

EL TEMA

La Juventud en la pantalla.

Ficción televisiva, videojuegos y edu-entretenimiento

EL TEMA

Ficción televisiva y videojuegos, formatos lúdicos y entretenidos, pero a la vez, vehículos de aprendizaje y educación en valores, son presentados en este trabajo en esta doble dimensión. Su inseparable relación con los grupos de edad juvenil, hacen de éstos productos obligados en el estudio de las subculturas juveniles. Pero al mismo tiempo, su capacidad para transmitir mensajes y modelos los convierte en vehículos de socialización, fuentes de identidad y textos de los que aprender.

Sobre estas claves, la presente propuesta, interdisciplinar, internacional e interuniversitaria, integra trabajos que analizan los contenidos de ficción televisiva así como los videojuegos en su relación con los colectivos juveniles, desde una perspectiva diversa: su recepción y relación con emociones y cogniciones, las propuestas y mensajes que subyacen a sus textos, las tendencias generales en su consumo juvenil, la relación de estos mensajes con la variable género, la experiencia del aprendizaje a través de su uso, las competencias y conocimientos que añaden, o su integración como recurso pedagógico en el sistema educativo formal e informal... son algunas de las cuestiones a abordar en este trabajo colectivo.

Los medios de comunicación se revelan hoy como una de las instancias de socialización juvenil por excelencia. Los informes de juventud realizados en la segunda parte de la década de los años noventa y los referentes a los primeros años del siglo XXI ponen de manifiesto cómo, a través de su tiempo y espacio de ocio, los jóvenes traban relaciones muy significativas con el entorno mediático. Su relación con los medios, no sólo sirve para construir buena parte de su tiempo libre, o moldear su mundo de relaciones. Además, el uso concreto que hacen de algunos medios se convierte en una actividad subcultural que concede el sello de distinción "juvenil".

Esta popularidad de lo audiovisual entre los colectivos infantiles y juveniles supone, en la actualidad, que todas las iniciativas públicas a favor de la coeducación deban contemplar en su plan estratégico actuaciones vinculadas con el uso de los medios de comunicación en su dimensión socializadora, pedagógica, o transmisora de imágenes sociales. El presente monográfico pretende aportar un conocimiento a fondo de la relación entre los colectivos juveniles y algunos de los productos más emblemáticos de la cultura popular audiovisual: la ficción televisiva, que estas cohortes consumen ya sea a través del visionado convencional (en televisión) o por la red.; los videojuegos, como ejemplo más popular de ocio digital.

Este trabajo se inserta en la labor investigadora asociada al proyecto competitivo I+D+I "Cultura audiovisual y representaciones de género en España: mensajes, consumo y apropiación juvenil en la ficción televisiva y los videojuegos" financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad y dirigido por la profesora Mar Chicharro Merayo, FEM 2011-27381, y en el que participan dos de los autores integrantes en esta propuesta (Salvador Gómez García y José Antonio Planells de la Maza). A lo largo de los dos últimos años, este grupo de investigación, viene reflexionando e investigando el potencial socializador de formatos de ficción televisiva y videojuegos, especialmente desde la perspectiva del género, así como analizando su impacto entre las cohortes juveniles. Del mismo modo, viene estableciendo redes de colaboración con otros grupos de trabajo, consciente de que los avances en la ciencia social pasan por esfuerzos colaborativos.

El presente monográfico se articula desde la convicción de que la ciencia social es una y que el conocimiento juvenil requiere de enfoques interdisciplinares. Conscientes además de que la investigación social es necesariamente un esfuerzo colectivo, apuesta por la colaboración interuniversitaria e internacional. Del mismo modo, pretende señalar las conexiones entre ciencia e intervención social. De los textos aquí presentados se derivan siempre enunciados de utilidad para conocer los medios, sus mensajes y sus públicos, pero sobre todo para utilizarlos en términos pedagógicos y educativos. Movidos por objetivos prácticos, pretendemos acercar nuestros resultados a la sociedad, visibilizando líneas de trabajo que pueden ser aplicadas en la construcción de mensajes audiovisuales, así como en la práctica pedagógica, fuera y dentro de las aulas.

El monográfico se abre incidiendo en los procesos de recepción de productos de ficción televisiva. Así, el trabajo realizado por **Juan José Igartua** y **Jair Vega** reflexiona sobre la capacidad persuasiva de las narraciones con forma de ficción televisiva, pensadas, *a priori*, para el entretenimiento y la diversión. Estos mensajes presentan a los espectadores y espectadoras una secuencia de acontecimientos, protagonizados por personajes, que dialogan y así argumentan y presentan explicaciones, consejos, interpretaciones... Desde ahí, los autores pretenden ofrecer una respuesta científica a preguntas ciertamente relevantes en la utilización educativa de los medios de comunicación: ¿Hasta qué punto este tipo de mensajes pueden favorecer la reflexión o la “elaboración cognitiva” en torno a las situaciones que representan? ¿En qué medida pueden orientar la percepción crítica del espectador en forma de “contra-argumentación” a las actitudes y comportamientos señaladas por los personajes? ¿Pueden estos relatos tener impacto en el plano de las actitudes de los espectadores? El compromiso emocional del espectador con el relato, ¿favorece o perjudica su capacidad de reflexión frente a los argumentos que plantea la narración? En la misma dirección, la identificación entre espectador y personaje ¿dirige hacia una lectura crítica y reflexiva del espectador?

Éstas y otras preguntas van siendo respondidas por los autores, quienes analizan pormenorizadamente el impacto de un discurso de ficción concreto en actitudes como “la toma de decisiones sobre relaciones sexuales”, “el rechazo de la violencia de género”, y “la decisión de que la homosexualidad se exprese y se explicita”. El texto pondrá de manifiesto la capacidad persuasiva y por ende, educativa de la ficción, identificando algunos de los procesos que intervienen. Del mismo modo, señala su capacidad para convertirse en relato sobre el que reflexionar y aprender, que incide en el plano de las actitudes. De ahí se deriva, por lo tanto, la responsabilidad de medios y creadores de ficción para persuadir a través de la reflexión y para construir personajes y articular conflictos lo suficientemente verosímiles y convincentes como para generar esas dinámicas reflexivas y educativas.

También centrados en el proceso de recepción, **Concepción Medrano**, **Juan Ignacio Martínez de Morentín** y **Julián Pindado** presentan un texto que pretende dar respuesta a la pregunta: ¿hay diferencias entre los modos de vinculación juvenil con el personaje favorito de una ficción en función del contexto cultural? El trabajo nos invita a pensar en la manera en la que los y las jóvenes de diferentes entornos culturales conectan con sus personajes favoritos: ¿caben propuestas de personajes de ficción que conecten con públicos amplios, superando las diferencias culturales?

La originalidad del trabajo estriba en su propio objeto de estudio, que conecta el estudio de la empatía con los personajes, los atributos que permiten una mayor vinculación con ellos, y los valores que éstos transmiten, utilizando además una perspectiva comparativa y transcultural. En este sentido, la recogida de datos cuantitativos en ocho contextos culturales diferentes permitirá medir la empatía, y la razón de los más jóvenes para escoger sus personajes favoritos, así como los valores percibidos en éstos: autodirección, estimulación, hedonismo, logro, poder, seguridad, conformidad, tradición, benevolencia y universalismo.

Los resultados nos conducen a un dibujo con diferencias significativas en el interior de los dos grandes contextos estudiados, el español y el latinoamericano. En todo caso, la actividad laboral, las características de

personalidad, y determinadas actitudes que forman parte de las definiciones hegemónicas de las subculturas juveniles, como es el caso del “inconformismo” son algunos de los elementos de conexión con los personajes destacados por los encuestados. El texto señala la importancia que los jóvenes espectadores y espectadoras conceden a los valores prosociales, de ahí la utilidad educativa que pueden presentar personajes que los encarnen. Del mismo modo, las moderadas diferencias encontradas entre los encuestados invitan a pensar que se pueden formular modelos/personajes positivos y educativos, que superando las diferencias culturales de los y las espectadoras, consigan el compromiso emocional de públicos muy diversos.

Sobre recepción, pero también sobre modelos de género, investigan **Mònica Figueras, Iolanda Tortajada y Núria Araña**. Plantean un texto en el que analizan la interpretación de los y las jóvenes realizan en torno a dos conocidas teleseries. *Física o Química* (Antena 3, 2008) y *Sin Tetas No Hay Paraíso* (Telecinco, 2008). El artículo ahonda en las interpretaciones que los y las adolescentes realizan sobre los personajes de estas series, sobre los elementos y rasgos que consideran atractivos, y sobre los modelos de relaciones sexuales y afectivas deseables. Las autoras parten, entre otros, de la capacidad de los y las espectadoras juveniles para construir lecturas negociadas y de oposición frente a los mensajes de ficción estudiados, que tienden a reproducir estereotipos tradicionales de la feminidad, y de las relaciones sexuales y afectivas. En estos discursos, el amor se asocia al sufrimiento, el atractivo masculino al ejercicio del poder y se restringe el femenino a la belleza física. No obstante ¿tienen estos espectadores capacidad para superar semejante representación de las relaciones personales entre géneros? ¿Pueden utilizar esos mensajes para pensar en términos de igualdad de géneros? ¿Qué tipo de modelos amorosos y sexuales están interiorizando los y las jóvenes?

Las autoras bucean en el proceso de implicación emocional de los y las jóvenes espectadoras con el discurso de ficción, señalando las preferencias de los consumidores, la dinámica de los procesos de identificación con los personajes, o la capacidad de modelaje de estas historias de ficción.

Sus resultados son del todo esclarecedores, e invitan a una reflexión sobre los modelos que la televisión propone, así como sobre la responsabilidad televisiva en la educación en la igualdad de trato y oportunidades. Destaca así la pervivencia del estereotipo del “malote”, que conjuga agresividad, e incluso violencia, con ternura y sensibilidad. Su definición en términos de personaje deseable y seductor, provoca, cuanto menos una llamada de atención sobre las implicaciones sociales y psicológicas que tiene una definición de la masculinidad que incorpora atributos como la violencia en clave de cualidad admirable.

La aprobación que los y las jóvenes espectadoras parecen conceder a una representación asimétrica de las relaciones amorosas y sexuales se revela, igualmente, como una conocimiento del todo imprescindible para trabajar con un sentido coeducador desde ésta u otras instancias de socialización.

Incidiendo en el peso de los estereotipos televisivos, **Fátima Gil** propone un análisis en profundidad del reciente personaje de “choni”, en proceso de institucionalización en los formatos de ficción y telerrealidad domésticos. En definitiva la autora se pregunta por los prejuicios que en torno a las “chicas de barrio” se reflejan a través del discurso, ficcional y telerreal de la pequeña pantalla. Al mismo tiempo se cuestiona el realismo, y al origen de

esta propuesta: Las “chonis” ¿son una copia televisiva de una realidad social? Este tipo de personaje ¿es una evolución de otros modelos cinematográficos o televisivos bien conocidos?

Partiendo de la consideración del estereotipo a modo de rol que aglutina características sociales positivas o negativas, que vienen a explicar conductas del sujeto, la autora aborda un estudio cualitativo de buena parte de los personajes que dan vida al formato *Princesas de barrio*, emitido por la cadena generalista la Sexta, durante el 2011. Las características físicas, psicológicas, sociales, así como los objetivos de los personajes femeninos principales del formato son analizados. Desde ahí, la autora estará en situación de materializar la “fórmula” de “choni”, concediéndole facultades estéticas y psicosociales. Especialmente interesante son los imaginarios e ideas que estas propuestas de feminidad sustentan, en relación con la condición de mujer, masculinidad y relación entre géneros. Su posición en relación con cuestiones como los celos masculinos, la dependencia emocional, o el reparto de tareas domésticas entre géneros nos remite a una concepción de la mujer como figura subordinada. Conviene reflexionar sobre las implicaciones educativas de este modelo; merece la pena preguntarse sobre los procesos de identificación que vinculan a determinados sectores del público con estos personajes ¿A quién gustan estas representaciones de mujer? ¿A quién conviene esta imagen de la feminidad? ¿Practican los públicos una lectura hegemónica, negociada o de oposición?... son algunas de las preguntas que se suscitan a raíz de la lectura de este texto. Es importante señalar, como destaca la autora, que éste, lejos de ser novedoso, tiene mucho de versión renovada de otros estereotipos televisivos y cinematográficos bien conocidos por el público.

Mar Chicharro Merayo presenta un “texto bisagra” en el que los tres descriptores de este monográfico se dan cita: juventud, ficción televisiva y videojuegos. Este pretende responder a preguntas sencillas pero, al mismo tiempo, indispensables para analizar la relación de las cohortes juveniles con los productos de la cultura audiovisual. ¿Cuánto tiempo dedican nuestros jóvenes a la televisión? ¿Y a los videojuegos? ¿En qué tipo de soporte los consumen? ¿Cuáles son sus productos favoritos y por qué? ¿Cómo entienden la relación entre televisión y red de redes? ¿Cuáles son las dimensiones más valoradas de la ficción de la que son seguidores y seguidoras? ¿Qué tipo de gratificaciones encuentran en su condición de jugadores y jugadoras de videojuegos? Desde estas preguntas la autora pretende, no sólo ofrecer una visión objetiva de las rutinas y los rituales de ocio juvenil, sino también señalar la conexión entre ocio audiovisual y cultura juvenil; ocio audiovisual e identidad juvenil. Mediante el uso combinado de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas se realiza una aproximación a sus tiempos, sus prácticas y sus motivaciones en relación con este tipo de productos.

Los estudiantes del Grado en Comunicación Audiovisual serán el colectivo a través del que conocer, un poco más, el territorio juvenil al que se refiere este monográfico. Valores como la exaltación del hedonismo, el cálculo y el pragmatismo dibujan un grupo de consumidores exigentes y con una indudable “orientación audiovisual”. El entretenimiento, el suspense, el mantenimiento de la atención, la calidad técnica de los formatos... son algunas de las condiciones indispensables para explicar la adhesión a productos, que apenas son valorados por su “contenido moral” o por su

“sentido ético o educativo”. El trabajo recalca entonces su consumo eminentemente utilitarista, en el que jóvenes formados en la cultura audiovisual, apenas reflexionan sobre su papel educativo, sobre los modelos y las actitudes recomendadas por los productos que siguen.

En este sentido, esta investigación nos permite incidir en la necesidad de que los propios consumidores tomen conciencia y valoren la dimensión pedagógica y de modelaje de los medios. Si bien estas cuestiones están sin duda presentes en las materias incluidas en sus planes de estudios académicos, lo cierto es que esos conocimientos apenas se ven reflejados y aplicados cuando ejercen el rol de consumidores, espectadores y espectadoras, jugadores y jugadoras.

Sobre la representación de las mujeres en el sector del videojuego, se presenta la investigación de **Clara Fernández-Vara**. La autora se ocupa y preocupa, no sólo de la escasez de protagonistas femeninas en los juegos, sobre todo exaltadas en su dimensión más corporal y estética, sino también por el reducido número de mujeres que realizan tareas creativas y de diseño en ese sector. Su infrarrepresentación en este escenario, así como la percepción del videojuego como recurso lúdico eminentemente varonil limitaría el acceso de jóvenes desarrolladoras a un sector que se percibe como propio de profesionales masculinos. La autora analiza las razones por las que la industria del videojuego apenas apuesta por protagonistas femeninas. Su ausencia o presencia secundaria en las portadas, o su carácter de figura ayudante y subsidiaria en el plano de los personajes, parecen legitimarse desde el intento de continuismo y conservación del sector.

La puesta en cuestión de algunos mitos e imágenes dominantes en la industria del videojuego, es otra de las apuestas de este texto. Mitos como el de que el videojuego es un recurso de ocio masculino, o de que los juegos de índole más relacional son eminentemente femeninos son puestos en cuestión y rebatidos desde los datos. La mirada crítica se extiende a las cifras sobre trabajadoras implicadas en esta industria. Un análisis en profundidad y una evaluación de las fuentes oficiales señala la necesidad de trabajar con nuevas fuentes e indicadores que esclarezcan la situación minoritaria de las mujeres en el sector, y que además señalen su posición relativa (status, ocupación y salario) dentro del mismo.

El trabajo analiza tanto las competencias y cualificaciones requeridas en el sector, como la dinámica de trabajo propia de los creativos, con el objetivo de identificar un esquema completo de las causas de la ausencia femenina en este escenario. La toma de conciencia de la problemática por parte de los propios profesionales, así como la elaboración de planes de estudio y opciones formativas más acordes con las necesidades de esta industria son sólo algunos de los caminos para trabajar por la igualdad entre jugadores/as y profesionales, mujeres y hombres.

Sobre el juego de mesa, sus conexiones con el videojuego y sus posibilidades educativas se interroga **Antonio José Planells de la Maza**. Recurso lúdico que ha ido creciendo en presencia en los hogares y que ha abandonado su vinculación con los grupos de edad infantil y juvenil para romper fronteras de edad e imponerse como producto de consumo familiar. ¿Qué rol puede jugar el juego de mesa en un contexto educativo que está dedicando gran parte de sus esfuerzos a la inclusión de lo lúdico-digital en sus agendas escolares? ¿Es posible complementar juego de mesa y videojuego con fines pedagógicos? ¿Hasta qué punto se asemejan y se

diferencian ambos productos culturales? Son algunas de las preguntas que intenta resolver el autor a lo largo de su texto.

Para ello, analiza en profundidad un total de diez juegos especialmente populares y reconocidos por los profesionales del sector: cinco del tipo eurogame, y cinco del tipo temático. Tanto la perspectiva del diseñador como la del propio jugador, analizando variables como las mecánicas, dinámicas, y estéticas son tenidas en cuenta a la hora de profundizar en el conocimiento del recurso lúdico en cuestión.

Los resultados de este trabajo señalan cómo el uso de los juegos de mesa está vinculado al desarrollo de competencias cognitivas de utilidad en materias como las matemáticas, la lógica, la teoría de juegos, y por extensión en actividades como la dirección de empresas y la gestión de proyectos. Del mismo modo, el uso de los juegos de mesa puede ayudar a exaltar valores igualmente útiles en el trabajo educativo. La solidaridad, el trabajo en equipo en contraposición a la exaltación de individuo, el sacrificio y coordinación, así como la gestión de la negociación y la evocación ficcional, conceptos en los que el autor detiene su discurso, son otros de los beneficios lúdicos y educativos, obtenidos

Salvador Gómez García reflexiona sobre la capacidad de un género concreto dentro del universo de los videojuegos, los “juegos serios” (*serious games*) para contribuir a los procesos de coeducación, favoreciendo la igualdad de trato y oportunidades entre jóvenes varones y mujeres. Su trabajo parte de una reflexión teórica, sobre las capacidades informativas, pero también meramente expresivas de este tipo de productos. El autor incide en la dimensión más didáctica de la fórmula narrativa empleada por estos videojuegos ¿Hasta qué punto las decisiones que ha de tomar el jugador o jugadora, no van asociadas a algún tipo de mensaje educativo o pedagógico? ¿Se puede aprender jugando “juegos serios”? ¿Pueden ser éstos una vía de concienciación en valores?

La respuesta a estas preguntas se concreta en el estudio de dos populares “juegos serios”: *Wonder City* (G4C, 2013) y *Half the Sky Movement. The Game* (Frima Studio, 2013). El autor examina la narrativa, la mecánica y las dinámicas de los juegos en cuestión. Los diversos escenarios y las decisiones que deben ir tomando los jugadores y las jugadoras les permiten ejercer su autonomía en grado extremo, tomando decisiones relacionadas con la “vida real”, así como mostrando sus deseos y expectativas en relación con los diferentes mundos y situaciones que se abren al jugador o jugadora. Entre tanto, éstos y éstas pueden familiarizarse con entornos y situaciones sociales que, en ocasiones, apenas les resultan cercanas: la degradación medioambiental, las diferencias sociales y legales entre hombres y mujeres, o el poder económico de las grandes corporaciones.

En definitiva, el trabajo apuesta por el uso de los “juegos serios” como mecanismo de edu-entretenimiento y cómo vía informal y formal a través de la que trabajar por la igualdad creciente entre géneros. Del mismo modo, señala la vinculación del videojuego con otros medios populares, y la necesidad de la apuesta educativa transmedia, en la que las redes sociales adquieren un papel protagonista, como vía para llegar a los de menor edad.

Sobre cómo aprender, construyendo videojuegos nos ilustran **María Ruth García Pernía, Sara Cortés y Pilar Lacasa**. Señalan la capacidad educativa de los videojuegos, no ya en su dimensión de productos de consumo, sino

como objetos lúdicos fruto de la creación y de la invención. Es por eso por lo que exploran la facultad creativa de los y las adolescentes en su rol de diseñadores de estos productos. ¿Hasta qué punto el diseño de videojuegos puede utilizarse como estrategia de apoyo a la alfabetización?; las interacciones de los jóvenes creadores ¿facilitan su proceso de aprendizaje y su adquisición de competencias?; son algunas de las preguntas que intenta responder esta investigación.

Las autoras asumen la idea de que el contacto con el juego permite al alumno o alumna conocer más en profundidad sus reglas y su narrativa. Al mismo tiempo, el diseño y creación de un videojuego facilita la toma de conciencia de las diferentes dimensiones que supone este trabajo, de esta manera se contribuye a la adquisición de una alfabetización digital específica. Del mismo modo, el trabajo colectivo favorece una división de tareas que sitúa al adolescente en roles que pueden facilitar su comprensión de todos los implicados en la creación del videojuego, aprendiendo a ver el objeto cultural desde otra perspectiva.

Utilizando un enfoque eminentemente etnográfico y cualitativo, las autoras apuestan por la posibilidad de desarrollar escuelas y entornos de aprendizaje fuera de las aulas, utilizando el juego, no ya como un recurso de motivación del alumno o alumna, sino también convirtiendo a los jugadores en diseñadores de juegos.

Cerrando ya este monográfico, **Verónica Marín** incide en la dicotomía “videojuego como recurso educativo o videojuego como formato lúdico”. Del mismo modo, la utilidad del videojuego como herramienta en el aula para la comprensión de los contenidos del currículo es otra de las cuestiones a discutir a lo largo de este texto. La autora plantea el “aprendizaje basado en juegos” como fórmula a través de la que alumnos y alumnas exploran los aspectos más relevantes del juego, utilizándolos con fines educativos. Desde ahí, el videojuego puede ser considerado un recurso pedagógico con el que trabajar, aprendiendo, para la consecución de una meta.

Sobre estas claves, la investigadora traslada estos interrogantes a los y las jóvenes en período de formación, y orientados hacia el ejercicio de la profesión docente. Los estudiantes de segundo curso del Grado en Educación Primaria son, en buena medida, el objeto de este estudio. Sus opiniones en relación a los usos y las ventajas de estos recursos en el aula señalarán hasta qué punto las nuevas generaciones de docentes están orientados a la integración de nuevos métodos y tecnologías de la comunicación en el espacio educativo formal.

El trabajo se materializa en la realización de un estudio de corte cuantitativo, a través de la de la técnica de la encuesta, que habrá de explorar la implicación de los docentes en formación con el uso de estos productos, *a priori*, lúdicos.

Los resultados arrojan, entre otros, como los futuros educadores muestran una orientación muy favorable al uso del videojuego en el aula. Entienden que puede ser usado como herramienta colaborativa, así como apoyo al desarrollo de contenidos curriculares, tanto en el campo de las ciencias, como en el de las artes. Facultades como el pensamiento heurístico, e inductivo o la memoria visual pueden ser así favorecidos. Del mismo modo, la autora explora la percepción que los jóvenes manejan de los videojuegos como instrumentos para interiorizar conceptos básicos, como el éxito, el fracaso, mediante la lógica del ensayo-error que propone el videojuego.

En cualquier caso, sobre jóvenes que asumen roles lúdicos (espectadores/as, jugadores/as, creadores/as, consumidores/as) y además aprenden, se articula este monográfico: *La juventud en la pantalla. Ficción televisiva, videojuegos y edu-entretenimiento*.

Mar Chicharro Merayo
Universidad de Burgos