mundos posibles, enriqueciendo los marcos interpretativos con los que dotan de sentido también sus propias experiencias vitales.

A continuación se resumen los hallazgos más relevantes que completan esta aproximación en tres apartados.

En primer lugar, las actitudes prevalentes entre las personas jóvenes al consumir series de ficción, desde la evocación de su infancia y adolescencia al cambio de hábitos que deriva tanto de su transición a la vida adulta como de los cambios en el sector audiovisual. Cierra este apartado un breve recorrido por las variaciones que se detectan en la relación de las personas jóvenes y las series, en términos de conexión emocional.

En segundo lugar, las tendencias comunes detectadas entre las personas jóvenes al integrar estas narrativas como parte de sus imaginarios culturales. Y en tercer y último lugar, los discursos que emergen entre las juventudes en estas dinámicas grupales en torno a los imaginarios compartidos a través de las series en relación a los tres ejes de nuestra investigación (bienestar, cultura laboral y ciudadanía).

5.4. ACTITUDES DE LAS PERSONAS JÓVENES AL CONSUMIR SERIES

5.4.1. Evocación del consumo de series durante la infancia y adolescencia

5.4.1.1. Cuando aún la televisión se veía en familia

En general, las personas que participan en el proyecto, evocan el recuerdo de **buenos momentos en familia frente al televisor** como parte de su infancia. Las series televisivas formaban parte de las rutinas de consumo familiar, especialmente, en el horario de máxima audiencia después de cenar. Por tanto, han sido un elemento de agregación familiar determinante, tal y como reconocen incluso, cuando retrospectivamente consideran que algunas de estas producciones no eran aptas para su edad pero prevalecía su valor como tiempo o relato compartido en el seno familiar:

"En casa los martes veíamos House, y los amigos del cole también lo hacían con sus padres... aunque no pillábamos mucho de qué iba". "(Años después) mi madre se enganchaba a las series que yo elegía... le tuve que poner la temporada que se había perdido de *El internado* por 'Series Yonki' en verano" (P13).

"Al principio mi abuelo me grababa en VHS *Aída* para poder verla a mediodía al día siguiente porque tenía que irme a dormir, pero luego sí recuerdo sentarme a ver con todos *La que se avecina*, y los jueves *Los Serrano*" (P29).

Las personas más jóvenes, a excepción de alguna serie procedimental estadounidense (*CSI*, *Mentes criminales*, o el propio drama médico *House*), rememoran casi exclusivamente producciones españolas en su etapa infantil y preadolescente, ya sea las series familiares que integran tramas protagonizadas por estos perfiles etarios o con una orientación más marcada hacia el público juvenil (desde *Los Serrano* o *Los Protegidos* a *Física* o *Química*, *El barco* o *El internado*).

Sin embargo, el formato con mayor poder de convocatoria familiar sigue siendo la **comedia de protagonismo coral** que relata la sociedad española desde el **humor dialéctico a través de estereotipos** que fuerzan el discurso de lo políticamente correcto (de *Aída* y *Aquí no hay quien viva* a *La que se avecina*). Este tipo de humor que muestra el sexismo, el racismo o el clasismo arraigados en la cultura española, está orientado a un público más adulto, del que también se ocupa, salvando las distancias que supone hacerlo desde el contexto estadounidense de referencia, *Los Simpsons*, en la franja del mediodía. El análisis de audiencias televisivas juveniles llevado a cabo en este estudio sitúa ambos títulos como referentes básicos para entender el gusto de las personas jóvenes en España por este tipo de humor al emanciparse como consumidores audiovisuales.

5.4.1.2. Las series de mi época: de la infancia a la adolescencia

Antes de llegar a ser consumidores con plena autonomía, cabe observar cuál es **su consumo en solitario (más o menos tutelado pero no en familia) en edades más tempranas**. Estas prácticas de consumo más individual y adaptado a sus propios intereses, se concentran en la **oferta de los canales temáticos** donde se ubican las series que estas juventudes consideran propias y exclusivas de su generación (no compartidas con sus progenitores).

Nos interesa destacar aquí que para las personas más jóvenes que participan en este estudio (rango entre 18 y 21 años) se observa un consumo **segregado por género**. Para ellas, la referencia es *Disney Channel*, donde se concentran las series ambientadas en institutos y universidades estadounidenses (*Zoey 1010*, *Jessie*, *Gossip Girls*, por ejemplo): un modelo **aspiracional** que con el tiempo consideran inverosímil ("en EEUU todos es muy perfecto, no como la realidad" P5). Si bien, lo que más destacan es el factor expresivo desde la **música** que añaden algunas de estas producciones: el atractivo de los bailes y las canciones radica en poder reproducirlos después con las amigas en el patio del colegio, previa adquisición del *merchandising* asociado (*Hannah Montana* o las series con continuidad *Patito Feo* o *Violetta*). En cambio, ellos no evocan el canal (*Clan*, *Boing...*) sino los títulos de las series de animación que consiguen fidelizarlos y proveer los imaginarios simbólicos del juego compartido entre iguales. Esto incluye, por un lado, el **humor** ágil que va de *Bob Esponja* a *Phineas y Ferb* o *Shin Chan*, y llega a algunas comedias juveniles como *Zack y Cody* o *iCarly*. Y por otro lado, denota el gusto por la **fantasía** con la inclusión de **elementos mágicos** ("¿quién no quería tener el bolsillo mágico de *Doraemon*?" P34), y sobre todo, la acción en entornos de ciencia-ficción donde los personajes tienen **poderes** o se exarceba la **competición deportiva** (de *Dragon Ball*, *Pokemon*, *Código Lyoko* a *Inazuma Eleven* y *Futbol Galactica*), muchos de ellos basados en cómics manga o videojuegos que amplían la experiencia de consumo más allá de la interacción social en la escuela. En esta línea, sólo la serie de animación *Las Winx* es evocada entre las mujeres de 18 a 21 años como parte de su juego simbólico infantil.

Esta segregación no es tan marcada entre **jóvenes adultos** (rango 22-26 años) en parte porque, tal y como apuntan, la llegada de *Disney Channel* "les pilló ya mayores" (P10) y mantuvieron **cierta continuidad entre los canales de referencia de la infancia y su consumo preadolescente**. En Cataluña, la oferta de *Clan* queda eclipsada por la autonómica del canal infantil *Súper 3* donde encuentran también la animación fantástica de *Doraemon*, la épica de *Dragon Ball* o transitan al anime con *Inuyasha* y *Detective Conan*. Y sí que son ellas, las que más evocan series que confirman su traspaso hacia la oferta de *Disney Channel* (a *Hannah Montana*, en este caso, añaden *Camp Rock* o *High School Musical*), además de narrativas con idéntico potencial para incentivar el juego entre iguales más allá del ámbito musical (como la amistad entre las chicas-sirenas de *H2O*).

Aunque quizá la diferencia más destacada entre un rango de edad y otro, es cómo inician la desconexión de la televisión lineal en la **adolescencia**. Mientras que para las personas jóvenes más mayores de nuestro estudio, esta época se recuerda como la de **abandono de los canales generalistas en busca de sitcoms y comedias estadounidenses más ácidas** en la oferta de canales temáticos como *Neox* (de

Friends a *The Big Band Theory*, pasando por *Dos hombres y medio*, *Cómo conocí a vuestra madre* o *Modern Family*), o "nos pasamos a *Series Yonkis* y el streaming porque tenías más control" (P14), para las más jóvenes, es el momento en que se conectan a internet (es decir, *YouTube* y redes sociales).

5.4.2. Hábitos de consumo en el ocaso de la televisión lineal

5.4.2.1. Un placer individual: mi tiempo, mi pantalla, mi elección

Al revisar los hábitos de consumo que actualmente mantienen estas personas jóvenes se evidencia de manera casi unánime cómo **ver series es una fuente de placer individual**, una actividad que se realiza, preferentemente, en solitario. Se justifica como necesidad de **economizar el poco tiempo de ocio** del que disponen, y el derecho a **elegir qué consumir** sin depender de nadie más. De este modo, y pese a que, sobre todo el colectivo más adulto, añora las rutinas familiares de consumo y el poder comentar las series tanto como esa vivencia vicaria de la infancia al creerse las historias y vivir la fantasía con los amigos en el cole, la inmensa mayoría declara ver las series en solitario. Por lo general, las series se ven por la noche desde el portátil o la *tablet*, en la propia habitación "estirados en la cama con los cascos" más incluso que desde el televisor, mientras que el móvil se reserva para los trayectos cortos que permiten "desconectar si tengo un rato" (P21) durante el día.

En familia, el consumo residual de la televisión lineal es el de las horas de comida, **especialmente en perfiles socioeconómicos y educativos bajos** donde observamos como las comedias españolas *La que se avecina* o *Los Serrano* se ven por enésima vez no sólo como rutina o por aburrimiento, sino también como mecanismo de protección ante la realidad informativa cuando sustituyen deliberadamente "las noticias que te amargan la comida" (P30). Este uso ritual no necesariamente se canaliza a través de la oferta lineal de los canales temáticos (*FDF*, concretamente) "aunque es la tele, y están ahí" (P41), porque gran parte de las personas jóvenes declaran haber dejado de ver la televisión y "sólo ver internet", lo que induce a pensar que consumen estos contenidos al margen de la oferta lineal. Y aunque al hablar de internet incluyen *YouTube*, *Twitch* y otras redes sociales, lo que resulta significativo aquí es confirmar el **cambio drástico en las prácticas de consumo** de las personas jóvenes en cuanto a las series de ficción. Tal y como observamos previamente al analizar las audiencias de la televisión lineal: todas las personas jóvenes que participan en el estudio, sin excepción, declaran ver **las series a través de las plataformas SVOD**, especialmente *Netflix* y *Amazon Prime Video*. En menor medida, se apunta tan sólo **HBO** y excepcionalmente mencionan **A3Player**.

5.4.2.2. Criterios de selección: motivaciones y usos

Los criterios de selección de las series a ver a través de estas plataformas SVOD, son múltiples y responden a cuestiones tan dispares como la duración de los capítulos o el número de temporadas en relación con el tiempo disponible para el visionado, la periodicidad de los estrenos de cada entrega unida a la voluntad de evitar spoilers, las recomendaciones de familiares y amistades, la necesidad de sentirse partícipe de la agenda temática social cuando se trata de contenidos viralizados como los fenómenos *Juego de Tronos*, *La casa de papel*, *El juego del calamar*, etc. Aquí nos detenemos en las motivaciones que esgrimen al describir los usos que hacen de las series, tal y como disponen hoy en día de ellas a través de las plataformas SVOD.

Por lo general, las personas entrevistadas **se perciben como consumidoras críticas y selectivas**, especialmente cuando se evalúan retrospectivamente en un ecosistema audiovisual donde no se sentían tan obligadas a elegir (oferta acotada). Aún así, se diferencian dos **motivaciones** vinculadas a usos distintos de estas producciones. Por un lado, **un consumo más consciente y dirigido a fines de aprendizaje** a partir de los temas o contenidos abordados y al **disfrute estético-narrativo** donde hay cierta exigencia de ser seducido por la historia o los personajes ("nada de chorradas, que me expliquen historias que me aporten algo", P12). Por otro lado, se detecta **un consumo irreflexivo orientado a evadirse de la realidad** desde el entretenimiento ("que no me haga pensar y que sea facilito" P19). Este consumo irreflexivo, que se asocia de manera más significativa a las prácticas de atracón o maratón de series (*binge watching*), se justifica como necesidad de ocupar el tiempo y rebaja las exigencias anteriores ("me da igual que sea una mierda o no me enganche, me la trago porque no hay nada mejor que hacer", P13). Aunque, también activa discursos de culpabilidad porque "pierdo mucho el tiempo viendo la tele, podría ser más productivo" (P40).

En realidad, este **uso selectivo motivado por necesidades formativas o de enriquecimiento cultural** se reconoce como continuación de lo que, en la adolescencia, se orientaba a las temáticas afectivo-sexuales propias de las *teen* series. Si bien, no se trata sólo de ir más allá de la educación formal en términos prácticos ("yo veo muy bien que ahora se explican más cosas, en *Sex Education* y tal... a mí, no saber más que lo de '*Medio*' [materia escolar] no me ayudó nada", P29). Aquí prevalece una observación de las situaciones de interacción social entre los personajes sobre las que se desarrollaban las tramas de relaciones desiguales:

"ves personajes mayores con cierto carisma, o que te gustan, como cuando salía Mario Casas [actor] con la chica esta en *El barco*, y que

tú puedes ponerte en el papel de cómo lo gestionarías tú [hablando de maltrato en relaciones tóxicas]" (P32)

En el marco de nuestro estudio, esta **búsqueda de experiencias vicarias** que permitan anticipar el abanico de posibilidades ante **conflictos relacionales** ya no se focaliza en el ámbito sexo-afectivo, sino a otras áreas vivenciales como **la cultura laboral**, a la que prestamos atención en los siguientes apartados.

Por último, destacamos aquí un **uso ritual** de lo que las personas jóvenes describen como **"series atemporales"**, esto es, aquellas que "envejecen bien" (P13) y pueden seguir viendo "de vez en cuando, aunque te sabes los capítulos de memoria... como compañía, de fondo" (P30). Aquí entrarían, tanto las **comedias estadounidenses** que hemos distinguido como imaginario compartido de las personas jóvenes adultas a través de canales temáticos (*Friends*, por ejemplo) como las series de animación (tipo *Los Simpsons*), y especialmente en niveles socioeconómicos y educativos más bajos, las **comedias españolas del período 2008-2015**. Cabe entender que, este uso ritual de las series de antes, responde a la necesidad de refugiarse en lo conocido, bien porque se busca la seguridad de lo previsible como forma de evasión de la realidad ("voy a los clásicos que ya he visto 100 veces y no me importa volver a cogerlo de vez en cuando, sobre todo cuando no quiero pensar" P22), o bien para evitar esos otros contenidos que se perciben más complejos, y requieren por tanto, un visionado más atento.

"No me gusta ver dos series a la vez. No puedo... Las mezclo. (...) Como mucho, veo una serie muy antigua que ya he visto 100 veces, en plan... *Aquí no hay quien viva*, y una nueva, y entonces cuando me canso de la nueva me pongo lo de siempre" (P29)

Se trata, por tanto, de una apuesta ganadora entre las personas jóvenes para desconectar de la presión del día a día. No sólo por la duración de los capítulos y el hecho de ser autoconclusivos, sino y sobre todo, porque al revisar estas narraciones televisivas las personas jóvenes se resitúan en una zona de confort y de reconocimiento (incluso de cierta comunión cuando las ven "entre amigos para pasar el rato" P35).

5.4.3. Conexiones emocionales con la ficción

En el transcurso de las diferentes conversaciones grupales del trabajo de campo se han podido recoger múltiples indicios de la conexión emocional que establecen las personas jóvenes con las series televisivas. Un primer aspecto significativo es

el hecho de que, justamente cuando se busca el confort de lo familiar y lo conocido a través de este visionado repetido de series como compañía de fondo, se trate, exclusivamente de **comedias**. Por un parte, porque las personas más jóvenes **no buscan este género en la nueva oferta de series** en plataformas SVOD y apenas se reconocen riendo a través del consumo de ficción. De hecho, tan sólo asocian el 'reírse a carcajadas' con ver películas de humor absurdo (*Jackass*, 2002, y secuelas, o la animación de *La fiesta de las salchichas*, 2016, serían dos de los ejemplos citados), o desde la distancia crítica con la deficiente realización de las películas de terror, o las situaciones más ridículas sufridas por algunos personajes en series como *Sex Education*. Por otra parte, porque ubican estos momentos de diversión, y los sentimientos de alegría que conllevan, en una época relativamente reciente, pero que no se corresponde con su contexto actual. Perciben un **pesimismo generalizado como sensibilidad predominante** arraigada fuertemente a la cultura de las series ("ahora no dan ganas de reírse... así, a carcajadas, y tampoco hay series así" P30).

Estas comedias, tanto si se trata de *Friends* (1994-2004) como de *Aquí no hay quien viva* (2003-2006) o *La que se avecina* (2007-...) se caracterizan, además, por un protagonismo coral (familias, grupos amigos o comunidades de vecinos) articulado en espacios de alta sociabilidad que reflejan una época en la que la comunicación interpersonal no está tan sujeta a la **mediatización tecnológica** como ahora. Este es uno de los aspectos sobre los que, como veremos a continuación, las personas jóvenes sí construyen una **mirada nostálgica al pasado** de sus padres ('se jugaba en la calle' P33) y delimitan los **lugares posibles de la alegría** de compartir la vida a la **presencia consciente** ("estando de verdad", P29).

Es importante aquí señalar que las personas de **nivel socioeconómico y educativo más bajo**, también apuntan a la **proximidad cultural** como factor discriminatorio entre las comedias españolas y las estadounidenses, y establecen una identificación basada en el "humor de España que fuera no se entiende... pero que somos nosotros" (P30). Por otra parte, estas personas **reducen la distancia crítica** frente a los "estereotipos súper radicales" (P26) que sí detectan las que participan en los grupos de nivel medio y alto como parte de una "crítica social" (P23). Y llegan, incluso, a reírse amargamente de sí mismas al identificarse con los personajes decadentes pero entrañables de alguna de las nuevas apuestas de la comedia española: "*Paquita Salas*... es distinta, como que **se acerca más a mi realidad**. Los personajes son como **anti-heroínas**" (P38).

Y si reír cuesta, llorar, en cambio, es fácil. Por el apego a los personajes "a los que coges cariño con el tiempo" (P32), pero ante todo, por empatía, cuando sus vivencias reverberan con las propias y sienten que pueden llevar las situaciones

que atraviesan estos personajes "a tu contexto personal" (P24). En esta misma línea, expresan sentimientos de **rabia** ante hechos que se construyen como **abusos o maltratos** ("me da impotencia que la gente pueda pasar por todo eso [maltrato de la protagonista de *La Asistentita*] " P8), especialmente si se consideran injusticias que van más allá de un personaje concreto, como la precariedad de la familia protagonista del drama estadounidense *Shameless* (2011) o la violencia estructural ejercida contra mujeres y colectivo LGTBIQ+ en *El cuento de la criada* (2017).

Sin embargo, **esta percepción de injusticia no activa un razonamiento en busca de causas socioestructurales**, y da lugar a dos líneas de reflexión contrapuestas. En los grupos de nivel socioeconómico más bajo, **la injusticia es entendida como maldad** ("que el ser humano puede ser tan malo con otros... es feo", P40). Mantienen esta justificación disposicional incluso cuando se muestran contrariados o entusiasmados por los dilemas éticos que plantean las series actuales a través de personajes que no son "simplemente buenos o malos, como Khaleesi [*Juego de Tronos*] o Gandía [*La casa de papel*] que da mucha rabia, pero al final hace algo bueno" (P33). Como contraposición, los jóvenes adultos de nivel más alto tienden a **evaluar comparativamente su estatus** social para posicionarse en la escala de desigualdad social. Sin embargo, al identificar sus privilegios a través de estas narrativas dramáticas de presentes reconocibles o futuros plausibles, perciben **la fragilidad de su posición**, lo que transforma la rabia proyectada hacia la injusticia que sufre el otro en **angustia** por uno mismo:

"piensas que, al fin y al cabo, tú no estás debajo de un puente, sino en tu habitación viendo la serie (...) aunque luego piensas que podrías verte en una situación precaria extrema como la de *Shameless*, así, de repente" (P13).

Esta mezcla de **rabia y angustia** emerge no sólo al **constatar su falta de agencia o control sobre un futuro** que se dibuja incierto e impredecible. También se detecta, de manera muy consistente **como reacción al tratamiento que las series contemporáneas hacen de la violencia sexual**. En el desarrollo del trabajo de campo, son diversas las voces, femeninas, que se alzan indignadas ante "escenas de violación que no aportan nada a la trama, y están ahí por poner contenido *gore*" (P3). Esta representación de las agresiones sexuales se considera innecesaria, del mismo modo que el tratamiento de la prostitución en series como *Sky Rojo* (2021) abre un debate ético entre las más jóvenes. Esta actitud contrasta con la mayor tolerancia a la incomodidad que dicen sentir al ver dramas que abordan delitos que aún se han de entender como tales (como la difusión no consentida de vídeos de contenido sexual, por ejemplo, en *Intimidad*, 2022).

Un malestar que sí se asume como necesario al percibir el valor educativo del relato que incomoda o sacude las consciencias.

Por último, al revisar las expresiones de miedo en los discursos de las personas jóvenes sobre las series, se percibe una desconexión emocional similar a la observada para la alegría. Del mismo modo que no es tan fácil reír, según declaran, **tampoco suelen sentir miedo**. Fuera del género estricto de terror, poco desarrollado en la ficción seriada española, el auge de *thrillers* psicológicos del ámbito criminológico no genera efectos de vulnerabilidad a menos que se considere factible la reincidencia en actos delictivos percibidos desde la proximidad (casos reales como los del programa no-ficción *Crimis* en *TV3*).

A las personas jóvenes que participan del proyecto, lo que más les **asusta** es el **contexto sociopolítico, económico y cultural al que se sienten sometidos** sin posibilidad de control o intervención. Una idea comúnmente recogida al referirse al relato de futuros distópicos que "dan para pensar... porque ya lo estamos viviendo" (P21). Aquí, la referencia unánime es *Black Mirror* (2011):

"es como una crítica social, tecnológica, porque se utilizan esas herramientas con las emociones, los celos, la avaricia y todo... Y luego todo ese materialismo, pero que ya está bastante más cerca" (P37). "Dan mucho miedo... porque es como que vamos ahí, y para mí la evolución sería todo lo contrario" (P38).

Es un **miedo prácticamente contemplativo ante el propio presente**, que sirve para evidenciar y consensuar la impotencia para actuar sobre su devenir, ya que sólo conciben la acción individual y que ésta es manifiestamente insuficiente: "*Black Mirror* reflexiona sobre cómo está el mundo....Me da miedo, sí. Porque no tengo poder para poder cambiarlo todo yo sola. Y siento ese miedo de cuando el mundo sea así" (P18). Sobre estas ideas se desarrollan las dinámicas del taller creativo que cierra el trabajo de campo.

5.5. INTERPRETACIÓN, APROPIACIÓN Y RESIGNIFICACIÓN DE LOS REFERENTES SIMBÓLICOS DE LAS SERIES

5.5.1. Personajes: de la observación de actitudes a la modelización

Al abordar la relación que las personas jóvenes establecen con los personajes de las series resulta significativo cuán fácilmente se llega a un consenso en las dinámicas grupales sobre cuáles son los **rasgos psicológicos que captan su atención**. En efecto, con independencia de la edad, el estatus social, la profesión o el estilo de vida, los personajes que despiertan interés entre las personas jóvenes son aquellos que se muestran **seguros de sí mismos**, son **inteligentes y resolutivos, y no se rinden ante las dificultades**. A partir de esta base común, los matices que introduce cada una de las agrupaciones del estudio en sus discursos nos permiten ver cómo la observación que hacen de estas y otras características de los personajes las conduce a modelizaciones ligeramente diversas que revelan acepciones diferentes de la subjetividad neoliberal subyacente.

En efecto, las características destacadas como comunes, que se corresponden a las de la subjetividad neoliberal cuando promueve un individuo autónomo, disciplinado y competente, flexible y resiliente, no incluyen otros aspectos clave como la competitividad o el emprendimiento, al menos de manera uniforme entre las diferentes agrupaciones del estudio. Así, por ejemplo, las **personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo más alto**, admiran el **"saber hacer" en el ámbito laboral**, por ejemplo, de personajes como Donna, la eficiente secretaria en el bufet de abogados de *Suits* o la astucia y templanza del propio protagonista, Harvey. Al observar cómo se desenvuelven estos personajes en sus roles profesionales, sobre todo las personas jóvenes adultas, reconocen aprender conscientemente ("tomo nota de estrategias que puedo replicar en situaciones parecidas en mi trabajo", P14). También valoran las iniciativas planificadas con precisión de personajes talentosos, capaces de resolver cualquier contingencia, porque no son rígidos ni se autolimitan, sino que son **"creativos" al afrontar los problemas**, como el cirujano con 'síndrome del sabio' en *The Good Doctor*, 'El Profesor' que orquesta el robo del siglo en *La casa de papel*, o Michael Scofield al tatuarse los planos de la prisión de la que quiere sacar a su hermano (*Prison Break*). A ello suman el **saber ganarse el respeto de los subordinados** a través de un **"liderazgo** muy participativo y muy poco impositivo", no conformándose y **perseverando para mejorar**, como hace el director del hospital *New Amsterdam* que "le da las vueltas que se necesiten para llegar al sitio mejor" (P12).

Esta actitud de **no rendirse** es observada como **"sacrificio necesario"** entre las personas jóvenes de **nivel socioeconómico y educativo medio** porque "las cosas no vienen solas y siempre hay que volver a levantarse, y esforzarse, como Marc Evans [portero de fútbol en *Inazuma Eleven* (2008, anime)]" (P20). Por tanto, en este caso, también **reivindican el esfuerzo**, imprescindible aún teniendo talento para conseguir lo que se proponen. Sin embargo, los discursos que marcan la diferencia entre las personas participantes de este nivel medio respecto al más alto son los que **tienden a priorizar la motivación** para "tirar para adelante". Este es el rasgo que más ambicionan para sí en una imagen metafórica de trayecto abierto a muchas posibilidades, en las que se requiere, **definir tu propio destino**:

"Es también tener dónde proyectarte o como... saber que te van pasando cosas y cómo las vas afrontando (...) Y decirte, no sé, pues yo también puedo acabar la carrera" (P24).

Al vincular estas reflexiones al plano laboral, emergen algunas ideas que no se hallan en el discurso de los otros grupos, como la **pasión por el trabajo** o el ser individuos **emprendedores** y resilientes, desde donde situarán la **confianza en las propias capacidades** como requisito básico para seguir avanzando.

"Siento envidia, sana, pero envidia de personajes [como *Emily in Paris*] que acaban haciendo de su trabajo su pasión... eso me motiva" (P22)

"Me gusta cuando ven posibilidades en cualquier sitio" (P17). "[Ragnar, en *Vikings*] es capaz de empezar de cero... tener confianza en sí mismo" (P27)

Por otro lado, en las dinámicas grupales del nivel medio, al hablar de liderazgo o de proyecto de vida, se activan **marcos interpretativos de evaluación moral de los personajes** que no emergen en el nivel alto, y sólo son compartidos, parcialmente, por las personas participantes del nivel bajo. Los personajes han de cumplir con los siguientes preceptos: **"autenticidad"**, entendida como actitud consistente con tu proyecto de vida, e **"integridad moral"**, entendida como asumir la responsabilidad del bienestar de los tuyos.

"(Ragnar) tiene un objetivo de vida muy claro, y enfocado al bien mayor...y va a tope con eso en su vida. Es tipo auténtico" (P26).

"¿De Tommy (*Peaky Blinders*)? Es su forma de ver la vida y de seguir adelante, luchando por los suyos y por él" (P23).

Este **noble propósito** de no actuar en su propio beneficio o interés que comparten de todos estos personajes, justifica los medios empleados para lograrlo. "(Clarke en Los 100) Se convierte en héroe cuando da el paso necesario para salvar a los suyos, y hace lo que hay que hacer, incluso matar" (P26). Al hacerlo guiado por la **lealtad a la familia** (o al grupo de amigos en ambientes mafiosos, o al pueblo en *Vikings*, entendido como "los tuyos" en términos de pequeña comunidad), toda acción queda justificada.

"El fracasado rollo Heisenberg en *Breaking Bad* no es que sea un ejemplo a seguir, pero en algunas cosas sí... lo dará todo, o sea, matará... lo que no haría nunca porque es un profesor pardillo de química de instituto que trabaja también por las tardes en una tienda de coches porque no llega a fin de mes... pero hará lo que sea para darle a su familia un futuro, y acaba como acaba, mal" (P21).

Este esquema de evaluación moral no es plenamente compartido por las **personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo más bajo** en nuestro estudio. Aquí, la **brecha** es de **género**. Ellos coinciden en admirar a estos mismos personajes por considerarlos racionales y de mente fría, con capacidad para superarse a sí mismos y crecerse en la adversidad, y seguros de sí mismos. Pero a diferencia de los grupos de niveles socioeconómicos y educativos más altos, se orientan hacia un **liderazgo** basado en "ganarse el respeto" (P33), ascender a través de tomar iniciativas (**emprendimiento**) y "luchar por ser los mejores, lo más chulos del barrio" (P30). Se activa, por tanto, un discurso favorable a otro rasgo de la subjetividad neoliberal, la **competitividad**.

"(son capaces de) controlar muchas cosas" (P35). "Sabes actuar en situaciones de no saber qué hacer... que hay gente que en las buenas está bien, pero en las malas no... otros se sabe superar" P34). ("En La casa de papel entran cinco chusmas dentro de un banco y salen siendo dioses" P30).

"siempre va a haber gente más potente que tú, o la esquivas o sabes cómo superarlo y ahí pues un ejemplo es Tommy Shelby cuando empieza, no es un mierdecilla ni un Dios, va subiendo escalones y superando gente más potente que él" (P35).

Por el contrario, **para ellas esta competitividad orientada a ejercer poder** sobre los demás es leída como **un fin egoísta**, y debe ponerse en cuestión, por tanto, la motivación para actuar de estos personajes determina la evaluación de sus principios morales:

"si es por la familia está bien (...) pero cuidado, porque puedes ser un líder y ser un hijo de puta o no tener buenos valores, no tener un buen corazón" (P32).

La familia es el enclave moral que limita o corrige la ambición individual y por eso, la base de cualquier posible justificación retrospectiva de la conducta de los personajes: "hay que ver su vida pasada o la manera de relacionarse con sus familiares" (P41). Y aquí, la **responsabilidad es femenina**: son ellas las que, desde el hogar, velan por el bienestar común conteniendo los riesgos de los personajes masculinos que más plenamente encarnan la subjetividad neoliberal del emprendedor competitivo.

5.5.2. Mundos posibles: evaluación de la realidad desde las alternativas

Cuando creemos los *mundos posibles* de la ficción, no abandonamos el familiar, sino que lo subjuntivizamos transformándolo en lo que habría podido ser y lo que podría ser... *El arte de lo posible es un arte peligroso*. Ha de cuidar la vida como la conocemos, y también alienarnos de ella suficientemente como para tentarnos con posibles alternativas que la trasciendan. *Es confort y al mismo tiempo reto*. (Bruner, 2002, p. 107)

El diseño etnográfico del trabajo de campo, a través de dinámicas grupales, está orientado a evidenciar cómo las personas jóvenes se apropian simbólicamente de las series de ficción desde imaginarios compartidos. Un concepto clave para analizar estos procesos interpretativos es el de *mundo posible*, como declinación del mundo real que le sirve como referente y a la vez trasciende. La apropiación simbólica de los mundos posibles de la ficción provee alternativas desde las que evaluar la realidad. Al analizar estos ejercicios discursivos, observamos no sólo cómo perciben su presente las personas jóvenes que participan en el proyecto, sino también cómo lo evalúan en relación con esos otros mundos posibles de las series más populares y aquellos recuperados desde sus imaginarios del pasado y el futuro. En este apartado sintetizamos los hallazgos más relevantes categorizados con acuerdo a esta variable temporal del contexto que emerge como determinante en los discursos analizados.

5.5.2.1. Pasados épicos desde donde aprender que "Vivimos en la mejor época"

En sentido totalmente contrario a la afirmación que recogíamos como *leit motiv*

de los discursos sobre las juventudes de la crisis financiera ("la primera generación que vivirá peor que sus padres"), quienes participan en nuestro estudio coinciden en **sentirse parte de una generación afortunada**. Este consenso generalizado se alcanza apoyándose en dos premisas: **el pasado fue peor, y el futuro será peor**. Lo que cierra el silogismo **"vivimos en la mejor época de todas"**.

No podemos identificar si se trata de una reacción a esa imagen de infortunio heredada de la crisis que marca la infancia y adolescencia de las personas jóvenes que participan en el proyecto. Sí que podemos observar, en cambio, de qué modo los imaginarios simbólicos de las series de ficción intervienen en la percepción de estos mundos posibles del pasado y el futuro que constituyen el eje comparativo de sus discursos.

Cuando el pasado se evoca a través de series ambientadas en lo que se describe como una "larga era medieval" (P12) o, en el transcurso de la modernidad hasta las primeras décadas del siglo XX, **el presente es preferible sobre todo por el avance en materia de derechos sociales**, y específicamente aquellos que reducen la discriminación por género y raza. Este discurso es transversal: se detecta invariablemente entre jóvenes y jóvenes adultos de los tres niveles socioeconómicos y educativos que configuran los grupos del trabajo de campo. A diferencia del sesgo de género observado en la selección de personajes, aquí la crítica al machismo o a la violencia contra las mujeres es más secundada.

"No me hubiese gustado vivir en la época de *Los Bridgerton* o *Las chicas del Cable*... no sé si por el machismo que había, que no podías dejar a la persona (marido) aunque te maltrate y encima te denunciaba él a ti... o porque, bueno, creo que a principios de siglo era muy difícil ser mujer" (P41, mujer 22-26 años)

"Tampoco estamos para tirar cohetes pero igual mejor que en el pasado..." (P39, hombre 22-26 años)

"Aún queda mucho por mejorar. Pero creo que estamos mejor ahora que en cualquier otra época del pasado" (P41, mujer 22-26 años).

Sobre esta premisa, los grupos de nivel socioeconómico y educativo medio, introducen la **visión épica del pasado**, desde la que **relativizan las dificultades del presente y enaltecen el esfuerzo de las generaciones precedentes**:

"A veces creo que vivimos una vida muy poco épica. Hace 300 años la gente se moría antes, pero cada día era un reto. Y ahora nosotros comemos lo que queremos y tal...Yo busco darle *epicidad* a mi vida, no estar aplanado en el sofá... Aunque está muy bien (risas)" (P26).

"Antes se exigía más... yo lo admiro, porque conseguían todo con su esfuerzo, sin todas las facilidades que tenemos" (P27). "Ahora nos ahogamos en un vaso de agua" (P24), "con preocupaciones que son tonterías en comparación con las que había antes" (P25).

En cambio, las personas jóvenes de **nivel más bajo** articulan la idea "nuestra época es la mejor" en un discurso más abiertamente político que los **sitúa biográficamente como descendientes de la clase obrera española**, donde destacan el deber moral de proteger a los más vulnerables o el aumento de la calidad de vida que asocian a no tener que trabajar como yo lo hacían sus padres o sus abuelos a su edad:

"...vivimos hasta los 80 o 90 años, estamos bien en verdad, hay pobreza, claro, pero no es tan extrema como antes. Incluso en España y todo... como cuando la gente pasaba días en la calle pidiendo y durmiendo, cubiertos de basura (...) En *Peaky Blinders* vemos que había niñas prostituidas, pero con 10 y 12 años... Para mí ahora es la mejor época para vivir" (P34) "Tú aquí no vas a tener un menor en la calle... van a estar mal pero no como en otros sitios o en otras épocas" (P29)

En este perfil, aunque sólo eventualmente, opera la variable espacial del contexto sociohistórico al que se remiten como única referencia, el de España. Aunque la apropiación salva la distancia cultural y les permite remitirse a un pasado más próximo, del que sienten que tienen fuentes fiables "porque es la época de mis abuelos, y de mis padres... no sabremos si lo que cuentan (las series, los libros) es al 100% cierto, pero ellos estuvieron y te crees lo que te dicen" (P30). Al compararse con la vida de sus padres sí que emergen ciertas condiciones desfavorables pero reconducen el consenso hacia **un cierto conformismo**, agradeciendo su suerte porque "todas las épocas tiene algo... a nosotros *nos ha tocado* el COVID pero mi abuelo vivió la Guerra Civil" (P36).

"Antes estaba todo más barato. No había este nivel de inflación. El sueldo era equitativo a lo que vale pero ahora... Mi padre con unas pocas pesetas iba a desayunar, almorzar y merendar, y ahora con cinco euros no te da ni para comer" (P34).

"Pero al final, si vives bien, que no te falta de nada, comes tres veces al día, tienes amigos y sales. Al final, eso es calidad de vida" (P30).

5.5.2.2. La ambivalente relación con la tecnología, eje de nostalgia intergeneracional

Esta mirada al pasado reciente que reconstruyen series ambientadas en los 80 y los 90 al estilo de *Stranger Things*, en la que confluyen los relatos nostálgicos de los progenitores, lleva a las juventudes españolas a **idealizar** un aspecto concreto, más allá del revival estético: **el tiempo de ocio y las relaciones sociales antes del móvil**. Añoran una infancia o adolescencia que sienten no haber podido vivir "capturados y atontados por la tecnología" (P11): "ir en bicicleta al parque o sentarte en un banco... Ahora es como que haces muchas cosas y no haces nada. Entonces es como que antes se vivía más en persona" (P8).

Para las personas jóvenes adultas de nivel socioeconómico y educativo más alto, desacelerar sus tiempos y reconducir la forma de relacionarse, pasa por evitar o restringir el uso del móvil y sobre todo, las redes sociales digitales (prácticas *detox*). Aunque también reconocen que "les ha salvado el confinamiento" (P10). En cambio, las de **nivel medio** muestran un discurso más ambivalente respecto a la tecnología, conectando sus ventajas y desventajas con la influencia tanto en las relaciones interpersonales como en el mundo laboral. Así, aunque reconocen las **facilidades que los avances tecnológicos** ofrecen respecto a las épocas más duras vividas por sus abuelos y abuelas, **añoran una época idealizada como más justa laboralmente** (exenta de la presión de disponibilidad permanente que asocian al móvil) y, sobre todo, **menos propensa a la confrontación y la desconfianza al establecer nuevas relaciones sociales**.

"Por cómo me lo explican ellos, sabes en verdad, en general todos los sueldos eran mejores, no había tantos impuestos... tampoco redes sociales que fueran relaciones tan tóxicas como ahora, estaba menos controlado... llamabas por teléfono a tu amigo y le decías mañana a las cinco y era todo como más vivo. (...) Ahora es como que vas de fiesta y todos son tus enemigos ¿sabes? En plan... yo creo que la gente te distorsiona, te intenta evitar..." (P23).

Y aunque relativizan la nostalgia como algo que pasa en todas las generaciones ("siempre se dice que el pasado fue mejor", P25), les gustaría **"vivir en la época en la que no todos estábamos tan pegados al móvil" (P26), algo quimérico para las personas jóvenes por la centralidad del trabajo en sus proyectos vitales: "te ves obligado [a tener móvil y estar disponible], si quieres tener un trabajo" (P24).**

5.5.2.3. El inexorable deterioro de la vida humana: no hay alternativa a las distopías

Todos los mundos posibles futuros que evocan desde la ficción audiovisual, seriada o no, así como todos los mundos posibles que imaginan en las dinámicas grupales, **abocan a la humanidad a su fin. Literalmente, no ven ni imaginan otra posibilidad.**

Las referencias citadas incluyen las sagas literarias y cinematográficas que sitúan en torno a 2015 (*Divergente, El corredor del laberinto, Los juegos del hambre...*) vistas como distopías en las que la juventud consigue cambiar "algo, y al final, parece que ya no va a ir tan mal" (P2). Esta narrativa, sin embargo, no la ven factible en su realidad actual. Se impone una **actitud resignada ante la firme convicción de que "para nosotros, no hay un mundo mejor"** (P2) como final o meta a lograr, lo que les lleva a justificar su **aparente calma** (sin muestras de pánico o ansiedad extrema) es que **"ya lo hemos asumido, lo hemos interiorizado..."** (P3).

Al desarrollar esta idea narrativamente se visualizan como sujetos que, aunque se sientan motivados para actuar, **carecen de apoyos** ("Somos una sola generación, y no cambiaremos nada si no contamos con las demás") y **rivalizan** con "los que sí *pueden* actuar pero no quieren hacerlo" (P18). En cuanto a las competencias, lo que genera más controversia es que **carecen del saber político necesario** para actuar de manera efectiva (desde la metáfora del poder oculto: "no sabemos que hay *detrás*" P17). Este extremo es el que los divide entre quienes quieren saber, pero para obtener ventaja personal (como los personajes con poderes que usan en beneficio propio en *The Boys*, P1) y quienes prefieren ignorar todo.

Entre las personas más jóvenes de *nivel medio*, estos discursos se vinculan a las **narrativas de supervivencia y lucha por el poder** (de *Juego de Tronos* a *Vikings*, el postapocalíptico *The Walking Dead*, o el "realismo adornado de las mafias" en *Peaky Blinders*), a aquellas que explican que "la dependencia tecnológica ya es real" (*Black Mirror*), o a tantos otros relatos de signo negativo que, inevitablemente, los llevan a constatar que no hay alternativas utópicas o ideales a las que remitirse en los imaginarios culturales de las series. Partiendo de este consenso, **prefieren historias realistas, "sin finales felices forzados"**, y aceptan como inevitable el convivir con esas inquietudes sobre las que no pueden intervenir. **Esta resignación también les previene del malestar** que generan esas otras "**injusticias** que siempre van a estar ahí como opresión **sistemática**, aunque el personaje resuelva su problema particular" (P17).

Entre sus **preocupaciones e inquietudes** se integran, por un lado, la **violencia** en diferentes problemáticas pero preferiblemente desde **marcos interpretativos disposicionales** donde se teme al individuo desviado ("que haya gente mala en

la calle, pederastas, racistas...”, P24) o a la gente como otro generalizado (“que se valide la violencia, la gordofobia, el machismo” P25) guiada por los medios de comunicación “que no se hable de las madres solteras, los problemas de drogas, la pobreza”, P18). Mientras que, por otro lado, señalan otras **problemáticas** que definen como **endémicas e irresolubles** (la falta de agua, la sobrepoblación, el cambio climático, etc.). Aplicado a sus propias vidas, esto se traduce en la **incapacidad de poder ejercer su ciudadanía** al sentirse sobrepasados por todo ese ‘saber oculto’ tras el ejercicio de la política. En los discursos de las personas de nivel socioeconómico medio-alto:

“Yo creo que es la única forma más realista de cambiar las cosas pequeñas, porque al final todo está como preestablecido, son cosas como que ya entras en política y ya entras en cosas que son muy *grandes* para un ciudadano de a pie” (P18)

En consecuencia, reafirman que **su mejor opción** sigue siendo la de **centrarse en sus proyectos personales** (estudios, trabajo, vivienda, viajar, etc.) de los que sí pueden hacerse responsables. Para las personas jóvenes de **nivel socioeconómico y educativo más bajo** que participan en el proyecto, lo que se activa es una **lógica de supervivencia** acorde a la percepción de sus posibilidades desde la metáfora espacial de la política como poder que conspira para controlar a la ciudadanía (“Somos nada comparado con los de *arriba*... (las series políticas, como los documentales) te dan para pensar un montón”, P33).

5.5.2.4. Un futuro negro, pero no inminente

Al evocar los imaginarios de futuro de las series herederas de estas sagas *coming of age*, como *Los 100* (ver epígrafe 5.3.4), las personas jóvenes adultas de nivel socioeconómico y educativo medio-alto, expresan sentimientos de angustia ante la factibilidad de poder vivir situaciones similares.

“(La contaminación nos llevará a alcanzar niveles de toxicidad que hagan inhabitable el planeta) Esto angustia un poco... pienso ¿viviré alguna vez esto?” (P11). “Yo con las distopías sí que proyecto más el futuro. Sobre todo con éstas de ‘*va a pasar ABCD*’. Sí que estoy así pensando: ¿cuándo pasará ABCD en mi vida? ¿Esto es A, ya?” (P13).

La percepción de riesgo inminente varía si se trata de cuestiones asociadas a la sostenibilidad del planeta, de los que no se sienten víctimas probables porque están “dentro del plazo” (P10) **o si derivan de los cambios tecnológicos:** “El cambio

climático, a nosotros, no nos pasará aún, pero la tecnología sí. Vamos para allí, directos" (P12). Esto sí asusta, en gran medida, porque **se siente partícipes de los cambios**. Por ejemplo, al observar que la **tecnología** aplicada a la comunicación y el entretenimiento **agrava**, más que induce, la **agresividad del comportamiento social**:

"Con los amigos pensábamos que igual es una idea de olla lo del *Juego del Calamar*, pero primero está todo lo del *Gran Hermano* y tal y ya está muy visto.... Y ¿qué será lo siguiente? Pues que la gente se mate. (...) No es tan loco, me asusta un poco esto de que se nos acaba la diversión y decimos ¿qué más?" (P24). "Y en la época de los romanos ya lo hicimos esto de ir al anfiteatro y que se mate la gente y que nos divierta mirarlo" (P26).

En cierto modo, la misma resignación ante el inexorable avance de un futuro inevitablemente peor, los lleva a discursivizar cierta **ilusión de control sobre el ritmo** al que se producen los cambios o, desde esta sospecha de *saber* oculto de quienes detentan el poder, a creer entender sus **intenciones** o estrategias conspirativas ("como en *Los Juegos del hambre*... 'quieren' separarnos por clases", P23). El **poder de las élites** se construyen metafóricamente como conocimiento privilegiado para sobrevivir, en un relato donde reverberan los imaginarios de ficciones catastrofistas donde el *arca de Noé* existe para unos pocos (o desde las referencias a documentales: "los bancos de semillas ocultos bajo tierra en Canadá" P37). Trasladado a su época, que perciben como un momento histórico de **crisis que se superponen**, señalan el conocimiento de 'quiénes' **las conocerían de ante mano**, y previsiblemente estarían guiando el devenir del resto:

"Es que eran cosas que veías súper lejanas, lo que hemos vivido los últimos años, el encierro, la guerra... es como que nos están preparando. Y ya no me sorprende nada. Nos volvemos más fríos" (P8).

Destacamos aquí, como cierre a este apartado, esta **impasibilidad ante**, ya no un futuro incierto, sino **un presente en crisis permanente**, como rasgo detectado entre las personas jóvenes participantes del proyecto. Una idea clave para la discusión de los resultados del proyecto que también emerge al revisar las estructuras narrativas de las series más relevantes para las personas jóvenes como exponemos a continuación.

5.6. DISCURSOS EMERGENTES ENTRE LAS PERSONAS JÓVENES A PARTIR DE LOS IMAGINARIOS COMPARTIDOS EN LAS SERIES DE FICCIÓN

5.6.1. Narrativas que dan sentido a la propia experiencia

Una de las ideas recurrentes que expresan las personas jóvenes en las dinámicas grupales al discutir qué es lo que les "engancha" de las series contemporáneas es ver que **los personajes evolucionan**. Esto quiere decir que disfrutan viendo como los personajes **maduran al aprender** de sus propias experiencias, pero también al comprobar que no son planos narrativamente, y desde una lectura fenomenológica, son capaces de "expandir la mente" (P21), ser **flexibles** y **estar atentos para adaptarse** a las circunstancias o a lo que les depare la vida. Esto es, en su imaginario, 'crecer'.

Al hablar de las trayectorias de estos personajes, rememoran pasajes y situaciones pero a menudo no recuerdan cómo acaba la historia o si llegaron a ver el final. **No están de acuerdo con la idea de felicidad como meta final** de las series porque inducen erróneamente a creer que "la felicidad es *no tener problemas* (...) cuando, en realidad, la felicidad es *aprender a gestionarlos, porque problemas vamos a tener siempre*, y si esperamos no tenerlos para ser felices, no lo lograremos nunca" (P8). Por eso **entienden que en las series el fracaso no sea nunca el final, aunque desearían hallar estas otras historias** (que no) "se acaban cuando el personaje consigue lo que quiere" (P12). Porque en sus vidas "no puedes ir con "el piloto automático (a tu meta) y ya" (P8).

Establecen así una analogía con sus propias vidas, entendidas también como un **viaje en el que hay que ir "cerrando pequeñas historias"** (P27) porque lo que cuenta es la experiencia, el proceso de aprendizaje mediante el que adquieren o refuerzan **competencias**. Competencias que siempre han de seguir "trabajando" (P18), en un visión de **movimiento sin fin** auspiciada por el lenguaje empresarial que aplican a su proyecto como individuo. "Hay que tener una visión más ampliada de dónde quieres llegar pero siendo consciente de las **herramientas que necesito**" (P22). Estas herramientas son esencialmente competencias psicológicas que dependen exclusivamente del propio individuo: "Sí, es eso, saber **gestionar las emociones** y saber superarte a ti mismo. Como decirte: 'esto antes me costaba, y ahora lo estoy consiguiendo'. Sí" (P28).

Esta actitud no es incompatible con tener **anhelos** como **motivación interna o plan personal**. Estos planes son más concretados por las personas jóvenes adultas (22-26 años) que por aquellas que sienten no haber completado aún su etapa formativa o no acumular suficientes experiencias, especialmente las entendidas como tentativas de situarse laboralmente. En cualquier caso, estos planes, dibujados como **quimeras** para unos individuos o **guía general de objetivos** para otros, **giran en torno al trabajo y el bienestar que les pueda permitir**: "estabilidad laboral" (P14), trabajo en condiciones "no ser esclavo del trabajo todo el día, sino tener tiempo libre para disfrutar de la montaña, correr, estar con la familia, apagar el móvil..." (P12). Comparten, por norma general, esta preferencia por "ir poniéndose retos y metas... a **plazos**" (P12). De este modo, valoran **el esfuerzo y la persistencia** en trabajar por lo que se desea, pero activan también discursos autocompasivos que les permiten vivir conforme a sus propios talentos: "no hay que poner el enfoque en los obstáculos... sí irlos trabajando pero sin obsesionarte con ellos y trabajar tus virtudes también" (P26).

Así, al evaluar su propia trayectoria vital **evitan las grandes metas** por cuanto no pueden asumir el control y son muchos los riesgos. No es viable "estar proyectándote tanto al final, (porque) estaré siempre haciendo cosas, disfrutando y creciendo constantemente" (P13). Para garantizar su bienestar personal, "mientras tanto", despliegan esta estrategia de búsqueda de la **satisfacción ante las pequeñas victorias** que les permite vivir el presente en paz consigo mismas. "Mejor vivir el día a día y disfrutar de lo que haces en cada momento" (P11). Este bienestar es el que atribuyen a personajes que, aunque atormentados por su devenir, se mantienen fieles a sí mismos.

"(el personaje) no llega a conseguir su propósito pero ya ese trayecto... lo ves feliz de hacer lo que le dicta el corazón, y te dices a ti mismo que incluso la felicidad no la da el resultado sino el camino acorde con lo que pienso" (P26).

Si la felicidad no es eterna y el porvenir escapa a su control, de lo que sí pueden **es ocuparse es de conseguir "ser su mejor versión"**. Aquí se detecta cierta resistencia a traducir este mandato en términos de rendimiento porque la exigencia máxima sostenida entraña el riesgo de la insatisfacción recurrente: "sentirte como un hámster siempre en una rueda de la que nunca sales y piensas *'mañana acabo, alcanzo un objetivo, pero luego empiezas otra cosa'*, y siempre estás insatisfecho e incompleto" (P24). Esto lleva a las personas jóvenes participantes de nuestro estudio a reconducir el preceptivo lema "ser tu mejor versión" a una **narrativa de superación y mejora constante**, para lo que es esencial "**conocerse a uno/a mismo/a**", ya que sólo así las personas pueden **quererse, respetarse, cuidarse** y sentirse satisfechas en su día a día.

"Más que ser feliz, que no es como entrar en el *Valhalla** (referencia de la mitología escandinava: fortaleza de arriba a los guerreros muertos de Odin; *Vikingos*), es algo que no es eterno. Es estar feliz un cierto tiempo y luego se va. Pero sí puedes estar bien contigo: ser más honesto, más directo, más sincero en esas pequeñas cosas que te van haciendo un poco mejor. Para mí, estar mejor tú mismo, con la conciencia tranquila, y no tanto como grandes metas... poco a poco". (P21)

Conocerse es una actividad reflexiva de introspección permanente que permite al individuo mantenerse fiel a sí mismo. Este es, justamente, un requisito de carácter moral que también observamos al analizar la relación con los personajes. En las narrativas de ficción seriada que comentan las juventudes participantes de este proyecto, los personajes han de evolucionar, pero manteniendo siempre su integridad, es decir, actuando de manera consistente con sus principios. Cualquier mínimo cambio de actitud en el personaje ha de ser justificado por la narrativa. Aunque disfruten de **personajes complejos sometidos a todo tipo de percances, inspiradores** de múltiples cuestiones que arranca en ese simulacro que es la ficción (*¿qué haría yo si...?*), el vínculo con las personas jóvenes al ver estas series se sostiene sobre la previsibilidad de lo familiar o lo conocido que permite anticipar los límites de su actuación. **Buscan historias que les sorprendan, pero personajes verosímiles en los que confiar** y para ello necesitan **entender qué los mueve y qué guía sus acciones.**

En estos mismos términos, las personas jóvenes que participan de este estudio reflexionan sobre cómo se sitúan frente al porvenir, tratando insistentemente no sólo de conocerse a sí mismas, sino también **delimitando de manera muy estricta cuál es su círculo de confianza.** Son mecanismos de protección frente a lo que describen como un **entorno hostil**, sobre todo, en redes sociales digitales, donde las opiniones fundamentadas en el régimen de la apariencia no son fiables ni deseables ("todo el mundo cree que puede opinar de todo, sin conocerte de verdad" P24).

"Amigos tuyos... hay que escucharlos porque de diez palabras que dicen nueve seguro que son súper ciertas" (P25). "Pero ni no eres de mi círculo, quizá tu consejo no lo tendré en cuenta" (P26.) "Para eso es importante también rodearte de gente que te quiera, que te aporte. Porque un consejo te lo puede dar cualquier, pero de alguien que quieres... sí vale" (P22).

En las series más comentadas en el transcurso del trabajo de campo, depende de con quién puedan contar o a quién puedan **confiar sus planes** que los personajes logren su objetivo (liberar a su hermano en *Prison Break*, escapar con su hija de

Gilead en *El cuento de la criada* o garantizar la supervivencia de 'los suyos' en *Vikingos* o *Los 100*, por ejemplo). Y de ahí que las personas jóvenes ensalcen la **lealtad a los suyos, a la familia**, como valor admirable de estos personajes.

La familia es un lugar común de refugio, clave en las narrativas postapocalípticas, pero también en los imaginarios de futuro de las juventudes españolas. En efecto, las personas jóvenes describen la familia como sinónimo de seguridad y compañía ("con quien compartes la vida y quieres estar pase lo que pase" P1; "Me hace pensar en lo que no quiero perder... En plan, ahora me levanto y estoy en casa y estoy feliz. Supongo que es una buena vida" P16). No sólo la valoran en el sentido de pertinencia desde su presente, sino como proyecto vital incuestionable.

"No sé cómo, ni con quién, ni cuándo pero sé que me gustaría tener hijos, formar una familia" (P24). "Encontrar a tu familia es saber dónde está tu núcleo de amor" (P26). "Tener un núcleo donde estás seguro, que conservas como el tuyo" (P28)

Tener descendencia es unánimemente entendido como una **responsabilidad** pero, a su vez, como una **fuentes segura de esos momentos de felicidad**. Aquí es significativo como se establecen dos **requisitos** previos a formar familia para las personas jóvenes: la **estabilidad económica** que les permita mantenerse por sí mismas (vivienda y gastos), y una **estabilidad mental** que asocian a "estar bien con uno mismo/a" o "tener salud mental". Ambas ideas emergen transversalmente entre las personas que participan de las dinámicas grupales pero con matices significativos según el nivel socioeconómico y educativo. En el **nivel medio y alto**, la estabilidad económica se condiciona a la proyección laboral que marca a los individuos en un contexto competitivo donde han interiorizado la necesidad de ser flexibles para poder progresar. Este **deber en el contexto trabajo-céntrico** que marca no sólo el estatus económico sino ese proyecto *aspiracional* del que sólo hablan como guía a largo plazo, es el que **posterga el querer formar familia** (de deseo prioritario pasa a ser visto como limitación o carga):

"Me encantan los niños, pero yo ahora mismo estoy estudiando, tengo un trabajo que es indefinido pero que yo sé que no es el trabajo definitivo y que necesito cambiar. Cambiar quizás implique un contrato de un par de meses y eso, a mí, no me permite ahora tener hijos, tampoco lo quiero ahora mismo" (P9).

En cambio, para las personas de **nivel más bajo**, el requisito de estabilidad económica parte de la concepción del trabajo como medio para lograr los recursos que han de procurar el sustento de los hijos y a ser posible, en mejores

condiciones que las propias ("Quiero que mis hijos lo tengan todo, que no tengan que preocuparse por muchas cosas" (P34); "Si puedo darles más de lo que me han dado a mí, mejor" P35). Para estas personas, **son las condiciones laborales las que van a limitar la calidad de la crianza**, conforme al recuerdo de su propia infancia, y a lo que aspiran es a poder mejorar el tiempo de atención de sus hijos e hijas.

"Requiere cabeza y dinero tener hijos. Si tú tienes un hijo vas a tener que trabajar, deslomarte y todo. Y tu hijo va a estar solo. Mejor con calma. Pero tenerlo". (P34)

"Y estar por él... A ver, que la atención de mis padres, por ejemplo... que sí me han cuidado, pero también han estado trabajando y a mí las que más me han cuidado son mis abuelas" (P35)

En común, queda esta reminiscencia a la épica de las narrativas que ensalzan la protección de la familia en sus amplias y diversas acepciones ("los suyos" en *Peaky Blinders*, "su pueblo" en *Vikingos* o "nosotros" en *Los 100*, por ejemplo). En un contexto hostil querer formar familia es una apuesta a contracorriente por los riesgos o las limitaciones que entraña. Sin embargo, prevalece aquí la creencia de que el futuro por venir, no empeorará de manera inminente, y sobre todo, confían en que si las generaciones precedentes salieron adelante, como los personajes de esos mundos posibles de las series, la suya también podrá hacerlo.

5.6.2. Encuentros y desencuentros en los discursos de las personas jóvenes en torno al bienestar, la cultura laboral y la ciudadanía

En este último apartado de resultados sintetizamos las ideas en torno a los tres ejes que articulan el proyecto –bienestar, cultura laboral y ciudadanía–. La revisión de las ideas recogidas en las sucesivas dinámicas grupales que han conformado el trabajo de campo etnográfico nos permite, en primer lugar, detectar cuáles son aquellas premisas comunes entre las personas jóvenes que participan del proyecto al abordar estos temas. Y, en segundo lugar, al analizar comparativamente la apropiación simbólica y la resignificación de los relatos de las series a través de sus discursos, podemos detectar en qué aspectos concretos emergen las diferencias más significativas entre estas personas jóvenes, sobre todo, en las variables de nivel socioeconómico y educativo definidas en este estudio.

5.6.2.1. Eje del bienestar:

“Como lo que hablábamos de las series, que al final importa menos el final y mucho más todo el recorrido de los personajes y lo que van evolucionando. Es lo mismo con la vida. Al final las pequeñas cosas son las que nos importan, porque siempre vas a tener muchísimas complicaciones. Las cosas no van a ir como quieres, pero siempre vas a tener una puesta de sol que disfrutar, un café con un amigo... que son cosas súper pequeñas pero que, *aunque todo esté fatal, si sabes disfrutar de eso, creo que puedes ser feliz igualmente*” (P22)

- *La felicidad transitoria*

Tal y como hemos desarrollado en epígrafes anteriores, **no importa el final, la felicidad hay que buscarla en las pequeñas cosas**, y para ser más precisos, **en los pequeños momentos**. Es efímera, transitoria... Para las personas jóvenes del estudio no es sensato pretender ser feliz siempre. El **presentismo pragmático** se acentúa entre las de nivel más bajo, reacias a hablar de felicidad asociada a futuro. Mientras que sobre esta idea compartida, las personas de nivel medio y alto, abogan por **fijarse objetivos realistas** que les permitan **adaptarse permanentemente a los cambios**. Las crisis vividas, inclusive la pandemia por Covid-19, han ayudado a fortalecer esta idea de **resiliencia imprescindible** para seguir viviendo:

“Tengo una situación en la que puedo *fluir* y permitirme no agobiarme por no saber si me voy a quedar en la calle.... Antes igual me agobiaba mucho más con pequeñas cosas y ahora cada vez más, es como *‘oye, la otra vez que pasó esto, a la semana siguiente te pasó lo otro’* ¿No? Luego llega el COVID, es decir, ¿qué cosa nueva me depara esta semana la vida?” (P13)

Saber reconocer esos momentos de felicidad en tu vida cotidiana es básico para poder disfrutarlos. Si bien, es en las personas jóvenes de **nivel medio y bajo**, donde detectamos discursos que apuntan a una **actividad reflexiva en busca de cierta satisfacción personal por los logros alcanzados como acicate para afrontar nuevas adversidades**. Es una estrategia que remite a la **necesidad de motivarse** a sí mismas reconociendo sus progresos en la adquisición de competencias y/o reforzando la confianza en sus capacidades.

“Si todo lo que he hecho y todo lo que me he propuesto lo he acabado cumpliendo, este bache no es el fin. Es como que me reafirmo” (P17)

Por otro lado, el discurso **"el dinero no da la felicidad, pero ayuda"** emerge significativamente entre las personas jóvenes de **nivel socioeconómico y educativo más bajo** ("Yo es que necesito mucho para ser feliz" P34; "Yo estoy en medio... de cosas pequeñas y el dinero, que no es pequeño y te hace feliz" P35). Este consenso se rearticula en el debate ético en torno a los medios para conseguirlo a partir de *La casa de papel*:

"Me puedo sentir orgullosa por tener dinero, pero si lo he conseguido robando, no ¿no?" (P36)

"Depende. Si tú robas dinero a gente que ha robado dinero, al final no lo ves tan mal. Pero si robas dinero a la gente que lo han conseguido sudando y todo eso... está feo" (...) "Al final, lo has conseguido, pero los métodos no son los mejores" (P34)

El mérito al trabajo atraviesa una discusión que, más allá de los medios, evalúa también los fines y **asocia dinero, poder y riesgos** ("Es peligroso. Hay que saber dónde invertir y ganar más dinero. Necesitas ayuda de un asesor financiero", P35).

- *El autocuidado: clave diferencial*

'Cuidarse a uno/a mismo/a' es una expresión recurrente en los discursos de las personas jóvenes de **nivel socioeconómico y educativo medio y alto** en nuestro estudio. El autocuidado es preceptivo para poder rendir al máximo "y proyectarlo hacia fuera" (P10). En algunos casos se apunta a un cierto "voluntarismo mágico" cuando el pesimismo cotidiano es visto como señal de malestar interno:

"Si llegas al trabajo mal, llegas a casa agotado, llegas al bar y lo único que sueltas es mierda (con perdón). Si tu vida está enfocada en lo negativo, algo está pasando y es una manera fácil de poner el foco ahí" (P12).

Ante cualquier sensación de malestar, la **estrategia confrontativa pasa por la introspección y el autoexamen de la propia conducta para detectar causas y evaluar posibles soluciones, siempre individuales**. En cambio, el **estar con otras personas o recurrir al ocio o al consumo (inclusive el de series) forma parte de las estrategias evasivas** que no consideran resolutivas a corto plazo pero están destinadas a "sentirse querido" (P8).

Entre las personas del nivel medio se acentúa la idea de autocuidado como un trabajo constante ("un objetivo que intento tener siempre presente, el estar bien conmigo mismo" P22). Esta **profesionalización del autocuidado** desde el lenguaje gerencial se evidencia al hablar, como hemos visto, de las herramientas que buscan

adquirir ("meditar antes de dormir o por la mañana... tienes un diálogo interno, tuyo, es muy productivo y a mí me funciona", P20). Y mientras que es común en ambos niveles prescribir la ayuda profesional de psicólogos, son las personas de nivel más alto las que recriminan la **falta de formación en educación emocional en la escuela**. Precisamente son las personas jóvenes de **nivel socioeconómico y educativo más bajo**, las que recrimina esta falta de formación al constatar que no tienen los recursos necesarios para conseguir estar bien consigo mismas.

"Es cierto que a lo largo del tiempo uno va aprendiendo porque cuando estás nervioso y eso te afecta, pues buscas algún modo de solucionarlo. Pero no tienes conocimiento" (P37). "No se saben cosas básicas... tú estás enfadada un día y no sabes por qué. Es porque estas triste y rascas un poco a ver... qué te hace sentir triste. Pero es que es un mundo súper-complejo y no tenemos ni idea. Vivimos como neardentales emocionales. Entonces las relaciones luego son un desastre" (P38).

Aquí también es muy significativo destacar que **apenas algunas de las personas más adultas en este nivel incorporan prácticas de autocuidado**. Los relatos giran en torno al **malestar** que reconocen a través de **manifestaciones violentas en sus relaciones sociales** ("sé que estoy mal, porque estoy mal con la gente a mi alrededor y me peleo más con la gente" P34). En estos casos, la **búsqueda de soluciones individuales para tratar de controlar o disminuir la rabia**, que es la **emoción predominante** que expresan discursivamente, pasa por ocultarse o separarse del entorno social. Si recurren a la compañía (no necesariamente de personas conocidas) es para evadirse, porque las consecuencias sociales de estas conductas violentas los llevan a vivir estas situaciones en **soledad**: "Mejor me voy. Porque me hierve la sangre, y no sé, es mejor estar apartado. No digo nada a nadie porque sino la liaríamos..." (P34).

5.6.2.2. Eje de la cultura laboral:

- *Reevaluando una sociedad trabajo-céntrica*

Se establece un consenso claro en todas las agrupaciones del estudio en torno a la cultura del esfuerzo: **aunque el esfuerzo sea condición necesaria pero no suficiente, hay que darlo todo e intentarlo siempre, una y otra vez**. Desde la metáfora de la vida como movimiento constante, las personas jóvenes sienten que no pueden pararse, y mucho menos esperar. Han de **ser proactivos** en la consecución de sus objetivos.

"En el sofá de tu casa, tampoco te vas a poner en tu lugar (...) Si te esfuerzas, más que la vida te pone en tu lugar, yo creo que *eres tú el que te pones en tu lugar*" (P8)

A partir de esta idea común, los discursos entre los diferentes niveles socioeconómicos y educativos se diversifican. Entre las **personas jóvenes adultas de nivel más alto**, donde la mayoría cuenta con experiencia laboral en el ámbito en el que se han formado (grados y posgrados universitarios) **se cuestiona la interiorización del mandato de alto rendimiento** sobre la que se apoya una cultura centrada en el trabajo porque "aspirar siempre al éxito máximo te lleva a no tolerar la frustración" (P12). Y consideran que esto se acentúa cuando construyes tu identidad desde tus logros laborales o la idea de que *'el trabajo te realiza'*:

"Cuando no te apasiona tu trabajo todo el rato, te frustras... te sientes mal y quieres cambiar o no sabes qué hacer con tu vida" (P13).

"Si los objetivos que nos ponemos son demasiado ambiciosos o no cedemos en nada, ahí es cuando empiezan los problema mentales: la ansiedad, el agobio..." (P11).

Por ello **se aboga por reconocer el bienestar en la mediocridad** como una estrategia autocompasiva: "sentirte realizado... no tiene porque ser el éxito, tal vez *tu lugar esté en un mediocridad positivamente entendida...* donde te sientes feliz y puedes vivir y disfrutar" (P13). Esta idea se refuerza al considerar que **el trabajo es transitorio**, y aunque idealmente se prefiera un trabajo vocacional, **no tendría que ser el eje que articula la propia vida, sino justamente al contrario**: lo ideal sería adaptar tu dedicación laboral a las diferentes etapas vitales. En este punto es donde las personas jóvenes de **nivel medio** tienden a sustituir la premisa del trabajo como fuente de realización personal (que perciben como 'no siempre posible') por la del **trabajo como medio** para conseguir la base material que te permite disfrutar de la vida.

"Entonces hay que distinguir muy bien que, si te gusta el trabajo está superbién (vas a estar muchísimas horas y mejor que te guste), pero el trabajo es un medio para poder vivir. Para salir del trabajo y poder disfrutar de mi vida, mi familia, mis amigos y de lo que ese dinero también me aporta" (P22).

De hecho, para las personas jóvenes adultas de nivel medio, con experiencia laboral, **las profesiones vocacionales** (y especialmente las vinculadas a tareas de cuidado o educación) **entrañan mayor riesgo en las dinámicas de conquista del tiempo de la vida por parte del trabajo**:

"Depende del trabajo. En algunos puedes marcar la separación, pero si ya es más vocacional, como que tiene otros riesgos". (P28) "Si eres psicólogo o profe, sí, has de tener cuidado" (P25).

Es este perfil el que articula un **discurso de resistencia a la "sociedad hiperproductiva"**, esgrimiendo que su tiempo no está en venta, cuando se trata de su bienestar personal:

"No me compensa a mí no tener vida, ganar mucho dinero... pero ¿de qué me sirve estar sufriendo (horarios, llamadas) para luego no disfrutarlo al 100%? Sí, sé que me voy a poder ir a las Maldivas, pero si voy a estar trabajando allí igualmente ¿para qué, sabes?" (P23).

Atribuyen esta situación a la pérdida de derechos laborales agravada por la **disponibilidad permanente que facilita la tecnología**: "ahora estás enfermo, de baja, y te miran raro si no trabajas desde casa" (P22); "te vas de vacaciones, vale, pero con el móvil" (P24). Aunque también reconocen, como las personas jóvenes de nivel más alto, que **han interiorizado la exigencia de productividad** hasta extremos patológicos incluso.

"Decir que no me cuesta mucho. Y sí que es verdad que también hay un punto que forma parte de mí, de querer hacer cosas, proyectos, de ayudar en todo (...) Pero, es que, al final, *desde siempre es como que te van condicionando a esto, a la productividad*. Tienes que responder. Y ahora tras el confinamiento entre las plataformas... es por todos lados, es una '*producción, producción producción*'" (P28).

Y en este caso, abogan por **poder elegir hasta dónde evolucionar profesionalmente**, como mecanismo de resistencia desde el mismo concepto de reinención o reenfoque de objetivos que ya aplican para tolerar la frustración.

- *Somos los otros: entre el rechazo y la aceptación del ideario neoliberal*

Separamos aquí las ideas localizadas en los discursos de **las personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo bajo** de nuestro estudio porque, al margen de la premisa sobre la cultura del esfuerzo inicialmente compartida, se desmarcan claramente de los demás niveles.

En primer lugar, porque expresan la **firme convicción de que el esfuerzo no garantiza nada. La desigualdad de oportunidades**, traducida en conceptos como '**suerte o destino**' que desdibujan la agencia política, o reorientada sobre las **cualidades innatas** del individuo cuando se trata de talentos, se acepta con resignación entre las personas más jóvenes.

"Hay personas que nacen con suerte en la vida y con poco esfuerzo o a lo mejor con esfuerzo conseguirán todo lo que se propongan y tendrán todo lo bueno. Y hay personas que nacen e intentan de todo y luego no tiene suerte en la vida. (...) Pero yo creo que no todo es ganas y pasión. No sé si tú naces en una familia con más dinero y tal, a lo mejor tienes más posibilidades de tener un buen trabajo". (P36)

La percepción de injusticia se extiende al hecho de **no reconocer el esfuerzo como mérito**, lo que les lleva a **cuestionar la educación como vía de ascenso social**:

"Tengo familiares que han estudiado, y después una carrera, y tiene un doctorado... y no están trabajando de lo que quieren ni nada ¿sabes? Y después hay el típico bigotón ahí que sube cualquier cosa por YouTube, sale famoso y cobra una pasta... Entonces, sí, eso es tener suerte, o sea, haber nacido con un talento como Messi." (P34)

Pese a ello, aceptan el consejo insistente de sus progenitores para esforzarse, y construyen un **discurso compensatorio** cuando no es suficiente, que pasa por observar el **beneficio obtenido en la experiencia (aprendizaje) o por confiar en la intrascendencia** de las equivocaciones cuando tienes toda la vida por delante:

"Yo creo también que si te esfuerzas, aunque no tengas lo que quieres, siempre algo queda. O sea que es algo bueno, le puedes sacar del tiempo que dedicamos a lo que sea..." (P29)

"Al final luchas, pones empeño y todo eso, pero si no te sale pues hay que ver que no es lo tuyo. Y a otra cosa" (P34).

Entre las personas jóvenes adultas se recrudece la **denuncia a los mensajes de la psicología positiva** "tipo *Puedes hacer lo que te propongas*: me parece súper destructivo y para nada realista" (P38). **Rechazan el discurso de la meritocracia** en un contexto de clara desigualdad donde el dinero y "la suerte de estar en el momento justo" (P40) son determinantes.

Cuando la evolución profesional queda supeditada a dinero ("¿cuánto cuesta la carrera? Porque yo no puedo ni pensarlo..." P39), se detectan dos actitudes contrapuestas. Por un lado, aquellas personas que **esbozan un plan para lograr estudiar lo que desean**. La meta aquí sería el trabajo entendido como vía de realización personal. Y el plan pasa por aceptar trabajos que, les gusten o no, son un medio para conseguirlo (pagarse estudios, por ejemplo). Aunque, si las circunstancias lo exigen, uno de estos trabajos probablemente será el final de su trayecto.

Este es un perfil, aspiracional pero predispuesto a la renuncia o el conformismo, que prevalece entre las mujeres más jóvenes de nuestro estudio, y en cierto modo, asimila a las de nivel más bajo con las de nivel medio. Frente a ellas, se observa una tendencia circunscrita al perfil joven-adulto masculino de nivel bajo, donde algunos individuos se reconocen **"deprimidos y estancados" o faltos de un plan motivador** que les lleve a retomar estudios o buscar trabajo:

"ser ambicioso te da metas en la vida" y evita que te sientas "perdido y que no sabes qué hacer y eso te da cierto vacío porque no te sientes realizado. Es como caminar en un laberinto sin final" (P37).

Sin embargo, por lo general, en este nivel socioeconómico y educativo prevalece la acepción de que **el trabajo es un medio de subsistencia y que difícilmente será vocacional**. Asumen el carácter transitorio del trabajo pero no como algo que responda a la voluntad de mejorar su situación sino porque **estarán 'obligados a moverse'**, esto es, a seguir esforzándose y aprendiendo. Aquí extienden **su malestar a la idea misma de resiliencia en tanto que capacidad innata del individuo que puede potenciarse**: resistir y levantarse después de cada caída no es fácil para este colectivo, más cuando entienden que no tienen alternativa ni perciben ayuda.

"Siempre hay que levantarse. Te puedes caer mil veces, pero si no te levantas te vas a quedar en el suelo. Al final tienes que abrir los ojos y ver que si no te levantas tú, nadie te va a levantar" (P39)

"Depende de cuánto uno es fuerte para aguantar y aguantar. La fuerza mental para pasar el momento. Porque no todos pueden levantarse" (P40).

La alternativa que pasa por la picaresca de uso y abuso del sistema del bienestar ("hay que saber cómo no trabajar, cómo pillarte el paro, y después otras ayudas" P42) queda reducida a discursos muy excepcionales que no son legitimados por la mayoría de participantes en las dinámicas grupales. Sin embargo sí se muestran de acuerdo en el ideal de "no trabajar mucho y ganar mucho dinero" (P42), cuando este discurso se conecta a la priorización del bienestar: "prefiero **estar cómodo en el trabajo** y no llevarme problemas a mi casa que cobrar mucho y tener la cabeza loca todo el día" (P39). Aquí, a diferencia del nivel medio, la renuncia material se asocia al remanente de la austeridad romantizada o la premisa 'el dinero no da la felicidad': "Sí, en el mundo en el cual vivimos **hay que trabajar**. Pero para mí **es más importante estar bien** en el trabajo **que tener**" (P40).

5.6.2.3. Eje de la ciudadanía:

Los discursos sobre este eje giran en torno al **modelo socioeconómico y político, el rol de la ciudadanía y sus posibilidades de intervención social**, o la evaluación del ejercicio de la política respecto a las **problemáticas medioambientales**. De entrada, es un dato significativo que se desarrollen de manera mucho más intensa y elaborada en las dinámicas de los grupos de **mayor edad y/o mayor nivel socioeconómico y educativo**.

- *La desigualdad social es endémica pero ¿necesaria?*

El punto de partida es común cuando se trata la **desigualdad social como un rasgo endémico e inevitable de las sociedades capitalistas** del que España no es más que otro exponente.

Se detectan, en cambio, discursos puntuales que cuestionan las **políticas de redistribución**, y llevan a polarizar la discusión entre las personas más jóvenes de nivel socioeconómico y educativo alto. Para las personas contrarias a la redistribución, la injusticia radica en la misma base de desigualdad de oportunidades entendida como una compensación de quién no se esfuerza o no vale, que les perjudica. El **agravio comparativo** se extiende desde el rendimiento escolar hasta el ámbito laboral: no tiene sentido no diferenciar candidatos a un trabajo según sus capacidades, como tampoco pretender conseguir un empleo por encima de tu formación o, lo que es peor, vivir igual que quienes trabajan sin contribuir a la economía del país. "Si no te la gana de trabajar, vas a pedir alimentos... pero no pidas vivir bien, que te den una casa y tal..." (P1).

La descripción del '**mal ciudadano**' aquí es la de aquella persona que **no trabaja porque no quiere hacerlo** o no quiere aceptar el trabajo que le corresponde, ya sea porque lo merece o 'porque es lo que hay': "Hay trabajo, claro. Si no trabajas, yo creo que... Es un poco por vagancia, porque siempre puedes trabajar de lo que sea" (P1). En esta línea argumentativa, **la pobreza** se justifica en primera instancia **como la consecuencia lógica de una administración inadecuada de los propios recursos o una deficiencia de la persona** (vicios o estrategias).

"Hay gente que merece ser pobre y pasarlo mal y no pasa nada por decirlo (...) si te lo gastas todo en drogas o lo que sea, no sé, te arruinan pues te j... podrías haberlo gestionado mejor, o habértelo pensado" (P1)

Este **discurso reaccionario frente a la percepción de posible pérdida de privilegios** ("porque ahora está desigualado todo, y no es como antes" P1), apela al marco de **desaparición de la clase media**. Aquí se ubican las personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo más alto de nuestro estudio:

"A ver... que no os conozco pero, creo que nosotros estamos en clase media ¿no? (Asentimiento del grupo). Pues es que vas tirando más y los de arriba están mucho más arriba, y los que están abajo pues están mucho más abajo y nosotros nos tenemos que decantar de un lado u otro. Hay que ganarse el llegar arriba o al menos, el mantenerse para no caer" (P1).

Aún así, no es un discurso ampliamente secundado en el grupo, excepto al cuestionar alternativas: "el comunismo total en el que todo el mundo tiene lo mismo tampoco es justo" (P3). Y sí es **contestado mayoritariamente desde un marco moral que contrapone las variables socioestructurales de discriminación en el acceso al trabajo** ("a las personas racializadas les cuesta más empezar" P4) **y defiende poder garantizar un trabajo digno**, sin abusos, y "un mínimo, que una persona tenga para vivir, para comer, para educación, una vivienda" (P6).

Donde parece haber cierto consenso es en la **obligatoriedad del trabajo. Únicamente en los niveles intermedios se objeta que la igualdad de oportunidades ha de prevalecer en términos de acceso a la educación, para luego permitir la distinción social (basada en lo laboral) según las capacidades y sobre todo, el esfuerzo de cada individuo (meritocracia).**

"No por pagar más tiene que ser más... yo eliminaría la universidad privada" (P22). "Pero cuando ya depende de ti, y no de tus padres que te lo paguen..." (P17) "Cuanto más esfuerzo y trabajo tengas, más oportunidades tienes que tener... No puede ser que una persona que se esfuerza menos que tú tenga las mismas oportunidades. Te lo tienes que ganar" (P18),

En cambio, **las personas jóvenes adultas de mayor nivel socioeconómico y educativo** son las que proponen políticas destinadas a evitar la desaparición de la clase media sin construir discursivamente esta confrontación interna (como **"políticas laborales de salario mínimo, condiciones laborales, regulación del coste de vida"** (P10) y "nivel de concienciación desde la **educación**" (P13), ayudas para reducir al menos "la pobreza extrema", P12).

Hay que tener en cuenta que **se trata del único grupo donde se da margen de confianza a la clase política**. Por ejemplo, como concededores de las necesidades futuras del mercado laboral ante los cambios tecnológicos: "muchos cambios (del sistema educativo hoy) responderán a la realidad laboral de dentro de 10 o 15 años", P12). Son también quienes tienden a equilibrar las evaluaciones positivas con las negativas para evitar generalizaciones: así, si se denuncia que la acción

política es insuficiente en materia medioambiental, rápidamente se contraponen los avances en materia de derechos sociales.

- *A propósito del cambio climático ¿qué política y qué políticos tenemos?*

El **cambio climático** es quizá, el tema que mejor ilustra las diferencias entre las personas jóvenes según su nivel socioeconómico y educativo, partiendo de la idea común de **inevitabilidad del desastre: ya es tarde y sólo podemos ralentizar el proceso de deterioro del planeta.**

En el **nivel más alto** se analiza en términos de una **dicotomía –crisis energética o crisis medioambiental– que el capitalismo ha resuelto sin dar mayor margen a la ciudadanía que el de asumir soluciones individuales** (“comprarse una casa en Noruega para poder pasar los agostos”, P12) **que, ironías al margen, lógicamente, se dirimirán conforme a la desigualdad social de base.** Lo que redundará en la demanda de una **actuación política eficiente no basada en restricciones sino en proveer alternativas.**

“Las soluciones han de ser políticas: no sólo prohibir, también garantizar que hay un transporte público eficiente. Sino, sigo yendo en moto porque son 20 minutos en vez de las 2 horas en metro y bus” (P9).

Entre las personas más jóvenes y de **nivel socioeconómico y educativo medio**, se cuestiona la excesiva carga depositada por los políticos sobre el ciudadano en las medidas de sostenibilidad frente a la **exención de responsabilidad de las empresas**, a las que consideran principales responsables de la degradación medioambiental. En este punto coinciden las personas jóvenes adultas de **nivel socioeconómico y educativo más bajo** cuando reprochan la injusta acción de los gobiernos frente a los intereses de la industria de la moda, por ejemplo:

“Exigen que quiten los plásticos. Yo estuve trabajando en una empresa de ropa y me decían que el plástico era importante que no lo viera nadie. Se quitaba en el almacén, para que no lo quite el cliente. Y allí, venga bolsas... por dentro y por fuera” (P36).

“Toda la industria de la moda rápida que te mete en la cabeza el ‘compro, compro y lo tiro’... Es una de las peores industrias a nivel contaminante. La peor, creo” (P38)

En este grupo, al ser conscientes del sesgo económico que subyace a la demanda de consumo sostenible para la ciudadanía, contrariamente al discurso de nivel alto, sí se reclama abiertamente, como solución más justa, **endurecer las medidas**

mediante prohibiciones (enfocadas a las consecuentes penalizaciones que han de aplicarse sobre las empresas).

"Es que no hay alternativas al plástico. Por ejemplo, los alimentos ecológicos y eso. A mí me encantaría, pero es que no puedo. Y luego qué... 'Me compro la avena ecológica y como que 'wow' ¿me siento mejor?" (P38)

Esta demanda de un **gobierno más restrictivo con el poder económico**, que descargue de responsabilidad a la ciudadanía en problemáticas sobre las que no puede actuar de manera efectiva por sí misma, se vincula a la visión de la **política actual como ineficiente** y sometida a las "elites": un "teatro" de **escenificación de lucha** de poder entre "la misma mierda, de diferente color" (P42).

Únicamente entre las personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo medio, y **exclusivamente para los perfiles manifiestamente más activistas** o movilizados, se plantea asumir cierto **liderazgo político**. Sin embargo la **desconfianza en el sistema** por un lado, y el miedo a asumir la responsabilidad social que conlleva, por otro, los lleva a desistir.

"Cada vez hay menos políticos buenos, porque no llegan o porque ven lo que hay y no les apetece, porque no hay forma de cambiar las cosas" P18;
"hay mucho chanchullo, muchas cosas sucias" (P22)

"Tienes la vida de la gente en tus manos. Al final, si gobiernas, nunca vas a poder contentar a todo el mundo y eso es mucha presión" (P17).

La alternativa pasa por la acción individual o en asociaciones locales: "Es más fácil que meterse en política, hacer pequeñas acciones. También ayudas" (P20). En esta línea, a diferencia de las personas más jóvenes de nivel socioeconómico y educativo alto que rehúyen toda acción política reivindicativa, entre las más mayores sí se proponen alternativas para una "sociedad más participativa en la que el cambio comienza desde abajo" (P9) y el gobierno rinda cuentas como lo haría una empresa "y si no cumple, a la calle" (P8). Las soluciones pasaría, por tanto, por **implicar a la ciudadanía** más allá de la queja estéril que ahora ven recluida en "la España de los memes" (P13) o "la del individualismo y el egoísmo" (P11):

"Somos una sociedad que nos quejamos mucho pero que igualmente hacemos poco. Tal y como están los alquileres, las condiciones de trabajo, el cambio climático, la violencia en la calle... yo no veo que un día salgamos todos" (P9).

La implicación ciudadana que desean conecta con una **cierta nostalgia del activismo de tiempo atrás** (que algunos creen que ahora "está en las instituciones" P13) o la movilización que sí aprecian **en otros países**, que supone asumir una **actitud proactiva como individuos**:

"Somos la primera generación en que la revolución la hace el gobierno... que es bueno, pero podemos perder este anhelo de 'se tiene que hacer las cosas como yo digo y me tengo que hacer cargo YO de que pase' para no caer en lo de 'es que los políticos no hacen nada'" (P12).

- *Aprendizaje del confinamiento: prepárate y fluye*

La actitud prevalente entre las personas jóvenes en materia de medioambiente o desigualdad social, como temas más inquietantes, es de **resignación generalizada**, y responde a la percepción mayoritaria de que son desastres inevitables para los que hay poco margen de solución. Tanto si creen que les afectarán o no, a medio o largo plazo, tratan de reducir la angustia desde estrategias propias del marco interpretativo y de actuación propio del sujeto-emprendedor del neoliberalismo.

En este sentido, el confinamiento por la pandemia de Covid-19 ha supuesto para las personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo medio y alto una **oportunidad de aprendizaje** para la gestión del propio sujeto ante la adversidad o la incertidumbre. Aunque inicialmente la situación sobrevenida haya podido cuestionar su autonomía, al autoevaluarse retrospectivamente, consideran que ha acabado validando los principios de resiliencia y adaptabilidad.

"Ha sido una dosis de realidad potente el ver que no todo depende de lo que hagas tú" (P12) "Hay que ir redireccionando y saber que en cualquier momento puede pasar algo que te cambiará los planes, pero que mientras vayas en una dirección, no se te acaba el mundo" (P13)

Esta reorientación ha llevado a algunas personas jóvenes a acotar o seccionar sus proyectos en **metas más asequibles**, para reducir la angustia. Estas medidas refuerzan la necesidad de centrarse en el presente, el de los momentos de felicidad del día a día, y no en un futuro que escapa a lo previsible e imaginable.

*"Antes había más ganas de hacer cosas, y después de toda esta etapa rara..." (P23) "pues meterte metas muy difíciles y que sabes que te costarán más... pues no, mejor buscas cosas más cerca, metas a corto plazo" (P24) "metas súper cortas que no están tan alejadas" (P25). "Y así, si viene una *putada de estas* digo 'pero lo he gozado, ahora que puedo'" (P24)*

Este disfrute del día a día, se ha intensificado gracias a las **técnicas de autogestión psicológica del bienestar**, especialmente para las personas jóvenes que se perciben más sujetas a las exigencias de máximo rendimiento. Aunque **la pandemia ha sido un tiempo *productivo***, según señalan, **para empezar a cuestionarse el desequilibrio que supone la centralidad del trabajo en sus vidas.**

"Valoro más las relaciones con las personas (P22) "y relajarme, que antes no podía y ahora pues estoy en mi casa y no pasa nada, porque tengo mis herramientas para disfrutar el momento y sacarle provecho como para conmigo misma. Antes era más como *hacer-hacer-hacer* y no pararme a pensar" (P22-P27)

La excepción la conforma el **perfil socioeconómico y educativo más bajo**, donde sí ha prevalecido la **sensación de angustia intensa** ante lo desconocido por venir. En este nivel no se articulan discursos similares a los de los demás grupos.

6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo con el análisis de la evolución del consumo televisivo de las series en España (2008-2020), y específicamente la investigación de las audiencias en edades comprendidas entre los 10 y los 24 años (2014-2022), podemos concluir que **la implantación de las plataformas SVOD ha marcado el fin de un ciclo, el del consumo de ficción seriada en la televisión lineal**. Esto es especialmente significativo si lo contrastamos con los resultados obtenidos en la fase de análisis de recepción del proyecto, que corroboran cómo actualmente las personas jóvenes en España prácticamente sólo consumen series a través de plataformas SVOD. El análisis de los perfiles de audiencia de las cadenas generalistas y del *ranking* parametrizado de las 100 emisiones de ficción más vistas confirma el progresivo envejecimiento de la audiencia televisiva y permite ver de qué modo se ha reducido y concentrado el poder de convocatoria del televisor, especialmente, para la ficción seriada de producción española desde 2015. Pese a la alteración de consumo televisivo derivada del confinamiento por la pandemia por Covid-19, el consumo juvenil de las series de ficción en la televisión convencional durante el último período observado (2015- julio de 2022) decae hasta registros mínimos (máximos del 2% o 3% de audiencia media juvenil española) y se concentra en escasos títulos asociados al consumo ritual en familia de la etapa que coincide con la infancia y adolescencia de las personas jóvenes participantes en el proyecto.

Los hábitos de consumo de ficción seriada de las juventudes españolas hoy en día apuntan a **prácticas individualizadas en diversas pantallas** y en horario nocturno o periodos festivos, con **preferencia por contenidos muy diferentes** a los que conforman sus recuerdos **de infancia y adolescencia**. Así, vemos como las series juveniles estadounidenses son reevaluadas como modelos aspiracionales inverosímiles, mientras que aquellas cuyo atractivo radicaba en la cohesión del grupo mediante música y baile (para ellas) o competición y súper poderes (para ellos), forman parte de esa 'memoria generacional' que pertenece a una 'etapa cerrada'. En cambio, a excepción de alguna sitcom considerada "atemporal" (como *Friends*) sí conservan como **remanente** de su consumo actual algunas de las **series familiares** que desde el salón de casa formaban parte del tiempo compartido. Y son, preferentemente, producciones **españolas** que les proveen un **espacio de confort al revisarlas**. Se detecta, por tanto, un uso **ritualista sobre todo de comedias** como *La que se avecina*, que se vuelven a ver repetidamente, buscando compañía o una fuente de reconocimiento y de refugio en lo previsible y conocido.

Se trata de una práctica significativa precisamente porque las **preferencias** en cuanto a género de las series de las personas jóvenes con el paso de los años se han reorientado hacia el **drama**, hibridado con: 1) la **acción en entornos delictivos o en pasados remotos con un alto componente mitológico o fantástico**, donde se construye un relato épico de lucha contra las adversidades; 2) el suspense que va **de la intriga criminal a la exploración de los límites del terror**, donde afloran mundos postapocalípticos; y 3) un **humor sarcástico e irónico que deconstruye los relatos transicionales** ("*in between*") de las series juveniles y, aunque no en exclusiva, presenta una marcada tendencia a la **retrotopía**.

Como ha sido subrayado en el apartado de exposición de resultados, **las personas jóvenes no buscan, aunque tampoco dicen hallar, nuevas comedias con las que reírse**. Esto anclaría la alegría fuera de su contexto más inmediato y los abocaría a **revolver en sus imaginarios de infancia y adolescencia, para hallar lugares de seguridad y distensión en los que evadirse del pesimismo generalizado que perciben como dominante en su entorno social y cultural**. Aunque estas prácticas también apuntalan las bases de la mirada nostálgica y hasta cierto punto idealizada del pasado, consideramos que se producen en el contexto de un uso ritualista motivado por la necesidad de entretenimiento evasivo, a diferencia del que prevalece en las consideradas series "más complejas" o que requieren un consumo más atento y reflexivo en su primer visionado.

Este último **consumo reflexivo** es el que se produciría respecto a los dramas que inducen la **visión épica del pasado** a través de la narrativa de lucha contra las adversidades o construcción de proyectos desde la nada, entre las **personas de nivel socioeconómico y educativo medio-alto**. En estos perfiles, desde una lógica de autoevaluación permanente mucho más intensificada, la superación constante de retos les permite compararse y **reforzar su motivación para superarse a sí mismos**. Este es un rasgo clave de las personas jóvenes de nivel medio/alto, por cuanto conecta con el imaginario de sujeto emprendedor y resiliente desde el que construyen **su proyecto vital de "necesario ascenso"** dada la fragilidad de su posición (recordemos ubicada *discursivamente* en esa clase media que, conforme al discurso hegemónico, tiende a desaparecer). A su vez, coinciden con **los rasgos que destacan de los personajes**: más allá de la base compartida entre las diferentes agrupaciones de personas jóvenes del proyecto (seguridad y confianza en uno mismo, inteligencia, flexibilidad y capacidad resolutive, resiliencia), hablaríamos de la **autenticidad** y la **autonomía**. Estas dos características son las que permiten al individuo saber qué quiere y actuar en consecuencia a ese anhelo. Las personas jóvenes centran su foco en la motivación, que es, por tanto, requisito previo a cualquier esfuerzo. Y se conecta así con el **"voluntarismo"** o la idea de que "cada uno tiene dentro en su interior los medios para conseguir lo que quiere" que, tal

y como apunta Espluga (2021:62), Michela Marzano describía en los 80 como el tercer rasgo del trabajador ideal del nuevo espíritu del capitalismo.

En cambio, para **el perfil socioeconómico y educativo bajo**, se producen dinámicas de **descuento cultural** que permiten apropiarse de estas narrativas épicas desde la asimilación al relato que en sus hogares **valida la memoria familiar y los sitúa biográficamente como clase obrera**. El vínculo que establecen con las series españolas, donde sienten que se habla 'desde el nosotros y para nosotros' (Buonanno, 1999), dificulta toda distancia crítica. Ni tan siquiera sobre las comedias más ácidas que transgreden lo políticamente correcto sin ocultar una crítica sociopolítica de la España coetánea. En estos casos aplican el principio **conformista** de que toda época tiene sus pros y contras según **lo que el destino nos depara**. En este nivel cabe recordar la contraposición sesgada por género que se produce justamente asociada al consumo preferente de series de producción española. Por un lado, el **enaltecimiento de la competitividad extrema** propugnada por los hombres, y por otro, la **reconducción moral en el seno del hogar y la familia** de la que se responsabilizan las mujeres.

Esta dicotomía conecta con los imaginarios simbólicos de las series de producción española del período 2008-2015 que constituyen los antecedentes de esta investigación en las que los personajes femeninos tienden a encarnar los valores de austeridad como correctivo moral a los excesos que provocaron la crisis financiera y actúan como contrapeso a la ambición de los personajes masculinos que construyen sobre esos otros valores de la subjetividad neoliberal (Gómez-Puertas y Besalú, 2022; Gómez-Puertas et al., 2019). Y por otra parte, como hemos señalado en la discusión moral en torno a los medios a los que se puede recurrir para lograr 'ser rico' a partir de la propuesta de La casa de papel, entre las personas de este perfil socioeconómico y educativo bajo, **la violencia no se justifica cuando la mueve el ansia de poder o de acumulación de bienes**. Tal y como recuerda Ahmed (2010:26) al referirse a los preceptos del capitalismo de Adam Smith, la feliz desigualdad permite a la clase más baja disfrutar de lo esencial sólo si es "frugal y laborioso".

A propósito de los **sesgos de género en la relación con los personajes**, hemos de evidenciar aquí la prevalencia de personajes masculinos evocados como referentes por parte de las personas jóvenes que participan en el proyecto. Aunque se trata de personajes y series que forman parte del imaginario compartido independientemente de la condición de género de la persona, y como hemos visto, de su nivel socioeconómico y educativo de referencia, y aún teniendo en cuenta que las variaciones detectadas corresponden a las prácticas de apropiación y resignificación mediante las cuales evalúan las actitudes de estos personajes

sobre todo en el plano moral, consideramos significativa la invisibilización de personajes femeninos.

Cabe tener en cuenta que este predominio de personajes masculinos deriva parcialmente de las limitaciones propias de las técnicas de recogida de datos. Al haber optado por una configuración mixta de los grupos de discusión, las dinámicas de poder entre las personas participantes podrían haber silenciado las voces femeninas y con ello, la mención de más personajes femeninos. Tras revisar el procedimiento y los datos recogidos, consideramos que la menor prevalencia de personajes femeninos al evocar referentes, podría responder a otros aspectos que apuntamos aquí como hipótesis explicativas. En primer lugar, el predominio masculino en roles narrativos protagonistas activos que relega a los personajes femeninos a tramas o roles secundarios (como la secretaria que ayuda al abogado en *Suits*). Y en segundo lugar, la resistencia en el seno de las dinámicas grupales a asumir el perfil de mujeres empoderadas en roles protagónicos de las series de ficción como referentes compartidos independientemente del género de los participantes. Esto último se detecta al no dar continuidad a las aportaciones realizadas por las participantes que tratan de reconocer las mismas actitudes que se están discutiendo en torno a los personajes masculinos en Clarke (*Los 100*) June (*El Cuento de la Criada*) o Kaleeshi (*Juego de Tronos*). Las cuestiones de género se restringen, por tanto, a quienes se identifican con el género femenino.

Respecto a las **emociones** que evocan las personas jóvenes al revisar su perfil como consumidores de series de ficción destacamos aquí como **prevalentes la tristeza y la angustia**, cuando establecen un vínculo con los personajes, por un lado, y cierta tendencia a **sentimientos de rabia frente a las adversidades** que deben superar, por otro. Entre estos retos o dificultades se situarían también los conflictos que muestran una violencia extrema. Y aquí se sitúa el rechazo a la representación excesiva de escenas violentas, desde un discurso crítico con la producción que atañe sobre todo a la innecesaria mostración explícita de las agresiones sexuales. De acuerdo con las hipótesis exploratorias de nuestro trabajo **esta implicación emocional no se conecta a la racionalización de las causas socioestructurales**, y de nuevo, en el nivel bajo se atribuye la injusticia a la maldad del ser humano, mientras que en el nivel medio se traslada el simulacro a la evaluación de probabilidades de sufrir una situación similar, transformando la rabia en angustia (efecto de victimización). Por último destacamos aquí, siempre desde la precaución de estar evaluando la percepción de sí mismas, que **las personas jóvenes apenas sienten miedo** al ver series de ficción. Y aunque tampoco declaran buscar el terror como género preferente, sí **expresan miedo proyectado hacia futuros posibles que se prevén factibles a corto plazo**.

Como hemos señalado, se trata de un miedo **contemplativo más que paralizante** por cuanto no induce a la movilización pero tampoco al pánico, sino a una resignada espera ante lo inevitable. Esta reacción conecta con la actitud de **impasibilidad** que se recoge en los discursos en torno a sus propios futuros o incluso, a sus experiencias reciente durante la pandemia por Covid-19.

Aquí, sin embargo, es significativo el modo en que se apropian de las **narrativas distópicas**, desde las sagas cinematográficas basadas en la literatura *coming of age* a las series que se inspiran en ellas, como principales referentes de sus imaginarios de futuro. Bajo el paraguas común de la impassibilidad ante un presente en el que las crisis sobrevenidas se suceden en un continuo sin fin previsible, **las personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo alto** construyen una narrativa en la que se sitúan como **sujetos de acción o protagonistas del cambio**. Pese a ello lo que construyen es **la historia de un fracaso probable** al no contar con el apoyo social necesario (corresponsabilización de las generaciones precedentes) ni el saber político que sí detentan quienes se sitúan como sus rivales: las élites económicas cuyo ejercicio de poder les es ocultado. Este relato vendría a dibujar dos posibles líneas de desarrollo. La primera entronca con los rasgos diferenciales de los personajes destacados por las personas jóvenes de este nivel alto ("saber hacer", pero sobre todo, **"liderazgo participativo, poco impositivo"**), y **aboga por la movilización social que reconduzca el ejercicio político del gobierno**, concretado sobre todo en propuestas para reducir la desigualdad social. La segunda, supone **la renuncia a la acción colectiva y se reconduce a la búsqueda de soluciones individuales**, más próxima al cinismo con el que aceptan la presión ejercida sobre el ciudadano para responsabilizarlo de las **medidas de sostenibilidad medioambiental** (y con ello, culparlo de las causas de una catástrofe ya inevitable). La actitud adoptada frente a la desigualdad social es proactiva e incluso puede decirse que va más allá de las posibilidades de prevención individual que suelen proponer ante el avance de la tecnología. En cambio, para la otra gran inquietud de las personas jóvenes, la crisis medioambiental, adoptan una lógica futurista de quienes no van a heredar el problema porque no es inminente (emulando lo que infieren como argumento de las generaciones precedentes).

Sobre este punto, **las personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo medio no construyen propuestas de acción colectiva ni promueven soluciones políticas**. Por el contrario, **se repliegan a sus proyectos personales** como estrategia lógica de supervivencia en un contexto del que no se siente agentes. Conectan así con los discursos de resiliencia (Oliva et al., 2022) que les empujan a **convivir con las adversidades** "porque problemas van a tener siempre" y articulan una idea de felicidad no finalista.

Lo que les lleva a "trabajar" en la minimización de la angustia anticipatoria por lo que no pueden controlar, a través de los recursos adquiridos para la gestión de sus emociones desde la cultura del autocuidado. En contraposición a esta perspectiva, **las personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo bajo apenas se plantean cómo sobrevivir**. Conscientes de su posición desigual, se debaten entre la quimera de los bienes materiales y un marco moral que les impide aceptar sin reticencia el modelo de trabajador ideal del neoliberalismo.

Aquí se distinguen **tres perfiles**. Por un lado, quienes rechazan **frontalmente los valores de autenticidad, autonomía y sobre todo, voluntarismo**, que resuenan en la **cultura terapéutica** propia de la industria de la felicidad (Illouz y Cabana, 2019), **critican la meritocracia** que no contempla el esfuerzo de acuerdo con las condiciones de desigualdad, y **sitúan el origen de su desventaja en un sistema educativo** que no les provee las competencias y los recursos con los que se está librando la lucha por ascender/mantenerse socialmente (ergo, laboralmente). Por otro lado, quienes adoptan y **adaptan la lógica del sujeto neoliberal** al marco moral que les permite combinar la idea de trabajo como medio para subsistir y para lograr un fin mayor por sí mismas, esto es, el trabajo que sí podría hacerlas sentir realizadas. Al contemplarlo como una meta difícilmente alcanzable activan preventivamente discursos conformistas (tipo: 'no todos podemos ser ricos', o 'quizá encuentre otras fuentes de felicidad' no promisorias). En tercer lugar, se perfila un **individuo joven deprimido, estancado frente al abismo (desde el marco metafórico de vida como movimiento sin fin), porque no visualiza su proyecto vital** (no sabe qué quiere, o no se cree capaz de conseguirlo). Son esos *zombies* o *muertos vivientes* a los que Bauman (2013) denominaba residuos humanos. **El malestar** entre los dos extremos se manifiesta como explosiones de **rabia** en el contexto de sus **relaciones sociales**, lo que recrudece el conflicto, especialmente para este tercer perfil que vive en **soledad su malestar**, al prescindir de la red de apoyo familiar o amical más inmediata para evitar problemas.

Por último, cabe destacar que las personas jóvenes que participan en el proyecto, comparten el deseo de **formar familia**, aunque asumen esta responsabilidad desde parámetros diferentes. La preocupación por el bienestar de los hijos e hijas va más allá de lo material y la **estabilidad económica como requisito previo**, y se extiende a la **estabilidad mental**, que observamos en los discursos de las personas de nivel socioeconómico y educativo más bajo como previsión de las necesidades que conlleva una crianza consciente e intensiva (Medina, Figueras y Gómez-Puertas, 2014). Este foco se desplaza en el resto de niveles hacia un marco interpretativo más propio del sujeto neoliberal, desde el que formar familia es un proyecto más del que son responsables como individuos, y por tanto, han de someterse a una evaluación introspectiva previa de sus capacidades, revisar

los recursos disponibles y considerar el momento adecuado para agendarlo en la secuencia de objetivos con la que gestionan su proyecto vital. Aún así, llama la atención que, en último extremo, las personas jóvenes, al no poder/querer/saber ir más allá de sí mismas en sus posibilidades de intervenir en el entorno, escojan concentrarse en una esfera de acción restringida a su círculo de seguridad, la familia. Lo que nos reconduce al inicio de este apartado, cuando situábamos la imagen de la familia reunida frente al televisor como punto de partida (el hogar es refugio en el *ethos comunitario*).

7. CONCLUSIONES

7. CONCLUSIONES

Una de las consecuencias de la crisis permanente en la era de la individualización es justamente la desnaturalización de los planes de vida: ¿qué sentido tiene para las personas jóvenes que ni tan siquiera aspiran a desarrollar sus proyectos de vida con cierta autonomía a medio plazo situarse imaginativamente ante un futuro incierto? Este planteamiento pesimista propio del pensamiento contemporáneo postmoderno –de la sociedad del riesgo de Ulrich Beck al concepto líquido de Zygmunt Bauman– da lugar al **individuo superviviente del día a día**.

El consecuente **repliegue al presente**, ya no sólo de las juventudes, se ha asimilado a menudo a la idea del hiperconsumo como refugio o el disfrute instantáneo que potencia la tecnología digital. Y en este punto sí se ha considerado como marca de las juventudes una idea de ocio permanente sin sentimiento de culpa que ha servido para estigmatizarlas durante la pandemia, una vez más, como hedonistas sin sentido comunitario. Sin embargo esta mirada puede ser discutida desde las reflexiones que abre este proyecto, al situar desde los imaginarios y referentes simbólicos de las series de ficción como textos de la cultura popular cuyo consumo está arraigado entre las juventudes españolas, una base discursiva desde donde comprender esa "sensibilidad vital común (como) dispositivo social que orienta la mirada, los gestos, las conductas, los pensamientos y la imaginación a través de una red de discursos institucionalizados" (Espluga, 2021:38).

Esta sensibilidad vital común es, en gran medida, más **resistente** de lo que aparenta. Al mantra "Vais a vivir peor que vuestros padres", las personas jóvenes contraponen argumentativamente: "**vivimos en la mejor época**". Alejadas del planteamiento tradicionalista, las personas jóvenes no perciben sensación de pérdida de un pasado mejor: se amparan en los **derechos sociales** que han ganado, una mayor **autonomía** y libertad que la que restringían las convenciones sociales de antaño, y entre los niveles socioeconómicos y educativos medio/bajo, esgrimen la **épica del pasado** y el reconocimiento en la **memoria familiar** de clase obrera. Sí idealizan, en cambio, las condiciones laborales y las relaciones sociales previas al avance de la tecnología móvil, sentando las bases de uno de los indicadores de fisura o resistencia al modelo de trabajador ideal del neoliberalismo. Esta actitud se adscribiría a la nostalgia neoconservadora de la comunidad natural y orgánica que, como señala Espluga (2021:27) es una estrategia recurrente de la ultraderecha tanto en Estados Unidos como en Europa.

Y es que es común entre las personas jóvenes percibir **la conquista de su tiempo de vida** en la dictadura de la **sociedad del rendimiento** (Han, 2016). Al igual que la vivienda es signo de estabilidad económica (Alonso et al. 2017), **disponer de tiempo libre pasa a ser signo de calidad de vida**. Esto lleva a priorizar el tiempo sin la presión de ser productivo y estar permanentemente alerta y disponible, para poder dedicarse a aquellas pequeñas cosas que proveen los pequeños momentos de felicidad. **La felicidad ya no espera al final**, sino que **obliga a dosificar y planificar metas** y objetivos del proyecto de empresarialización de uno mismo, incluido el 'quererse, respetarse y tratarse bien'. Para las personas jóvenes que cuentan con experiencia profesional en su campo de formación y/o aspiran a conseguirlo, la **resistencia** apenas se articula en el primer paso de **identificación de culturas patológicas** (*workaholic*), los **riesgos asociados a los trabajos vocacionales**, o la propuesta de **contramedidas** para regular el proceso de perfeccionamiento infinito (ya sea elegir libremente hasta donde marcar los límites o buscar el 'bienestar en una mediocridad' aceptable o compasiva). Sin embargo, estos discursos apenas se sostienen cuando ya no dependen de la premisa 'el trabajo te realiza' (nivel alto sobre todo) y se asume en su lugar que el **trabajo es un medio** para sobre/vivir.

En el marco de percepción de riesgo de desaparición de la clase media, el trabajo es **un medio para no perder estatus social**, idea que reactiva la **competitividad extrema** anulando cualquier renuncia o atisbo de dimisión silenciosa (*quite quitting*). La centralidad del trabajo es inevitable en la conceptualización del propio yo como proyecto que, sobre todo entre las personas jóvenes con mayor ambición (nivel medio) las lleva a sucumbir al régimen discursivo del sujeto-empresa. En cambio, para quienes apenas aspiran a un trabajo como medio **de subsistencia**, el discurso que prevalece es claramente distinto: aquello que los dignifica como individuos y les confiere estatus es lograr un trabajo en el que justamente puedan **permitirse no poner precio a su tiempo**. Y a partir de aquí, afloran los discursos de preferencia por un trabajo cómodo o un buen ambiente laboral, o incluso el plantearse renunciar a mayores ingresos si con ello ganan en calidad de vida y tiempo libre con la familia.

Estos discursos coexisten en los imaginarios culturales de las series que redundan en un **futuro inexorablemente catastrófico**. Aquí, el discurso del miedo se traduce en resignación e impasibilidad entre las personas jóvenes, si bien desde apropiaciones simbólicas diversas de las narrativas distópicas en torno a dos grandes inquietudes. Como hemos visto, por un lado, la que activa la lógica futurista de 'no nos afectará, aún estamos dentro del plazo' para la crisis climática, desmarcándose de las reivindicaciones juveniles que se inician con Greta Thunberg y *Fridays for Future*.

Y por otro lado, la que entronca con las voces críticas contra la desigualdad agravada por la pandemia (Benedicto y Ramos, 2018), sobre las que se contraponen un anhelo de ejercer un **liderazgo participativo** que conduzca un cambio político efectivo por parte de las personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo alto. En cambio, tras una preventiva evaluación de riesgos, las personas de nivel medio son de nuevo las que más se enrocan en el régimen discursivo de la subjetividad neoliberal al creer conservar aún cierta ventaja en estas reglas del juego. Desde un **individualismo pragmático** rehúyen así cualquier implicación ciudadana en el devenir colectivo.

En último término se encuentran aquellas personas jóvenes situadas casi en los márgenes de acceso al mercado laboral, y con ello, también en los márgenes de la felicidad como posibilidad. Estos perfiles confrontan el régimen discursivo de la autonomía y el voluntarismo que se apoya en la cultura terapéutica y, al mismo tiempo, denuncian la desigualdad de oportunidades que subyace a la privación que sufren de estos recursos. En esta contradicción se evidencia que estas personas jóvenes también asumen el régimen discursivo desde el que el neoliberalismo gobierna sus almas. Sus reclamaciones se orientan a un objetivo claro: aprender a 'gestionar' la rabia. Esta rabia puede entenderse como un indicio de la tristeza y el malestar que, de acuerdo con Sara Ahmed (2010) hay que politizar. El primer paso es visibilizar públicamente el malestar como fenómeno colectivo que responde a causas socioestructurales, y no a las actitudes y aptitudes psicológicas del individuo. Nada más lejos de esta propuesta si observamos la soledad y la frustración de las personas jóvenes de nivel socioeconómico y educativo más bajo que ilustran ese perfil de parados crónicos o jóvenes vetados sistemáticamente por el mercado productivo.

Pese a ello, **si la felicidad es posibilidad**, intentando no caer en la retórica disciplinaria que Ahmed (2010) presupone a esta máxima, vale la pena cerrar estas líneas con la mirada puesta en la voluntad de quienes sí imaginan un cambio social apostando por la educación. Una educación que se desmarque de los discursos de autoayuda y forme ciudadanos que se sientan competentes desde el saber y motivados desde las proyecciones de esos otros futuros posibles y deseables. Empezando por esas juventudes que muestran indicios de capacidad de imaginación política e interés por el bienestar social a través del diálogo con unos referentes simbólicos que son compartidos por las juventudes españolas.

Confiamos en poder contribuir al empoderamiento de todas y cada una de las personas jóvenes con esta investigación, que no se proponía otra cosa más que comprenderlas mejor desde su propia introspección personal y grupal activada a partir de las dinámicas de apropiación simbólica de sus imaginarios culturales.

8. DIFUSIÓN CIENTÍFICA Y TRANSFERENCIA SOCIAL

8. DIFUSIÓN CIENTÍFICA Y TRANSFERENCIA SOCIAL

Un proyecto vivo: líneas de continuidad

De acuerdo con el propósito que nos guía y con los criterios europeos de Investigación e Innovación Responsable, este proyecto parte de un diseño metodológico inclusivo que incorpora las voces conscientes y reflexivas de las personas participantes, superando su condición de sujetos investigados (Figueras, Gómez Puertas y Revuelta, 2019). Por ello también se prevé invitarlas a participar en la transferencia de resultados como retorno social de la ciencia. Esta etapa final del proyecto, pendiente de realización por las diferentes alteraciones del cronograma previsto, contempla diversas actividades.

En primer lugar, **seminarios de presentación y discusión de resultados** con las personas jóvenes participantes, el equipo investigador y personas del ámbito académico expertas en las áreas que convergen en este estudio. El punto de partida sería el **análisis comparado de las creaciones de imaginarios futuros de las personas participantes** aplicando la misma metodología que para los textos mediáticos, desde el que se pueden evaluar también las conexiones entre ambos objetos de estudio. La voluntad de estos encuentros es también la de dar continuidad al proceso de capacitación crítica y performativa que se promueve en las personas jóvenes participantes a través del diseño metodológico implementado. Más allá de construir nuevos conocimientos, confiamos en que su participación en la investigación pueda contribuir a empoderarlas en sus presentes y futuros desde la imaginación creativa (etnografía militante, Juris, 2007). Por este motivo, se contempla llevar a cabo en el cierre de estos seminarios un **evento** (*workshop*) en el que se integren a agentes implicados en la creación de conocimiento compartido en torno a la cultura juvenil.

En segundo lugar, **una plataforma colaborativa** de re/conocimiento de referentes simbólicos de las *juventudes* en España, en la que a partir de la presentación del mapa temático-crítico de las series analizadas y los relatos construidos por las personas participantes, así como recursos educativos (guías de análisis y discusión) desde los que se promueva la reflexión de otras personas adolescentes y jóvenes, y el diálogo con los agentes sociales interesados en el análisis crítico de los imaginarios de ficción audiovisual que conectan con las inquietudes de las personas jóvenes.

9. BIBLIOGRAFÍA

Referencias citadas

Acocella I (2012) The focus group in social research: Advantages and disadvantages. *Quality & Quantity* 46: 1125-1136

Aguirre, E., Ballesteros, J.C., Elzo, J., González-Anleo, J.M., Megías, E., Moreno, A., Rodríguez, E., Rubio, A. (2019) *Protagonistas y espectadores. Una mirada longitudinal sobre la juventud española*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. FAD.

Ahmed, S. (2013) *La promesa de la Felicidad*. Buenos Aires: Caja Negra.

AIMC. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2019) Estudio General de Medios. Informe 2ª ola 2019. <https://bit.ly/2mvJKfg>

AIMC Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2021) Estudio General de Medios. Marco General de los Medios en España (2021). <https://bit.ly/xu23>

Alonso, L; Fernández, C, Ibañez, R. (2017) Juventud y percepciones de la crisis: precarización laboral, clases medias y nueva política. *Empiria. Revista de Metodología en Ciencias Sociales*, 37:155-78

Alberoni, F. (2000) *Valori*, RCSLibri & Grande Opere, Milán.

Amin, A. (2012) *Tierra de extraños*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Ang, I. (1987). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Routledge.

Anglada, O. (2021). *Les estratègies de la televisió per a adreçar-se als joves. Anàlisi de l'actuació d'una selecció d'operadors públics i privats a Catalunya i Espanya*. Estudis 2021. Observatori de la Producció Audiovisual (OPA-UPF). <http://bitly.ws/xu2t>

Angulo, M. (2020) Precariedad y exilio en la juventud española actual. Discursos y semblanzas periodísticas de la crisis (2008-16), *Estudios Mensaje Periodístico*, 26(1): 13-24

Arribas, S. y Gómez, A. (2014) *Vidas dañadas. Precariedad y vulnerabilidad en la era de la austeridad*. Barcelona: Artefact

Bauman, Z. (2013) *Vidas desperdiciadas*. Paidós, Barcelona.

Beck, U. y Beck-Gersnheim, E. (2001) *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona: Paidós.

Benedicto, J., Ramos, M. (2018) Young People's Critical Politicization in Spain in the Great Recession: A Generational Reconfiguration? *Societies*, 8. DOI: 10.3390/soc8030089

Berger, P., y Luckman, Th. (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*, Paidós, Barcelona.

Borrás, V., Moreno, S., Candela, P., Legarreta, M. (2019) Jóvenes en perpetuo tránsito hacia ninguna parte. *Revista Española de Sociología (RES)*, 28:365-380.

Buckingham, D. (1987) *Public Secrets: EastEnders and its audience*, BFI, London.

Buonanno, M. (2008). *The age of television: Experiences and theories*. Bristol: Intellect.

Buonanno, M (2004). *Realtà multiple. Concetti, generi e audience della fiction TV*. Roma: Liguori

Buonanno, M. (1999) *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Gedisa, Barcelona.

Bruner, J (2002) *Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*. Barcelona: Gedisa

Bryman A (2008) *Social research methods*. New York: Oxford University Press

Cairns J (2015) Common sense on campus: Disaffected consent in the age of austerity. *Studies in Political Economy* 96(1): 123-144.

Cascajosa-Virino, C. (2018a). "Las series de televisión españolas ante la llegada de los servicios VOD (2015-2017)". *El profesional de la información*, v.27, n.6, pp.1303-1312. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.13>

Cascajosa-Virino, C. (2018b). "De la televisión de pago al VOD. Análisis de la primera temporada de la estrategia de producción original de ficción de Movistar+". *Fonseca*, n.17, pp.57-74. <https://doi.org/10.14201/fjc2018175774>

- Casetti, F., y Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión*. Gedisa, Barcelona
- Casetti, F., y Villa, F. (1992). *La storia comune. Funzioni, forma e generi della fiction televisiva*, VQPT-Rai Nuova ERI, 1992.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory. A practical guide through qualitative analysis*. London: Sage.
- Chouliaraki, L. (2008). "The media as moral education: mediation and action". *Media, Culture and Society*, 2008, 30 (6):846-7
- Cola, M.; Mauri Brusa, M. (2014). "Researching ethnic minority groups as audiences. Implementing culturally appropriate research strategies". En: Patriarche, G. et al. *Audience research methodologies. Between innovation and consolidation*. London: Routledge, 107-123.
- Delgado, M.; Prado, E.; Navarro, C. (2017). "Ficción televisiva en Europa (EU5): origen, circulación de productos y puesta en parrilla". *El profesional de la información*, v.26, n.1, pp.132-140.
- Díaz, S. (2020) *El futuro en llamas: Greta Thunberg y Fridays for Future*. Barcelona: Beers&Politics.
- Dhoest, A.; Simons, N. (2016). "Still watching TV? The consumption of TV-fiction by engaged audiences". *Media&Communication*, v.4, n.3, pp.176-184.
- Dolezel, L. (1999). *Heterocósmica: Ficción y mundos posibles*. Madrid: Arco libros
- Duarte, K. (2000) ¿Juventud o Juventudes? Acerca de cómo mirar y remirar a las juventudes de nuestro continente, *Revista Última Década*, 8:58-77
- Duffy, B.E., Wissinger, E. (2017). Mythologies of creative work in the social media age: Fun, free, and "just being me." *International Journal of Communication*, 11, 4652-4671.
- Eco, U. (1981). *Lector in fabula: la cooperación interpretativa en el texto narrativo*, Lumen, Barcelona.
- Espluga, E. (2021) No seas tú mismo. *Apuntes sobre una generación fatigada*. Paidós, Barcelona.
- Establés, M-J., Guerrero-Pico, M., y Contreras-Espinosa, R. (2019). Jugadores, escritores e influencers en redes sociales: procesos de profesionalización entre adolescentes". *Revista Latina de Comunicación Social*, 74:214 - 236.

Fathallah, J.M. (2017). *Fanfiction and the Author: How Fanfic Changes Popular Cultural Texts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Fedele, M. (2021). La segunda generación de *teen series*: programas estadounidenses, británicos y españoles de los 2000-2010. *Index Comunicación*, 11(1), 297-327.

Fedele, M., y García-Muñoz, N. (2010). El consumo adolescente de la ficción seriada. *Vivat Academia, revista de comunicación*, 111 (XIII):47-64

Feixa, C. (2018) *La imaginación autobiográfica. Las historias de vida como herramientas de investigación*. Barcelona: Gedisa

Feixa, C. (1993) *La Joventut com a metàfora. Sobre les cultures juvenils*. Generalitat de Catalunya. La palabra "juventud" responde a una construcción social imaginaria (Bourdieu, P (1990) La juventud no es más que una palabra, en *Sociología y cultura*. Grijalbo, México, 163-173

Fernández, D. (2018) Análisis crítico de discurso del bienestar subjetivo y la psicología positiva en la adolescencia. *Límite. Revista interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 13(43):39-51

Fernández, J.M. (2019). "Los peores augurios se confirman: el consumo de TV en picado". *El Español*, 2 julio. <https://bit.ly/33mCdzv>

Fernández Rodríguez, CJ; Martínez Lucio, M. (2013). Narratives, myths and prejudice in understanding employment systems: The case of rigidities, dismissals and flexibility in Spain. *Economic and Industrial Democracy* 34(2): 313–336.

Fernández de Mosteyrín, L. y Morán, M.L. (2017) Buscando un lugar en el mundo, *Melanges de la Casa de Velázquez*, 47-2, 47-63.

Figueras, M; Gómez, L; Revuelta, G. (2019) La investigación responsable en los estudios de audiencia y recepción. *Empiria. Revista de Metodología en Ciencias Sociales*, 42:71-98

Fiske, J. (1987) *Television Culture*. London: Routledge.

Foucault, M. (1991) *Governmentality*. En G. Burchell, C. Gordon y P. Miller (eds.). *The Foucault effect. Studies in governmentality* p. 87-104). Chicago: The University of Chicago Press.

Gallardo-Camacho, J.; Sierra-Sánchez, J.; Lavín, E. (2019). "El ciclo de consumo en diferido de los programas de televisión tras su emisión lineal en España". *Communication & Society*, v. 32, n.7, pp.29-43.

García-de-Castro, M.; Caffarel-Serra, C. (2016). "Efectos de la crisis económica en la producción de contenidos de ficción televisiva en España entre 2010 y 2015". *Zer*, v.21, n.40, pp.177-193.

Garza, V. (2019). "El éxito mundial de Netflix". *Kantar España Insights*, 23 julio. <https://es.kantar.com/media/tv/2019/julio-2019-el-éxito-mundial-de-netflix/>

Gómez-Puertas, L. (2010) *La proposta discursiva del serial televisiu català sobre temes d'interès social. Estudi de cas: El cor de la ciutat (Televisió de Catalunya, 2000-2009)*, Tesis doctoral. Departamento de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra, 2010. Publicación on-line en *Tesis Doctorals en Xarxa* <http://www.tdx.cat/TDX-0211111-143814>

Gómez-Puertas, L. y Besalú, R. (2022) Feminidad y neoliberalismo en las series televisivas españolas de éxito durante la crisis económica (2008-2015). *Comunicación y Sociedad*, 19: 1-24.

Gómez-Puertas, L.; Besalú, R. y Sánchez, C. (2019) Las crisis y sus héroes. Realidad subyacente en las series de ficción más populares en España (2008-15). En Muñoz, J, Martínez, Peña, B. (coord.) *La realidad audiovisual como nuevo vehículo de comunicación*. Barcelona: Gedisa, p. 129-144.

González-Neira, A.; Quintas-Froufe, N. (2016). "El comportamiento de la audiencia lineal, social y en diferido de las series de ficción española". *Revista de la AEIC*, v.3, n.6, pp.27-33. <http://www.revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/63>

Graesser, A., Olde, B., Klettke, B. (2002). "How Does the Mind Construct and Represent Stories?" en T. Brock, M. Green, J. Strange (eds.) *Narrative impact: social and cognitive foundations*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahway, New Jersey, 2002.

Guber, R. (2011). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Guerrero-Pérez, E. (2018). "La fuga de los *millennials* de la televisión lineal". *Revista latina de comunicación social*, n.73, pp.1231-1246. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1304>

Guerrero-Pico, M. (2016). Dimensional Expansions and Shiftings: Fan Fiction and Transmedia Storytelling in the Fringeverse. *Series: International Journal of TV Serial Narratives*, 2(2):73–85.

- Guerrero-Pico, M., Masanet, M.J, Scolari, C. (2018). Toward a typology of young producers: Teenagers' transmedia skills, media production, and narrative and aesthetic appreciation. *New Media & Society*, 21(2):336-353
- Hall, S. (1980). "Encoding/decoding". En S. Hall; D. Hobson; A. Lowe; P. Willis *Culture, media, language*. London: Unwim Hyman, p.128-138.
- Hennink, M., Hutter, I., Bailey, A. (2020). *Qualitative Research Methods (2nd edition)*. London: Sage.
- Han, B. (2010) *La sociedad del cansancio*. Herder, Barcelona
- Han, B. (2016) *Topología de la violencia*. Herder, Barcelona
- Harindranath, R. (2009). *Audience-citizens: The media, public knowledge and interpretive practices*, New Delhi: Sage.
- Hertog, J.; McLeod, D. (2001) "A Multiperspectival Approach to Framing Analysis: a Field Guide" en S. Reese, O. Gandy y A. Grant (eds), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World*. Lawrence Erlbaum Assoc., Inc. Publishers, Mahway, New Jersey
- Horvath, C., Carpenter, J. (2020). *Cocreation in Theory and Practice*. Bristol: Bristol University Press.
- Illouz, E. y Cabanas, E. (2019) *Happycracia*. Paidós, Barcelona.
- INJUVE (2020). Juventud en riesgo: análisis de las consecuencias socioeconómicas de la COVID-19 sobre la población joven en España. Informe de urgencia.
- Jedlowski, P. (2000) *Storie comuni. La narrazione nella vita quotidiana*, Paravia e Bruno Mondadori, Milano.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. London: Routledge.
- Juris, J.S. (2007) Practicing Militant Ethnography with the Movement for Global Resistance in Barcelona. En Shukaitis, S., Graeber, D. (eds) *Constituent Imagination: Militant Investigations. Collective Theorization*. Oakland: AK Press, pp. 164-176.
- Kidder, J. L. (2016). Hollywood, Bike Messengers, and the New Economy. *Critical Sociology*, 42(2) 307 -322

Lacalle, Ch.; Sánchez-Ares, M. (2019). "Producción de ficción televisiva española a partir de la desregulación: entre la atomización de las empresas y la concentración vertical". *El profesional de la información*, v.28, n.1

Lacalle, Ch.; Gómez, B.; Sánchez, M.; Pujol, C. (2019). "España: el impulso del VOD a la ficción nacional". En: Vassallo-de-Lopes, María-Inmacolata; Orozco-Gómez, Guillermo. *Modelos de distribución de la televisión por internet: actores, tecnologías, estrategias*. Porto Alegre: Sulina, pp.180-212

Lacalle, Ch.; Gómez, B.; Sánchez, M.; Pujol, C.; Ferrer, R. (2018). "España: innovación e hibridación de géneros y formatos". En: Vassallo-de-Lopes, María-Inmacolata; Orozco-Gómez, Guillermo. *Ficción televisiva Iberoamericana en plataformas de VOD*. Porto Alegre: Sulina, pp.197-228.

Lacalle, Ch.; Gómez, B.; Sánchez, M. (2017). "España: el despegue de la televisión de pago". En: Vassallo-de-Lopes, María-Inmacolata; Orozco-Gómez, Guillermo. *Una década de ficción televisiva en Iberoamérica. Análisis de diez años de Obitel (2007-2016)*. Porto Alegre: Sulina, pp.225-256.

Lacalle, Ch. (2014) *Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad*. UOC Press, Barcelona.

Lamerichs, N. (2018). *Productive Fandom: Intermediality and Affective Reception in Fan Cultures*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Livinstone, S. (1990). *Making sense of televisión. The psychology of audience's interpretation*, Pergamo Press, Oxford.

Marcos, N. (2019). "El annus horribilis de las series españolas". *El País*, 7 octubre. <https://bit.ly/323XDku>

Marron, M. (2019). "Desvelado el misterio de las plataformas de pago". *NIUS*, 4 octubre. <https://bit.ly/2lCax1z>

Martín-Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili, México.

Masanet, M.J. y Fedele, M. (2019). El chico 'malote' y la 'chica responsable' modelos aspiracionales y representaciones juveniles en las teen series españolas. *Palabra Clave*, 22(2) e.2019.22.2.5

Masanet, M. J., Medina-Bravo, P., y Ferrés, J. (2018) Myths of romantic love and gender-based violence in the fan fórum of the Spanish teen series *Los Protegidos*. *Young*, 26(4):96-112.

Medina, P., Figueras, M., Gómez-Puertas, L. (2014) El ideal de madre en el siglo XXI. La representación de la maternidad intensiva en las revistas de familia, *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1):487-504.

Megías Quirós, I. (2019) *Protagonistas y espectadores. Los discursos de los jóvenes españoles*. Madrid: Fundación SM.

Mendick, H., Allen, K., Harvey, L. (2015). 'We Can Get Everything We Want If We Try Hard': Young People, Celebrity, Hard Work. *British Journal of Educational Studies* 63 (2): 161–178.

Menéndez-Menéndez, M.I., Figueras, M., y Núñez, B. (2017) Consumo y percepción juvenil sobre la ficción seriada televisiva: influencia por sexo y edad. *OBETS*. 12(2):369-394.

Morley, D.; Brunson, C. (1999). *The Nationwide Television Project*. London: Routledge.

Müller, F.; Hermes, J. (2010). "The Performance of Cultural Citizenship: Audiences and Multicultural Television Drama". *Critical Studies in Media Communication*, 27:2, pp.193-208

Oliva, M. (2018) 'Yo es que soy de barrio': La representación del estereotipo de la choni en los realities españoles durante la crisis económica. En: Hidalgo-Marí (ed) *Mujer y televisión* 121-138 Barcelona UOC

Oliva, M., Gómez-Puertas, L., y Besalú, R. (2021) Imaginarios de la crisis en la cultura popular española (2008-2015): narrativas neoliberales en el entretenimiento y la ficción televisivos. *IC, revista científica de Información y comunicación*, 28:71-93.

Oliva, M.; Besalú, R.; Pérez-Latorre, Ó. (2020). 'Demostrar pasión y no acomodarse nunca: Respuestas de la ciudadanía a las representaciones mediáticas del trabajo neoliberal en el contexto de la post-recesión'. *VII Congreso Internacional de la AE-IC*, València (España)

Oliva, M.; Pérez-Latorre, Ó.; Besalú, R. (2022). "In the end you adapt to anything": Responses to narratives of resilience and entrepreneurship in post-recession Spain. *European Journal of Cultural Studies*, 25(4):1209-1227.

Oliva, M.; Pérez-Latorre, Ó. (2020). 'Celebrities also suffer from the economic crisis': Broke celebrities and neoliberal narratives from Spain's Great Recession. *Celebrity Studies*, 11 (2): 237-256.

Patriarche, G., Bilandzic, H., Jensen, J.L., Jurisic, J. (eds.) (2014) *Audience research methodologies. Between Innovation and Consolidation*, New York y London, Routledge.

Pérez-Latorre, Ó (2019) Post-apocalyptic Games, Heroism & the Great Recession. *Game Studies*, 19(3).

Pérez-Latorre, Ó., Navarro-Remesal, V.; Planells de la Maza, A.J., Sánchez-Serradilla, C. (2019). Recessionary Games: Video games and the social imaginary of the Great Recession (2009–2015). *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 25(5-6):884-900.

Pericot, J. (2002). *Mostrar para decir. La imagen en contexto*. Aldea Global (UPF), Barcelona.

Pink, S., y Salazar, J.F. (2017). Anthropology and futures: Setting the agenda. En J.F. Salazar, S. Pink, A. Irving, y J. Sjöberg (Eds.) *Antropologies and Futures: Researching Emerging and Uncertain Worlds*, p. 3-22. London: Bloomsbury.

Pizarro, C. (2014). La etnografía como práctica discursiva. *Revista de Antropología*, 57(1):461-496.

Poggio, B. (2004). *Mi racconti una storia? Il metodo narrativo nelle scienze sociali*. Ed. Carocci, Roma.

Riaño Alcalá, P. (2000). Recuerdos metodológicos: el taller y la investigación etnográfica. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 5(10):143-168.

Ricoeur, P. (1985). *Tiempo y narración*. Vol. I, Ed. Cristiandad, DL, Madrid, 1985

Rose, N. (1998) *Inventing ourselves. Psychology, power and personhood*. Cambridge University Press

Ruiz Collantes, F. X. (2009). Anexo: Aportaciones metodológicas. Parrillas de análisis: Estructuras narrativas, estructuras enunciativas. *Questiones Publicitarias*, Monográfico 3:294-329

Ruiz-Collantes, F.X., Sánchez, C. (2019) "Narrativas de la crisis económica: el nacionalneoliberalismo en la publicidad española (2008-17)", *Palabra Clave*, 22(2) DOI: 10.5294/pacla.2019.22.2.8

Ryan, M.; Kellner, D. (1990). *Camera Politica. The Politics and Ideology of Contemporary Hollywood Film*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.

Salazar, JF., Pink, S., Irving, S., Sjöberg, J. (Eds) *Antropologies and Futures: Researching Emerging and Uncertain Worlds*, p.173-188. London: Bloomsbury.

Sánchez Salmerón, V. (2022). "Una juventud que ha vivido ya dos crisis", capítulo 11 en L. Ayala, M. Laparra y G. Rodríguez (coords.) *Evolución de la cohesión social y consecuencias de la Covid-19 en España*, Colección de Estudios 50. Informe Fundación FOESSA, Fomento de estudios Sociales y de Sociología Aplicada, Madrid, p. 293-327.

Sanmartín, A.; Ballesteros, J.C.; Calderón, D.; Kuric, S. (2020) *De puertas adentro y de pantallas afuera. Jóvenes en confinamiento*. Madrid: FAD Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.

Santoja, M. (2019). "Las series españolas que vienen en 2019: AntenaAntena 3". *Fuera de Series*. 4 febrero. <https://bit.ly/2VrOLCZ>

Sayago, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta moebio*, 49. DOI: 10.4067/S0717-554X2014000100001

Schank, R.; Berman, T. (2002). "The Pervasive Role of Stories in Knowledge and Action" en T. Brock, M. Green, J. Strange (eds.) *Narrative impact: social and cognitive foundations*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahway, New Jersey, 2002

Scolari, C. (Ed) (2018). *Teens, media and collaborative cultures. Exploiting teens' transmedia skills in the classroom*. Barcelona: H2020 TRANSLITERACY Project.

Sjöberg, J. (2017). Ethno science fiction: Projective improvisations of future scenarios and environmental threat in the everyday life of British youth. En J.F. Salazar, S. Pink, A. Irving, J. Sjöberg (Eds) *Antropologies and Futures*, p.173-188. London: Bloomsbury.

Srnicek, Nick; Williams, A. (2013). *Inventar el futuro. Poscapitalismo y un mundo sin trabajo*. Barcelona: Malpaso.

Strange, J. (2002) "How fictional Tales Wag Real-World Beliefs. Models and Mechanisms of Narrative influence" en T. Brock, M. Green, J. Strange (eds.) *Narrative impact: social and cognitive foundations*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahway, New Jersey

Stilgoe, J., Owen, R., Macnaghten, P. (2013) Developing a Framework for Responsible Innovation. *Research Policy* 42(9):1568–80.

Suter, E. A. (2000). Focus Groups in Ethnography of Communication: Expanding Topics of Inquiry Beyond Participant Observation. *The Qualitative Report*, 5(1): 1-14.

Urraco, M., y Moreno, A. (2018) ¿Cabe hablar de una 'Generación de la crisis'? Discusión en torno a una noción sobreexplotada, *Arxius de Sociologia*, 38:79-92.

Van Dijk, T. A. (Ed.). (1997). *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction*. 2v. London: Sage.

Zeller, F., Ponte, C. y O'Neill, B. J. (eds.) (2015) *Revitalising Audience Research. Innovations in European Audience Research*, New York y London, Routledge.

LOS REFERENTES SIMBÓLICOS DE LA 'GENERACIÓN DE LAS CRISIS'.

Cómo interpretan la ciudadanía,
el bienestar y la cultura laboral a partir
de las series televisivas más consumidas
por la juventud española (2008-2020).

Centro
Reina Sofía
sobre adolescencia
y juventud

fad

 Santander

 Telefónica