



El consumo de alcohol, tabaco y drogas en los jóvenes: un estudio sobre las teen series españolas recientes (2015-2021)

Alcohol, tobacco and drug use among young people: a study of recent Spanish teen series (2015-2021)

 Patricia Palomares-Sánchez patriciapsanchez15@gmail.com Universidad de Alicante

 Tatiana Hidalgo-Marí tatiana.hidalgo@ua.es Universidad de Alicante

 Jesús Segarra-Saavedra jesus.segarra@ua.es Universidad de Alicante

RESUMEN

El presente trabajo analiza la representación de los adolescentes y el consumo de alcohol, tabaco y otras drogas en las *teen series* españolas recientes (2015-2021) creadas para la televisión convencional y las plataformas de *video on demand* (VOD). Resulta esencial estudiar el discurso que la ficción televisiva ofrece sobre el consumo de sustancias en la adolescencia para conocer los modelos identitarios y las representaciones sociales que se presentan, puesto que las personas jóvenes suelen recurrir a las series de televisión como fuente de información sobre temas en los que son más inexpertos, como pueden ser algunas cuestiones y problemáticas específicas en torno al consumo de sustancias psicoactivas. Para ello, se ha trabajado sobre una metodología mixta, que conjuga datos cuantitativos con cualitativos desde un enfoque socio-semiótico, que analiza desde dos escenarios distintos un total de seis ficciones: tres creadas para la televisión generalista y tres para las plataformas *in streaming*, con el objetivo de identificar las tendencias de representación más recientes a partir de la llegada de las distribuidoras de contenido televisivo digital de pago a España en 2015. El estudio evidencia que, a pesar de que la ficción juvenil incorpora narrativas que abordan las posibles consecuencias negativas del consumo de sustancias, las *teen series* españolas reflejan un consumo extendido y normalizado entre los adolescentes que se asocia a la diversión y a la socialización, en lugar de apostar por relatos críticos y reflexivos.

PALABRAS CLAVE

Ficción *online*; ficción televisiva; representación juvenil; series de televisión; televisión española

FINANCIACIÓN

Artículo realizado en el marco del proyecto de investigación emergente del Vicerrectorado de Investigación y Transferencia de Conocimiento de la Universidad de Alicante, "Ficción *online* a la carta: Producción, contenido e interacción en las series españolas de las plataformas de TV *in streaming* (2016-2019)" (GRE 19-10).

Edita: Silvia Guillamón

Recibido: 15/11/2021 | Aceptado: 25/02/2022

Cómo citar este artículo:

Palomares-Sánchez, P.; Hidalgo-Marí, T. y Segarra-Saavedra, J. (2022). El consumo de alcohol, tabaco y drogas en los jóvenes: un estudio sobre las teen series españolas recientes (2015-2021). *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 8: 231-250. DOI: 10.7203/rd.v1i8.227

ABSTRACT

This paper analyses the representation of teenagers and the consumption of alcohol, tobacco and other drugs in recent Spanish teen series (2015-2021) created for conventional television and video on demand (VOD) platforms. It is essential to study the discourse that television fiction offers on the consumption of substances in adolescence in order to understand the identity models and social representations that are presented, since young people often turn to television series as a source of information on topics in which they are more inexperienced, such as some specific issues and problems related to the consumption of psychoactive substances. For this purpose, we have worked on a mixed methodology, which combines quantitative and qualitative data from a socio-semiotic approach, analysing a total of six fictions from two different scenarios: three created for general television and three for streaming platforms, with the aim of identifying the most recent trends in representation since the arrival of digital pay TV content distributors in Spain in 2015. The study shows that, despite the fact that youth fiction incorporates narratives that address the possible negative consequences of substance use, Spanish teen series reflect a widespread and normalised consumption among adolescents that is associated with fun and socialisation, instead of focusing on critical and reflective narratives.

KEYWORDS

Online fiction; television fiction; youth representation; television series; Spanish television



El consumo de alcohol, tabaco y drogas en los jóvenes: un estudio sobre las teen series españolas recientes (2015-2021)

1. Introducción

La ficción televisiva debe ser entendida como un retrato de la sociedad que adquiere un valor significativo en la construcción del conocimiento y la comprensión de la realidad debido al gran impacto de su discurso. Su capacidad como agente socializador ejerce un rol determinante en la configuración de la identidad colectiva, puesto que constituye un dispositivo cultural que presenta modelos de identificación que reproducen valores, creencias, comportamientos y actitudes que son adoptados por una audiencia amplia y heterogénea (Galán, 2007; Tous-Roviroso, 2015).

En este sentido, la ficción incorpora un conjunto de símbolos y valores con los que las personas receptoras se vinculan en la configuración de su propia identidad, llegando a contemplarlos como espacios simbólicos de gran riqueza a través de los que construir numerosos significados que pueden emplear en sus experiencias personales (Pindado, 2006). No obstante, la identidad no es algo único e inmutable, sino que se mantiene en continua evolución y hace uso del potencial de los discursos televisivos como recurso idóneo para construirse, deconstruirse y modificarse (Barker, 2003).

En los casos en los que la identidad se encuentra en un periodo de formación, como es la adolescencia, el efecto socializador de la ficción incide en mayor medida. Es durante

esta etapa de transición entre la niñez y la edad adulta cuando, como individuos, vivimos una transformación física, psicológica y social que constituye un proceso de maduración y construcción de la personalidad (Luzón, Figueras y Jiménez, 2009). Tal y como afirma Gabelas:

La adolescencia es el período narcisista por excelencia, el niño deja de serlo y en la entrada al adulto precisa una buena imagen que le proporcione seguridad, confianza. (...) La televisión agiganta y multiplica las dimensiones de este espejo, poblando de reflejos y espejismos el universo icónico juvenil en sus modelos y paraísos publicitarios (Gabelas, 2005: 143).

Los adolescentes son espectadores muy susceptibles de ser influenciados por los contenidos vehiculados por los medios, tanto por su necesidad de exploración y aprendizaje de la realidad como por su capacidad para comprender e interpretar aquello que consumen (Fedele y García-Muñoz, 2010). Mediante las series televisivas, los jóvenes pueden identificarse con los personajes (Montero, 2006; Igartua, 2010), adquirir una percepción de similitud con estos (Hoffner & Buchanan, 2005), comparar y reflexionar acerca de las situaciones representadas y los comportamientos de los personajes con los propios (Von Feilitzen, 2014), e identificar modelos sobre cómo debería ser la adolescencia y los adolescentes (Masanet y Fedele, 2019).

Por tanto, analizar el discurso que la ficción televisiva ofrece sobre la adolescencia resulta esencial para conocer los modelos identitarios y aspiracionales que se presentan y que son susceptibles de ser puestos a prueba, modificados y contrastados por los espectadores (Livingstone, 1998).

En la adolescencia existen diversas fuentes de información que se potencian u oponen: la familia, las instituciones educativas y los grupos de pares son las más significativas. Debido a la precariedad de la esfera profesional y la incorporación de la mujer al mercado laboral, a medida que las instituciones tradicionales han perdido peso en la carga educativa, la construcción de la identidad se ha desplazado hacia otras actividades que se desarrollan en el tiempo libre (Luzón, Figueras y Jiménez, 2009). En dicha dirección, las series adquieren una importancia significativa al constituirse como uno de los contenidos televisivos favoritos de los adolescentes, tanto a través de la televisión como desde el ordenador (Funes, 2008; López y Gómez, 2012; Fedele, 2021).

Estos productos audiovisuales ofrecen una transcripción simbólica de la realidad capaz de complementar, potenciar o anular la influencia de otros agentes sociales. Durante la etapa adolescente, caracterizada por la construcción de la identidad y la pertenencia del individuo, aumenta la posibilidad de generar relaciones parasociales con los personajes de ficción, de forma que estos puedan llegar a ser percibidos como parte de su colectivo familiar, amistoso o social (Livingstone, 1998). Estas relaciones merecen especial atención en el caso de las *teen series*, puesto que están dirigidas específicamente a un *target* juvenil y adquieren una mayor verosimilitud al estar protagonizadas por personas de edades similares a las de su público (Harwood, 1997; Meyer, 2009).

Siguiendo las conclusiones de Buckingham (2003), se puede afirmar que los medios de comunicación no ofrecen una ventana translúcida del mundo, pero sí configuran nuestra visión de la realidad y nos proporcionan las herramientas necesarias para interpretarla. Más allá del entretenimiento, los jóvenes pueden atribuir a los productos de ficción seriada diferentes funciones, entre las que destacan la informativa y la social (Von Feilitzen, 2004).

La función informativa hace referencia a la posibilidad de conocer y adquirir nuevos conocimientos sobre temas en los que son más inexpertos: roles sociales, relaciones interpersonales y afectivas, problemáticas específicas de esta fase clave como el consumo de alcohol o de drogas, y otras cuestiones de carácter amoroso y sexual (Fedele y García-Muñoz, 2010). Esta capacidad se ve potenciada cuanto menor sea la experiencia directa del espectador sobre un aspecto concreto de la realidad ya que, tal y como apunta Chicharro (2011: 183), la ficción televisiva “hace de instrumento de educación informal de los espectadores”. Por otro lado, la función social permite a los adolescentes incrementar las interacciones con el grupo de iguales, buscando la aceptación a través de vivencias compartidas y convirtiéndolas en un tema de conversación a través del que dialogar y aportar opiniones propias (França, 2011).

El papel atribuido a la ficción televisiva difiere de unos estudios a otros en función de la perspectiva a partir de la cual se abordan. Tradicionalmente, ha prevalecido una visión centrada en el mensaje que sitúa al receptor como un ser pasivo, concluyendo que los efectos de los medios son nocivos y ejercen un poder sustitutorio de las experiencias reales (Thompson, 1998), tal y como afirma Bindig (2008: 5), “aunque sería ridículo pensar que los espectadores imitan exactamente lo que se retrata en los medios que les rodean, sería igualmente ingenuo creer que estos mensajes no tienen trascendencia”. La ficción puede ser mucho más eficaz a la hora de ejercer influencia sobre opiniones y actitudes que los contenidos informativos o publicitarios, donde la audiencia es más consciente de la posible manipulación o persuasión existente (Guarinos, 2009). No obstante, las investigaciones más recientes que contemplan una perspectiva sociocultural y constructivista apuntan que los adolescentes son telespectadores activos y con capacidad crítica para incorporar la información televisiva de forma complementaria a las experiencias reales (Pindado, 2006; Medrano, Aierbe y Orejudo, 2009; Luzón, Figueras y Jiménez, 2009; Masanet y Buckingham, 2015).

De este modo, se puede afirmar que los mensajes televisivos no son unívocos ni cerrados, puesto que existe una implicación por parte de las personas jóvenes en la producción de significado que puede ser guiada por distintos mediadores con el fin de reconstruirlo (Rodríguez, Medrano, Aierbe y Martínez, 2013). En este sentido, parece haber consenso en la necesidad de enseñar a leer, analizar y decodificar críticamente los mensajes que contienen las series de televisión para contrarrestar el impacto negativo que puedan tener en el desarrollo de la identidad adolescente (Carducci y Rhoads, 2005; Gabelas, 2005; Medrano y Cortés, 2007). Por tanto, se puede afirmar que quien realmente tiene la capacidad de entender, decidir e interpretar de forma activa y rutinaria si la influencia de la ficción es positiva o negativa es el propio espectador y su relación con el entorno.

1.1. Antecedentes del estudio de las *teen series*

El estudio de la construcción social de los adolescentes en el seno de los trabajos sobre ficción televisiva ha suscitado un notable interés en el ámbito académico. Las investigaciones sobre esta temática se inician en Estados Unidos y Reino Unido a partir de la década de los ochenta, momento en el que los adolescentes emergen como audiencia potencial del género (Luzón, Figueras y Jiménez, 2009) y se establecen conclusiones acerca de la identificación de estos con los personajes y las tramas (Lemish, 1985; Rubin, 1985; Allen, 1989; Arnett, 1995).

A partir de los noventa, autores estadounidenses defienden estudios que confirman el uso instrumental de los medios como fuente de aprendizaje en la configuración de la identidad juvenil (Barker y Andre, 1996) y se incrementan las investigaciones de las *teen series* desde la metodología del estudio de caso, tanto en el ámbito norteamericano, con el análisis de ficciones como *Sensación de vivir* (FOX, 1990-2000) de Povlsen (1996); Dawson Crece (WB, 1998-2003) de Meyer (2003); o *Smallville* (WB, 2001-2011) de Banks (2004); como en países de habla no inglesa, con casos de estudio como la comedia francesa *Hélène et les garçons* (TF1, 1992-1994) de Pasquier (1998).

En el contexto español, el estudio de las *teen series* como subgénero de la ficción no había suscitado tanto interés como en el mundo anglosajón, a pesar de que algunos trabajos que han analizado la representación social en la ficción televisiva han contemplado la figura de los adolescentes (Pindado, 2006; Guarinos, 2009; Lacalle, 2013). Los estudios más relevantes en lo que a las *teen series* se refiere residen en los análisis de caso, como ocurriría a finales de los noventa en la investigación de Estados Unidos y Reino Unido. En concreto, se han realizado estudios sobre ficciones juveniles paradigmáticas como *Compañeros* (França, 2001), *El Internado* (Guarinos, Gordillo, Ramírez y Hermida, 2010), *Física o Química* (Masanet, Medina y Ferrés, 2012; Falcón y Díaz-Aguado, 2013), *Los protegidos*, *El Barco* (Masanet y Fedele, 2019), *SKAM España* (Sabina, de la Fuente y Martínez, 2019) o *Merlí* (Mateos-Pérez, 2021), entre otros. Recientemente, un trabajo de Lacalle, Gómez e Hidalgo (2021) ha puesto sobre la mesa el fenómeno de la *teen serie* española con un enfoque sociosemiótico que aporta una radiografía del estado del subgénero en el panorama español.

Además, se constata el interés por las investigaciones sobre los personajes jóvenes desde una perspectiva de género, incidiendo en la representación de los estereotipos (Guarinos, 2009), y el tratamiento de la sexualidad (García-Manso, 2013; Figueras, Tortajada y Araüna, 2014; Lacalle y Castro, 2017). Por otro lado, también se observan estudios enfocados a la investigación de los discursos sociales y educativos sobre la juventud presentes en la ficción española (Belmonte, 2018), así como al análisis del perfil y las preferencias de consumo televisivo juvenil (Medrano, Aierbe y Orejudo, 2009; Korres y Elexpuru, 2016; Menéndez, Figueras-Maz y Núñez, 2017).

Es evidente que las series se han constituido como un espacio simbólico e ideológico significativo en la construcción de la identidad adolescente y el “sentimiento de pertenencia a una cultura con modas, hábitos, estilos de vida, valores, preocupaciones e inquietudes propios” (Montero, 2006: 18). Por ello, resulta fundamental considerar que estos productos pueden articular metáforas sobre los cambios sociales juveniles (Belmonte, 2017) y ser conductores de posibles estereotipos que perpetúan creencias sociales e imaginarios colectivos ya asentados en la sociedad, al mismo tiempo que repiten y reafirman las normas y modelos que imitan (García-Manso, 2003).

Otros estudios se han centrado en el análisis de la percepción de los jóvenes respecto a la ficción, y concluyen que existe un mayor interés por parte del género femenino, pese a que ambos los siguen con continuidad (Medrano y Cortés, 2007). Además, Menéndez, Figueras-Maz y Núñez (2017) han revelado que la selección de títulos por parte de los adolescentes refleja un consumo estereotipado y con roles de género muy marcados, puesto que los chicos tienden a elegir series de acción o ciencia ficción, mientras que las chicas prefieren las de corte romántico y/o familiar. Por otro lado, Alberó (2006) constata un prominente interés por las teleseries de producción nacional que integran tramas de protagonismo adolescente, tales como *Los Serrano* (Telecinco, 2003-2008)

o *Cuéntame cómo pasó* (TVE, 2001-). Respecto a los personajes, se concluye que los adolescentes tienden a identificarse con aquellos que tienen su misma edad y género (Montero, 2006), aunque diversos autores manifiestan que tanto chicos como chicas prefieren a los protagonistas masculinos (Medrano, Aierbe y Orejudo, 2009; Bermejo, 2012).

2. Objetivos y metodología

El presente trabajo pretende realizar un estudio sobre la representación que se realiza en las *teen series* recientes españolas (2015-2021) sobre el consumo de alcohol, tabaco y otras drogas por parte de la población joven. Teniendo en cuenta los distintos canales de consumo de ficción audiovisual a los que tiene acceso la juventud, se han seleccionado productos de ficción de dos medios diferenciados, como son la televisión convencional y las plataformas de vídeo bajo demanda, con el objetivo de poder abordar diferencias y similitudes en lo que al tratamiento sobre el consumo de sustancias psicoactivas por parte de los jóvenes se refiere.

De este objetivo general surgen nuevos objetivos específicos que pretenden:

- OE1. Analizar el tratamiento del consumo de alcohol de los jóvenes en las *teen series*.
- OE2. Analizar el tratamiento del consumo de tabaco de los jóvenes en las *teen series*.
- OE3. Analizar el tratamiento del consumo de otras drogas y/o adicciones de los jóvenes en las *teen series*.
- OE4. Establecer diferencias y similitudes en la representación del consumo de sustancias en las series de la televisión convencional y en las series creadas para el VOD.

Para la realización de la investigación se ha empleado una metodología cualitativa, que se apoya puntualmente en datos descriptivos cuantitativos. Esta metodología se ha desarrollado, en primer lugar, seleccionando los personajes adolescentes que aparecen representados en las ficciones televisivas que conforman la muestra, entendidos como personas que se encuentran en una franja de edad comprendida entre los 14 y los 19 años¹, esto es, la etapa de adolescencia mediana (14-16 años) y tardía (17-19 años), según la segmentación establecida por UNICEF.

La muestra comprende una selección de seis series de ficción, tres de ellas emitidas originalmente en cadenas españolas en abierto y tres creadas para plataformas de vídeo bajo demanda, con el objetivo de poder ofrecer una comparación sólida sobre los modelos adolescentes representados en sendos medios.

Se han descartado, por tanto, ficciones creadas exclusivamente para el medio digital de cadenas convencionales, como es el caso de la *webserie Si fueras tú* (Playz, 2017). También aquellas cuyos protagonistas preadolescentes no se encuentran en la franja de edad señalada (14-19 años), como la serie de corte infantil-juvenil *Los espabilados* (Movistar+, 2021-).

Todas las series han sido emitidas a partir de 2015, criterio que se ha aplicado con

1. El presente estudio recopila a los personajes que se encuentran en una etapa de adolescencia mediana (14-16 años) y tardía (17-19 años), según la clasificación adoptada por [UNICEF](#).

el objetivo de identificar las tendencias más recientes a partir de la transformación del sector audiovisual con la llegada a España de Netflix, la primera distribuidora de contenido televisivo digital de pago. Se ha considerado este año como el punto de inflexión de la rápida expansión de nuevas plataformas de distribución de contenidos audiovisuales, como HBO, Amazon Prime Video o Movistar+, que han revolucionado el modelo convergente de la televisión con internet y se han configurado como un rival de la televisión generalista nacional. Las series sobre las que se ha trabajado se pueden consultar en la Tabla 1.

Medio	Muestra	Cadena	Año	Temporadas analizadas	Episodios	Duración	N.º personajes analizados
TV	<i>Merlí</i>	TV3	2015-2018	3	40	60'	12
	<i>Las del hockey</i>	TV3	2019-2020	2	26	50'	13
	<i>HIT</i>	TVE	2021-	1	10	60'	9
VOD	<i>Élite</i>	Netflix	2018-	3	24	45'	15
	<i>SKAM España</i>	Movistar+	2018-2021	4	39	30'	18
	<i>El Internado: Las Cumbres</i>	Amazon Prime Video	2021-	1	8	50'	9

Tabla 1. Muestra de análisis. Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta que algunas de las series escogidas no han finalizado su período de emisión, es conveniente señalar que el análisis realizado comprende a los personajes que han participado en las temporadas emitidas desde la creación de las producciones hasta el primer trimestre del año 2021.

Para la elaboración del trabajo se ha llevado a cabo el visionado completo de las ficciones que componen la muestra, así como la recopilación de los personajes adolescentes de las series escogidas y su categorización dentro de su contexto narrativo. Posteriormente, se ha realizado una tabla de recogida de datos (Tablas 2 y 3) en la que se detalla información acerca de los 76 personajes que comprende el corpus de análisis.

Dado que la finalidad del presente estudio reside en ofrecer una visión global de la representación y el tratamiento narrativo sobre el consumo de sustancias psicoactivas (alcohol, tabaco y otras drogas) por parte de los jóvenes, se han establecido tres posibles etiquetas para cada una de las variables específicas (consumo social, habitual o no consumo) con el fin de determinar de forma más concreta la frecuencia y el modo en el que los adolescentes se representan consumiendo. De este modo, se ha analizado si se trata de un consumidor social, es decir, no consume en solitario, pero sí lo hace de manera esporádica cuando se encuentra con compañeros y/o amigos; de un consumidor habitual, entendido como alguien que consume cotidianamente, sea en soledad o en grupo; o de un personaje que no se representa consumiendo a lo largo de la narración. Finalmente, resulta necesario señalar que a pesar de que encontramos personajes en los que se infiere una adicción a alguna de las sustancias mencionadas, se ha prescindido de esta etiqueta debido a la dificultad para identificarla en ausencia

de un diagnóstico profesional que lo determine.

Información general sobre el personaje	
Variable	Etiqueta
Género	Masculino, femenino u otro.
Tipo de personaje	Principal, secundario o recurrente.
Protagonismo	Individual, en pareja o coral.
Procedencia	País de origen.
Religión	Católico, musulmán, judío, ateo u otro.
Rendimiento académico	Malo, regular, bueno o excelente.
Clase social	Nivel socioeconómico del personaje: baja, media o alta.

* En todas las variables se ha contemplado la etiqueta N/S para hacer referencia a aquellos casos en los que no hay datos o se ha planteado otra circunstancia ajena a los parámetros de la investigación.

Tabla 2. Variables generales de análisis. Fuente: elaboración propia.

Información específica sobre el personaje	
Variable	Etiqueta
Alcohol	Indica si el personaje es bebedor en un entorno social, es consumidor habitual o no consume alcohol.
Tabaco	Indica si el personaje es fumador en un entorno social, es consumidor habitual o no consume tabaco.
Drogas	Indica si el personaje se droga en un entorno social, es consumidor habitual o no consume drogas.
Otras adicciones	Variable abierta

Tabla 3. Variables específicas de análisis. Fuente: elaboración propia.

3. Resultados

3.1. Rasgos descriptivos de los jóvenes de las *teen series*

Los datos descriptivos acerca de los 76 personajes que conforman la selección muestral permiten detectar una presencia global equilibrada entre el género masculino (54%, 41 casos) y el femenino (46%, 35 casos). En relación con el tipo de personaje, se observa que 50 (60%) de los adolescentes representados cuentan con un papel principal en la trama, 20 (26%) son personajes secundarios, y 6 (8%) aparecen de forma recurrente. Además, se detecta el predominio de un reparto coral en todas las *teen series* analizadas, ya que el 95% (72 casos) de los personajes cuenta con una relevancia similar en la narración, a excepción de Bruno y Pol en *Merlí* y Amaia y Paul en *El Internado: Las Cumbres* que obtienen un protagonismo individual.

En cuanto a la procedencia de los personajes, se observa que España es el país predominante con un 79% (51 casos), seguido por una representación residual de Marruecos (7%, 3 casos), Palestina (3%, 2 casos) y Francia (3%, 2 casos). Por otro lado, si se analiza la variable que identifica la religión, se detecta que 8 (10%) jóvenes manifiestan ser practicantes del islam, seguidos por los 6 (8%) que mencionan ser católicos y los 2 (3%) que son ateos. Por último, destaca una notable mayoría de 60 (79%) personajes

que no manifiestan en la narración sus creencias religiosas, en caso de que las tengan.

Según los datos obtenidos acerca de la clase social, se detecta que la clase media es la más representada con un 49% (37 casos), seguida por la clase alta con un 24% (18 casos) y la baja con un 18% (14 casos). Con respecto al rendimiento académico, destacan los jóvenes con un buen nivel (37%, 28 casos), regular (21%, 16 casos) y malo (20%, 15 casos), otorgando una escasa representación a aquellos cuyo rendimiento es excelente (13%, 10 casos).

Por otro lado, si comentamos las variables específicas de análisis que hacen referencia al consumo sustancias de los personajes que conforman la muestra nos ha permitido identificar que, en términos generales, el alcohol es la sustancia más representativa al ser detectada en 71 de los casos, seguida por el tabaco en 59 casos, y otras drogas, entre las que destacan el cannabis o la cocaína, también detectadas en 59 casos (ver gráfico 1). Del total de casos analizados, se observa que únicamente 4 personajes (5%) no consumen ninguna de las sustancias analizadas, 10 consumen solo una de ellas (13%) y 62 (82%) se representan consumiendo al menos dos.

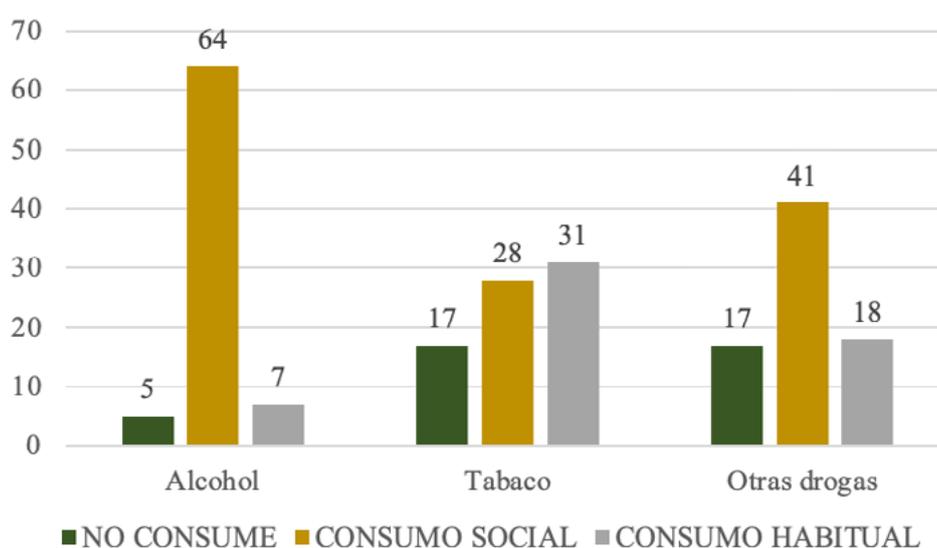


Gráfico 1. Consumo de sustancias por parte de los jóvenes. Fuente: Elaboración propia

3.2. El consumo de alcohol en los jóvenes de las *teen series*

En cuanto a las distintas formas de consumo establecidas, se observa que los jóvenes que consumen alcohol lo hacen principalmente en un entorno social (84%, 64 casos). Se detecta una tendencia notable en las *teen series* españolas a representar a los adolescentes bebiendo en situaciones sociales que pueden ir desde una reunión tranquila hasta entornos festivos en los que se ingiere una cantidad abundante de alcohol mediante la práctica del botellón, tal y como se refleja en todas las ficciones analizadas. Por otra parte, podemos encontrar a 7 jóvenes (9%) que beben alcohol habitualmente, tanto en grupo como individualmente, y dejan entrever una alta posibilidad de que esta práctica les conduzca a una adicción. Si atendemos al tratamiento narrativo ofrecido acerca de los jóvenes que beben alcohol de forma habitual podemos encontrar dos perfiles diferentes. Por un lado, se observan personajes que utilizan el alcohol como medio para hacer frente a sus problemas pero que, cuando el conflicto que les había empujado a beber se resuelve, recuperan el control y frenan el consumo, como podemos ver en Raquel en *Las del hockey* o Guzmán en *Élite*. Por otro lado, encontramos casos

en los que el consumo de alcohol es tan elevado que interfiere de forma significativa en el desarrollo de diferentes aspectos de las vidas de los personajes, tal y como se observa en Óscar en *Las del hockey* o Valerio en *Élite*, quienes se muestran incapaces de controlar la cantidad de alcohol que ingieren.

Resulta relevante poner en relación la variable que analiza el consumo de alcohol por parte de los jóvenes y la información obtenida en las variables generales con el fin de identificar las tendencias de representación y profundizar en el tratamiento narrativo ofrecido por las *teen series* españolas. De este modo, si analizamos el tipo de personaje observamos que del total de jóvenes que consumen alcohol (93%, 71 casos), ya sea de forma social o habitual, el 66% (47 casos) cuenta con un papel principal en la trama, el 27% (19 casos) son personajes secundarios y el 7% (5 casos) aparece de forma recurrente. En cuanto al protagonismo, se observa el predominio de un reparto coral (94%, 67 casos), algo lógico si tenemos en cuenta que en las ficciones estudiadas destaca la presencia de personajes principales con una relevancia similar. No obstante, es evidente el vínculo existente entre el elevado consumo de alcohol por parte de los jóvenes, quienes beben principalmente acompañados en un entorno social, y el retrato coral, es decir, grupal, que las *teen series* ofrecen sobre los adolescentes.

Por otra parte, observamos que el perfil del consumidor de alcohol se detecta de forma ligeramente superior en el género masculino (58%, 41 casos) que en el femenino (42%, 30 casos). En términos relativos, cabe destacar que el 100% de los hombres representados beben alcohol, frente al 86% (30/35 casos) de las mujeres. A pesar de que las diferencias no son demasiado significativas, dado que el relato no incide en este aspecto, destaca el hecho de que los escasos 5 personajes que no consumen alcohol sean mujeres. Un ejemplo de ello lo encontramos en Amira y Dounia en *SKAM España*, quienes aclaran no beber por respeto a sus creencias religiosas, y en Inés, Adele y Rita en *El Internado: Las Cumbres*, cuyo consumo de alcohol en la narración es inexistente. Si atendemos a los datos obtenidos sobre la procedencia, se observa que de los personajes que consumen alcohol, el 80% (57 casos) procede de España, lo que supone un 97% (57/59 casos) de los jóvenes españoles. Por su parte, los personajes procedentes de otros países, representan un 20% (14 casos) del total de consumidores, y un 82% (14/17 casos) entre los jóvenes de origen extranjero representados.

No parece que exista una relación directa que ponga de relieve el rendimiento académico con el consumo de alcohol, puesto que se detecta un equilibrio entre los jóvenes buenos o excelentes estudiantes que beben alcohol (48%, 34 casos) y los que tienen un perfil académico regular o malo (42%, 30 casos). En cuanto a la clase social, se observa un mayor consumo entre los jóvenes con un nivel socioeconómico medio con un 49% (35 casos), seguido por el alto y el bajo con un 23% (16 casos) y un 20% (14 casos), respectivamente. Dado que los datos obtenidos resultan acordes al número de personajes representados en las diferentes clases sociales, se ha considerado relevante profundizar en el grado de consumo que presentan con el fin de obtener resultados más concretos. De este modo, se observa que los personajes de clase media que consumen alcohol son principalmente bebedores sociales (94%, 33 casos), aunque también se detectan 2 casos (6%) cuyo consumo es habitual, como vemos en Erika en *HIT* y Óscar en *Las del hockey*. Por su parte, en la clase alta encontramos 11 (69%) personajes que consumen en un entorno social y 5 (31%) que lo hacen habitualmente, mientras que todos los personajes de clase baja son bebedores sociales (100%, 14 casos).

Si realizamos una comparación entre la representación del consumo de alcohol en las series de la televisión convencional y en las series creadas para el VOD, se detecta que en las producciones para la televisión generalista todos los personajes beben, bien sea de forma social (91%, 31 casos) o habitual (9%, 3 casos). En cambio, en las plataformas *in streaming* se observa a 5 (12%) adolescentes que no consumen alcohol, aunque lo cierto es que la mayoría sí lo hace, ya sea como bebedores sociales (79%, 34 casos) o habituales (9%, 4 casos). A pesar de que en ambos medios se representa un elevado número de personajes que beben alcohol, las ficciones del VOD contemplan una mayor normalización del no consumo, algo inexistente en la televisión generalista (Gráfico 2).

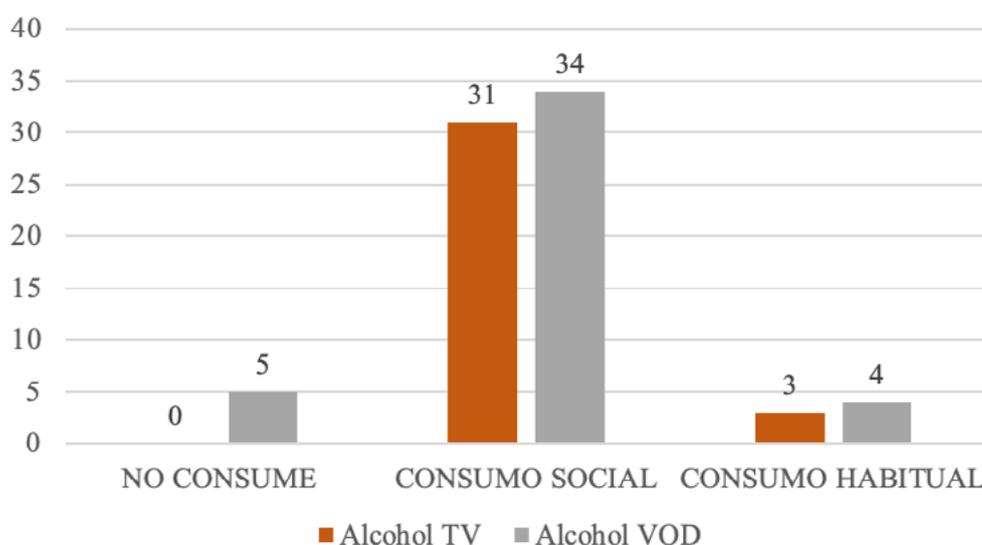


Gráfico 2. Comparativa de la representación del consumo de alcohol en la televisión convencional y las plataformas de VOD. Fuente: Elaboración propia

Si bien es cierto que los datos apuntan a un consumo levemente menor en las *teen series* para el VOD, el tratamiento narrativo que se presenta dista mucho entre un medio u otro. En las series de la televisión generalista *Merlí* y *Las del hockey* se representa a los jóvenes bebiendo alcohol de forma puntual en reuniones sociales o fiestas, y aunque en *HIT* se muestra un consumo más elevado, todas las narrativas inciden en algún momento de la serie en las consecuencias negativas que puede producir un consumo abusivo: Joan en *Merlí* sufre un coma etílico, Óscar en *Las del hockey* atropella a una persona por conducir ebrio, y en *HIT* es el propio adulto protagonista el que experimenta una recaída en el alcohol que sirve de ejemplo para el grupo de adolescentes. Por su parte, las ficciones de las plataformas presentan diversos escenarios: mientras que en *SKAM España* se muestra un consumo moderado asociado al ocio y en *El Internado: Las Cumbres* el alcohol no tiene apenas protagonismo, en *Élite* los jóvenes aparecen bebiendo alcohol en todos los capítulos de forma desenfrenada, sin ningún tipo de reflexión o crítica al respecto.

Por todo lo expuesto, podemos decir que los adolescentes representados en las *teen series* españolas reflejan un consumo de alcohol extendido y normalizado. Teniendo en cuenta que el alcohol es, con diferencia, la sustancia psicoactiva más consumida entre los adolescentes de 14 a 18 años en España (OEDA, 2020), se constata la capacidad de la ficción televisiva para configurarse como un retrato de la sociedad en la que se encuentra inmersa.

3.3. El consumo de tabaco en los personajes de las *teen series*

En cuanto al consumo de tabaco, se observa que el 41% (31 casos) de los personajes son fumadores habituales, el 37% (28 casos) son fumadores sociales, y el 22% (17 casos) no se muestra fumando tabaco en ninguna ocasión. Algunos ejemplos los podemos encontrar en los personajes de Cris y Dani en *SKAM España* o Andrés y Marga en *HIT* (fumadores habituales), Emma y Raquel en *Las del hockey* (fumadoras sociales); y Mònica e Iván en *Merlí* o Eric, Paul y Julio en *El Internado: Las Cumbres* (no fumadores).

Si relacionamos el consumo de tabaco con el tipo de personaje observamos que, al igual que sucede con el alcohol, son los personajes principales los que más se relacionan con el tabaco con un 68% (38 casos). En relación con el protagonismo, el 95% (56 casos) de los personajes que consume tabaco forma parte de un reparto coral, frente al 5% (3 casos) de protagonistas individuales, tal y como vemos en Amaia en *El Internado: Las Cumbres* y Pol y Bruno en *Merlí*.

En lo que al perfil psicosocial del personaje que consume tabaco se refiere, detectamos que el 44% (26 casos) de ellos son mujeres y el 56% (33 casos) son hombres. De entre las mujeres representadas en las ficciones analizadas, se detecta que el 74% (26/35 casos) son fumadoras, principalmente de forma social (16 casos), aunque también encontramos personajes que fuman habitualmente (10 casos). Por su parte, de todos los hombres que componen la muestra, los que fuman tabaco suponen el 80% (33/41 casos), de los cuales el 36% (12 casos) lo hace en un entorno social y el 64% (21 casos) de forma habitual. En este sentido, cabe señalar que los resultados obtenidos no coinciden con los datos estadísticos del Observatorio Español de las Drogas y Adicciones (OEDA, 2020) para el año 2020 en España, según los cuales el consumo de tabaco es más frecuente en el grupo femenino que en el masculino, a pesar de que la diferencia se ha reducido progresivamente en los últimos años.

En relación con la procedencia, se observa un consumo de tabaco mayor por parte de los jóvenes españoles (82%, 49 casos) que de los personajes de origen extranjero (18%, 11 casos), lo que implica que el 83% de los jóvenes españoles que aparecen en las *teen series* fuma, en contraste con el 65% de los personajes procedentes de otros países. Por otra parte, no parece que la religión adquiriera un peso significativo en este aspecto, puesto que entre los jóvenes que manifiestan ser católicos encontramos casos en los que no son fumadores, como Mònica en *Merlí* o Rita en *El Internado: Las Cumbres*, y casos en los que sí fuman, como Lucrecia en *Élite* o Janina en *Las del hockey*. Del mismo modo, algunos personajes musulmanes como Nadia o Malick en *Élite* son no fumadores, y otros como Nourdin en *HIT* o Kassim en *SKAM España* son fumadores habituales.

En cuanto al rendimiento académico de los personajes fumadores, se detecta que el 45% (25 casos) responde al perfil de buen estudiante y el 50% (28 casos) al de estudiante con un nivel inferior. Si profundizamos en el análisis, destaca el hecho de que de los 31 jóvenes etiquetados como mal o regular estudiante, 28 consumen tabaco (90%), mientras que los buenos o excelentes estudiantes solo fuman en el 64% de los casos (25/39 casos). Por otra parte, si atendemos a la clase social se observa que la clase media es la que más consume tabaco con un 56% (33 casos), seguida por la clase baja con un 20% (12 casos) y la clase alta con un 17% (10 casos). Teniendo en cuenta que la muestra está compuesta por 18 personajes de clase alta y 14 de clase baja, destaca que el porcentaje de jóvenes fumadores con un nivel socioeconómico bajo sea mayor.

A pesar de que el consumo de tabaco se representa como una práctica normalizada

que pasa desapercibida, la acción de fumar se asocia a los personajes que tienden a ocupar una posición superior en el grupo de pares, caracterizados por ser los rebeldes y “malotes” de la serie. Un ejemplo de ello se observa en Amaia y Paz en *El Internado: Las Cumbres*, Pol y Berta en *Merlí*, Rebeka, Omar y Valerio en *Élite* o cualquiera de los personajes de *HIT*. Se trata de una paradoja de la ficción televisiva juvenil en la que el tabaco se representa como un símbolo de irreverencia y empoderamiento que contribuye a normalizar la figura del fumador, en contraste con la mala imagen que tiene actualmente el tabaco en la sociedad.

En cuanto a la presencia del tabaco entre los jóvenes de las ficciones para la televisión convencional y las plataformas *in streaming*, se detecta un menor consumo en las series para el *VOD*, donde encontramos la ausencia de personajes que fumen tabaco en 13 casos (31%), en contraste con los 4 casos (12%) de la ficción generalista. En este sentido, podemos afirmar que las series para el *VOD* apuestan por una representación más realista, acorde a los datos obtenidos por el OEDA (2020)², al mostrar una cantidad menor de jóvenes que no fuman, frente a la escasez de personajes que no consumen tabaco de la televisión generalista (ver gráfico 3). En relación con el consumo social y el habitual la diferencia detectada es mínima, ya que en ambos medios se observa un consumo ampliamente extendido.

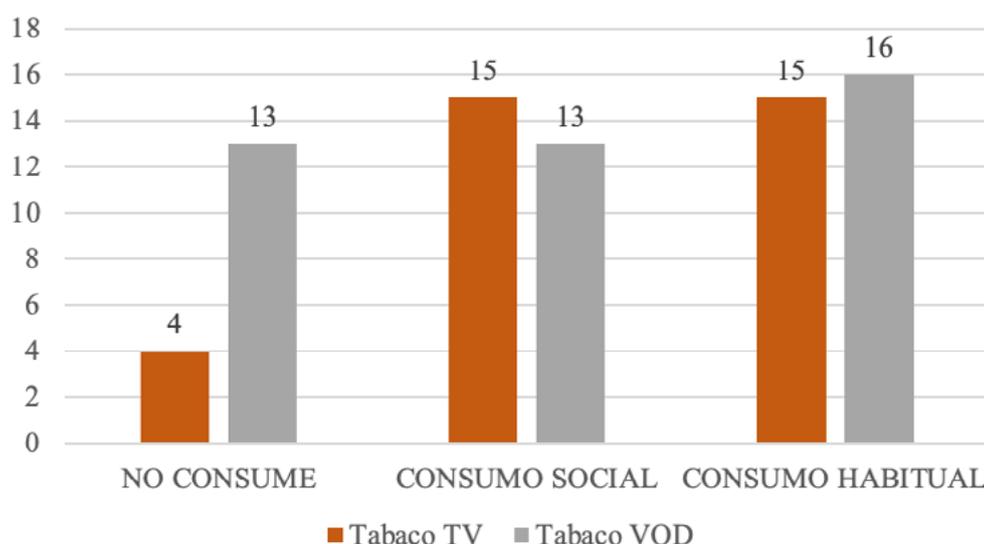


Gráfico 3. Comparativa de la representación del consumo de tabaco en la televisión convencional y las plataformas de *VOD*. Fuente: Elaboración propia

3.4. Consumo de otras drogas y otras adicciones

En cuanto al consumo de otras sustancias psicoactivas, entre las que destaca el cannabis como la sustancia con mayor prevalencia, se ha detectado el consumo en un entorno social en un 57% (43 casos) de los personajes, seguido por un 21% (16 casos) que hacen uso de forma habitual, y 17 que no consumen (22%). Teniendo en cuenta el protagonismo que tienen las drogas en *Élite*, se puede encontrar una representación de ambas formas de consumo entre sus personajes: un ejemplo de ello se observa en Samuel y Lucrecia, quienes no se drogan con frecuencia, pero sí en entornos festivos (consumidores sociales), o Ander, Omar, Valerio y Carla (consumidores habituales), quienes se representan fumando cannabis a diario y, en el caso de Valerio y Carla, consumiendo cocaína sin control en múltiples ocasiones. Por otro lado, resulta relevante el caso de Inés en *El Internado: Las Cumbres*, dado que sufre una adicción a las drogas

que no es voluntaria, si no que está provocada por la fuerte medicación que su padre le obliga a tomar desde hace años y que le lleva incluso a padecer amnesia.

En términos generales el consumo de drogas en la ficción tiende a reflejarse como una práctica común, sobre todo en relación con el cannabis, que se representa como una sustancia de bajo riesgo y de fácil disponibilidad, algo que se corresponde con los datos del OEDA (2020), según los cuales el cannabis es la sustancia psicoactiva ilegal con mayor prevalencia entre los jóvenes de 14 a 18 años en España. Otra de las drogas que cuenta con una presencia significativa en las *teen series* españolas es la cocaína, cuyo consumo tiende a representarse con normalidad asociado a entornos festivos y el descontrol, tal y como se observa en *Élite*, donde el consumo de cocaína está presente de forma evidente en la mayoría de los encuentros.

No obstante, debemos resaltar que la ficción televisiva también contempla tramas que tratan de incidir en las consecuencias negativas que se pueden derivar del consumo de drogas, tales como los brotes psicóticos (Gerard en *Merlí*), la dificultad para tomar consciencia bajo los efectos de las drogas (Carla en *Élite*) o la recurrencia a estas para aliviar el malestar (Erika en *HIT*). Además, en este último caso, el abuso que hace Erika de las drogas adquiere una relevancia significativa en la narración, ya que se representa como el conflicto central del personaje y se constituye como su característica definitoria: Erika es una joven adicta al alcohol y a las drogas que comienza a consumir para tratar de ocultar su dolor tras la muerte de su madre por sobredosis. El negocio de su padre, una farmacia, le permite acceder a determinadas sustancias y robarlas, tanto para venderlas a terceros como para su propio consumo. En este contexto, *HIT* apuesta por mostrar a lo largo de la narración los efectos que tienen las drogas en Erika, quien adopta una actitud pasiva frente a todo lo que le rodea, se presenta en clase colocada diariamente y llega a sufrir un desmayo como consecuencia de un fuerte abuso de sustancias durante una fiesta. Finalmente, la ficción plasma la necesidad de tomar consciencia del problema, contar con el apoyo del entorno más cercano y buscar ayuda profesional.

Por otro lado, si atendemos al género de los personajes que consumen otras drogas diferentes al alcohol y el tabaco no detectamos diferencias destacables, ya que aunque el 46% (27 casos) son mujeres y el 54% (32 casos) son hombres, estos casos suponen el 77% (27/35 casos) y 78% (32/41 casos) del total de mujeres y hombres representados en las ficciones analizadas. No obstante, si relacionamos el género con la forma de consumo de sustancias podemos observar que el género masculino tiene una mayor tendencia a consumir drogas de forma habitual (85%, 14 casos) que el femenino (15%, 4 casos). En contraste, el consumo social tiene mayor prevalencia entre las mujeres (55%, 23 casos), frente al 45% (18 casos) de los hombres.

En el consumo de drogas no se observan diferencias significativas en lo que al rendimiento académico se refiere, ya que los personajes que consumen drogas se representan en el mismo número de casos, ya sean buenos (50%, 27 casos) o malos estudiantes (50%, 27 casos). Sin embargo, en proporción a los casos totales detectados como jóvenes con un mal rendimiento académico, se detecta que el 87% (27/31 casos) ha consumido sustancias, mientras que los buenos estudiantes se representan consumiendo en el 67% (27/39 casos) de los casos. Además, si relacionamos el consumo de drogas con la clase social podemos decir que la clase media es la más representada con un 56% (33 casos), seguida por la clase alta con un 22% (13 casos) y la baja con un 19% (11 casos).

Si realizamos una comparativa entre las plataformas de *VOD* y la televisión convencional,

se detecta una mayor presencia de jóvenes que consumen sustancias en la televisión generalista, puesto que de los 34 personajes que conforman la muestra, 31 de ellos aparecen consumiendo drogas en algún momento de la narración (91%). En cambio, en las series de las plataformas el número de casos desciende a 28 (67%) de los 42 personajes analizados. A pesar de que es un porcentaje notable en ambos casos, dado que se trata de más de la mitad de los personajes, debemos destacar que en las ficciones para las plataformas su ausencia es del 14 (33%) de los casos, mientras que en la televisión convencional únicamente de 3 (9%) (ver gráfico 4). Finalmente, si atendemos al tratamiento narrativo que se lleva a cabo en sendos medios, podemos afirmar que las ficciones para la televisión generalista plantean un discurso más educativo vinculado a las consecuencias del consumo que las series para el *VOD*, donde el consumo de drogas se representa ampliamente aceptado y se asocia al ocio.

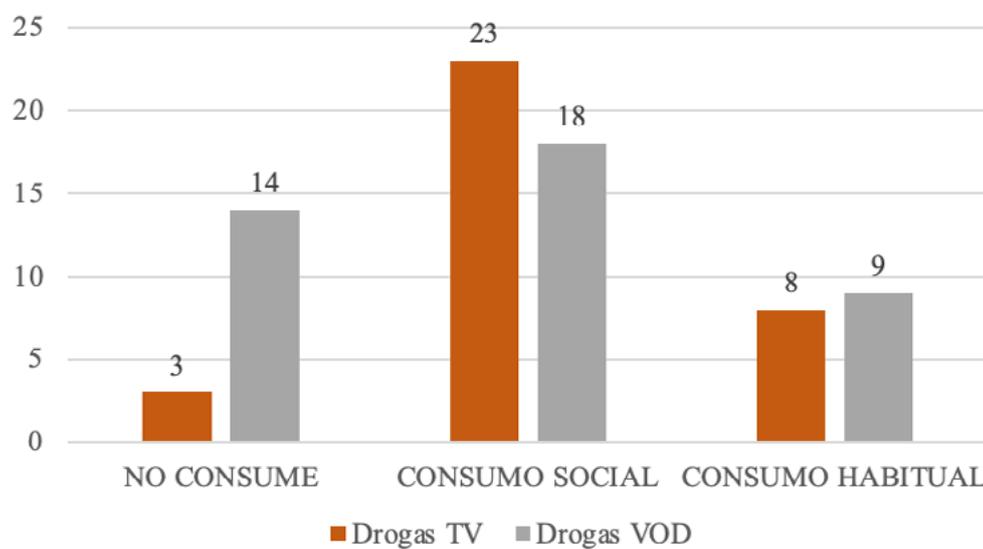


Gráfico 4. Comparativa de la representación del consumo de drogas en la televisión convencional y las plataformas de *VOD*. Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, si se atiende a la representación de otros consumos que puedan llevar a una adicción distinta a las ya mencionadas podemos observar que en las plataformas de *VOD* no se representa a ningún personaje que merezca especial atención. Los contenidos para la televisión convencional, por su parte, reflejan un total de 3 casos (9%), en los que se abordan problemáticas relacionadas con la tecnología móvil, la obsesión por el deporte o la adicción a los juegos de apuestas *online*. Un ejemplo de ello lo encontramos en Ricard de *Las del hockey*, quien se dopa para mejorar su rendimiento físico y está obsesionado con estar al máximo para ser el mejor en el deporte que practica. Del mismo modo, su compañero Óscar, además del ya mencionado consumo habitual de alcohol, sufre un trastorno adictivo por las apuestas en internet que le llevan a perder todo su dinero e incluso a robar a su madre para saciar la necesidad incontrolable de jugar. En ambos casos las ficciones representan dichas adicciones como un problema grave que padecen los personajes y del que necesitan ser conscientes para dar el primer paso hacia la recuperación. Por otro lado, podemos encontrar una adicción distinta en Darío de *HIT*, un chico solitario que sufre una dependencia a su teléfono móvil. La serie ahonda en el aislamiento que provoca esta adicción en el personaje, quien vive constantemente pegado a su dispositivo y es incapaz de relacionarse socialmente con los demás como consecuencia del mundo interno que el mismo ha creado.

4. Discusión y conclusiones

Tras el análisis presentado, podemos decir que el consumo de alcohol, tabaco y otras sustancias psicoactivas por parte de los jóvenes en la ficción televisiva es evidente, algo lógico si tenemos en cuenta que se trata de un hábito social y cultural ampliamente extendido en nuestra sociedad. Aunque el alcohol y el tabaco son las drogas más toleradas y socialmente aceptadas en las ficciones analizadas, lo cierto es que no son las únicas que cuentan con la aprobación de los jóvenes, puesto que otras sustancias como el cannabis o la cocaína están igualmente presentes asociadas al ocio.

Por otra parte, a pesar de que el consumo de tabaco parece ser un hábito en declive en la sociedad, puesto que la tendencia en los últimos años es decreciente (Guerrero, 2021), podemos afirmar que se trata de una sustancia que sigue estando muy presente en la vida de los jóvenes representados en la ficción televisiva juvenil, lo que se corresponde con los datos del OEDA (2020, según los cuales el tabaco continúa siendo la segunda droga más consumida entre los adolescentes de entre 14 y 18 años.

Como se ha constatado en la exposición de los resultados, se evidencia un consumo extendido y normalizado de sustancias psicoactivas entre las personas adolescentes representadas en la ficción juvenil. En las *teen series* españolas prácticamente todos los jóvenes beben alcohol, una gran parte fuma tabaco, y se observa un elevado número de personajes que consume drogas con frecuencia. Se constata un hecho significativo en las narrativas y es la tendencia a reflejar un consumo de sustancias asociado a la socialización y la diversión, lo que provoca que los adolescentes tengan una baja percepción de riesgo del consumo de drogas. Si bien es cierto que se presentan distintos personajes que padecen los efectos de un consumo de sustancias abusivo, en general no se apuesta por relatos críticos que reflejen las consecuencias negativas que se pueden derivar, tanto en el propio individuo que consume habitualmente (riesgo de consumo de otras drogas y adicciones, problemas de salud mental, enfermedades respiratorias, etc.) como en su entorno cercano (conflictos familiares y de pareja, aislamiento, problemas laborales, problemas económicos, etc.).

Se han detectado diferencias notables en la representación del consumo entre las producciones para la televisión generalista y las creadas para las plataformas de VOD, ya que se observa un mayor consumo en las ficciones para la televisión generalista, donde prácticamente todos los jóvenes consumen alguna de las sustancias. A pesar de que ambos medios reflejan un elevado consumo por parte de la juventud, el VOD contempla en mayor medida la representación de personajes que no consumen alcohol, tabaco y otras drogas. Sin embargo, mientras que en las ficciones para la televisión el discurso es más moderado y plantea una perspectiva más educativa y crítica en torno a las consecuencias del consumo, las series para las plataformas son las que reflejan un consumo más descontrolado y extendido entre los jóvenes en favor de aportar credibilidad a situaciones requeridas por la narración.

En definitiva, el presente trabajo nos permite concluir que las *teen series* españolas representan un estilo de vida juvenil en el que el alcohol, el tabaco y otras drogas están presentes, probablemente, en un intento por normalizar el discurso realista en las tramas narrativas. No obstante, y a pesar de la representación de tramas próximas al discurso social imperante que trata de incidir en las problemáticas derivadas del consumo de sustancias, la presencia de relatos vinculados directamente con dicho consumo no es un tema principal en los productos analizados, si no que se aborda como una particularidad más del personaje. En este sentido, se hace evidente la ausencia de

discursos que aporten una visibilidad notable a los efectos negativos derivados de las drogas y rompan con los estigmas y la desinformación existente entre los jóvenes y la sociedad en general.

Referencias

- Albero, M. (2006): "Violencia, sexo y televisión: la mirada adolescente", en *Quaderns del CAC*, vol. 22, pp. 81-90. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3mhiNXm> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Allen, R. (1989): "Bursting bubbles: *Soap Opera*, audiences and the limits of genre". En: Seiter, E.; Borchers, H.; Kreutzner, G. y Warth, E. (Eds.), *Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power*. London: Routledge, pp. 44-45.
- Arnett, J. (1995): "Adolescents' uses of media for self-socialization", en *Journal of Youth and Adolescence*, vol. 24, nº 5, pp. 519-533. Disponible en Internet: <https://doi.org/fjrd7k> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Banks, M. (2004): "A Boy for All Planets: *Roswell*, *Smallville* and the Teen Male Melodrama". En: Davis, G. y Dickinson, G. (Eds.), *Teen TV. Genre, Consumption and Identity*. London: BFI, pp. 17-28.
- Barker, C. (2003): *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós.
- Barker, C., & Andre, J. (1996): "Did you see? Teenage soaps talk and gendered identity", en *Young Nordic Journal of Youth Research*, vol. 4, nº 4, pp. 21-38. Disponible en Internet: <https://doi.org/fw8g74> [Consulta: 2 de junio de 2021].
- Belmonte, J. (2017): "Mutantes, *mutatis mutandis*: de metáfora transcultural e intermedial sobre la juventud a objeto para una coeducación audiovisual", en *EU-topías. Revista de interculturalidad, comunicación y estudios europeos*, vol. 14, pp. 101-120. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3eOR4dQ> [Consulta: 3 de enero de 2022].
- Belmonte, J. (2018): "Entre educación y televisión: discursos ideológicos en la representación de la juventud", en *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, vol. 5, nº 2, pp. 1-29. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3mSeWBJ> [Consulta: 3 de enero de 2022].
- Bermejo, J. (2012): "Los personajes y las series de ficción en la vida de los y las jóvenes", en *Revista de Estudios de Juventud*, nº 96, pp. 31-49. Disponible en Internet: <https://bit.ly/2Rt9sjW> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Bindig, L. (2008): *Dawson's Creek. A Critical Understanding*. Lexington Books.
- Buckingham, D. (2003): *Media Education. Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Carducci, R., & Rhoads, M. (2005): "Of Minds and Media: Teaching Critical Citizenship to the Plugged-in Generation", en *About Campus*, vol. 10, nº 5, pp. 2-9. Disponible en Internet: <https://doi.org/b3vjkj> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Chicharro, M. (2011): "Aprendiendo de la ficción televisiva. La recepción y los efectos socializadores de 'Amar en tiempos revueltos'", en *Comunicar*, vol. XVIII, nº 36, pp. 181-190. Disponible en Internet: <https://doi.org/b2dpdj> [Consulta: 2 de junio de 2021].
- Falcón, L., y Díaz-Aguado, M. J. (2014): "Adolescent Students as Media Fictional Characters", en *Comunicar*, vol. XXI, nº 42, pp. 147-155. Disponible en Internet: <https://doi.org/fd6q> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Fedele, M. (2021): "La segunda generación de *teen series*: programas estadounidenses, británicos y españoles de los 2000- 2010", en *index.comunicación*, vol. 11, nº 1, pp. 297-

327. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3ufDGVH> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Fedele, M., y García-Muñoz, N. (2010): "El consumo adolescente de la ficción seriada". En *Vivat Academia*, nº 111, pp. 47-64. Disponible en Internet: <https://doi.org/f367> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Figueras-Maz, M., Tortajada, I., y Araña, N. (2014): "La erótica del malote. Lecturas adolescentes de las series televisivas: atracción, deseo y relaciones sexuales y afectivas". En *Revista de Estudios de Juventud*, nº 106, pp. 49-61. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3rCjLhM> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- França, M. E. (2001): *La contribución de las series juveniles de televisión a la formación de la identidad en la adolescencia. Análisis del contenido y de la recepción de la serie "Compañeros" de Antena 3* (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona, España. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3werFBy> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Funes, M. J. (2008): *Cultura, Política y Sociedad. Informe de la Juventud en España*. Gobierno de España, Ministerio de Igualdad. Disponible en Internet: <https://bit.ly/31wTzuy> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Gabelas, J. A. (2005): "Televisión y adolescentes: una mítica y controvertida relación", en *Comunicar*, vol. 13, nº 25, pp. 137-146. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3dlY1Sb> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Galán, E. (2007): "Construcción de género y ficción televisiva en España", en *Comunicar*, vol. 14, nº 28, pp. 229-236. Disponible en Internet: <https://bit.ly/39Y8nqG> [Consulta: 2 de junio de 2021].
- García-Manso, A. (2013): "Series de ficción y homosexualidad en España: Un intento por visibilizar la diversidad sexual", en *Revista Iberoamericana de Salud y Ciudadanía*, vol. 2, nº 1, pp. 29-55. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3ryFdo8> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Guarinos, V. (2009): "Fenómenos televisivos «teenagers»: prototipias adolescentes en series vistas en España", en *Comunicar*, vol. 17, nº 33, pp. 203- 211. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3walJll> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Guarinos, V., Gordillo, I., Ramírez, M. D. M., Jiménez-Varea, J., y Hermida, A. (2010): "Masculinidades de ficción televisiva y retroalimentación online. Jóvenes y adolescentes en-red-ados fuera y dentro de Física o química y El Internado". En *Comunicación y desarrollo en la era digital: II Congreso Internacional de la AE-IC (20 p.)*. Asociación Española de Investigadores de la Comunicación.
- Guerrero, J. A. (2021): Cae el número de fumadores en España. *Heraldo*. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3p7PJVw> [Consulta: 2 de junio de 2021].
- Harwood, J. (1997): "Viewing age: lifespan identity and television viewing choices", en *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 41, nº 2, pp. 203-213. Disponible en Internet: <https://doi.org/fkprmb> [Consulta: 2 de junio de 2021].
- Hoffner, C., & Buchanan, M. (2005): "Young Adults Wishful Identification with Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes", en *Media Psychology*, vol. 7, nº 4, pp. 325-351. Disponible en Internet: <https://doi.org/c2dnjm> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Igartua, J.J. (2010): "Identification with Characters and Narrative Persuasion through Fictional Feature Films", en *Communications: The European Journal of Communication Research*, vol. 35, nº 4, pp. 347-373. Disponible en Internet: <https://doi.org/cj939f> [Consulta: 15 de mayo de 2021].

- Korres, O., y Elempuru, I. (2016): "Las preferencias de los adolescentes sobre los personajes televisivos de ficción seriada", en *Trípodos*, nº 38, pp. 141-159. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3sAL3Xr> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Lacalle, C. (2013): *Jóvenes y ficción televisiva: Construcción de identidad y transmedialidad*. Barcelona: UOC Editorial.
- Lacalle, C., & Castro, D. (2017): "Representations of female sexuality in Spanish television fiction", en *Convergencia*, vol. 24, nº 75, pp. 45-64. Disponible en Internet: <https://doi.org/drd9> [Consulta: 2 de junio de 2021].
- Lacalle, R., Gómez, B. e Hidalgo-Marí, T. (2021): "Historia de las teen series en España: evolución y características", en *Comunicación y Sociedad*, pp. 1-22. Disponible en Internet: <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7979> [Consulta: 24 de octubre de 2021].
- Lemish, D. (1985): "Soap Opera Viewing in College: A naturalistic inquiry", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 29, nº 3, pp. 275-293. Disponible en Internet: <https://doi.org/d3ngtn> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Livingstone, S. (1998): "Audience research at the crossroads: the 'implied audience' in media and cultural theory", en *European journal of cultural studies*, vol. 1, nº 2, pp. 193-217. Disponible en Internet: <https://doi.org/c69gjm> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- López Vidales, N., y Gómez Rubio, L. (2012): "Géneros, formatos y programas de televisión preferidos por los jóvenes". Análisis comparativo por Comunidades Autónomas", en *Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, vol. 10, nº 3, pp. 258-283. Disponible en Internet: <https://doi.org/f37d> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Luzón, V., Figueras, M., y Jiménez, M. (2009): *La imagen de los y las adolescentes en el prime time televisivo. Transmisión, consumo y recepción*. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3fEuu9t> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Masanet, M.J., Medina, P., y Ferrés i Prats, J. (2012): "Representación mediática de la sexualidad en la ficción seriada dirigida a los jóvenes: estudio de caso de "Los Protegidos" y "Física o Química"", en *Comunicación*, vol. 10, nº 1, pp. 1537-48. Disponible en Internet: <https://bit.ly/2Oc6m1> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Masanet, M. J., y Buckingham, D. (2015): "Advice on life? Online fan forums as a space for peer-to-peer sex and relationships education", en *Sex Education. Sexuality, Society and Learning*, vol. 15, nº 5, pp. 486-499. Disponible en Internet: <https://doi.org/f369> [Consulta: 2 de junio de 2021].
- Masanet, M. J., y Fedele, M. (2019): "El "chico malote" y la "chica responsable": modelos aspiracionales y representaciones juveniles en las teen series españolas", en *Palabra Clave*, vol. 22, nº 2, pp. 1-27. Disponible en Internet: <https://doi.org/f37b> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Mateos-Pérez, J. (2021): "Modelos de renovación en las series de televisión juveniles de producción española. Estudio de caso de Merlí (TV3, 2015) y Skam España (Movistar, 2018)", en *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, vol. 32, pp. 143-157. Disponible en Internet: <https://doi.org/gznb> [Consulta: 15 de julio de 2021].
- Medrano, C., Aierbe, A., y Orejudo, S. (2009): "El perfil de consumo televisivo en adolescentes: diferencias en función del sexo y estereotipos sociales", en *Infancia y Aprendizaje*, vol. 32, nº 3, pp. 293-306. Disponible en Internet: <https://doi.org/d6k3p7> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Medrano, C., y Cortés, A. (2007): "Teaching and learning of values through television", en *Review International of Education*, vol. 53, nº 1, pp. 5-21. Disponible en Internet: <https://>

doi.org/d2vmmn [Consulta: 15 de mayo de 2021].

- Menéndez, M. I., Figueras-Maz, M., y Núñez, B. (2017): "Consumo y percepción juvenil sobre la ficción seriada televisiva: influencia por sexo y edad", en *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, vol. 12, nº 2, pp. 369-394. Disponible en Internet: <https://doi.org/f37j> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Meyer, M. (2003): "It's me. I'm it. Defining Adolescent Sexual. Identity through Relational Dialectics in Dawson's Creek", en *Communication Quarterly*, vol. 51, nº 3, pp. 262-276. Disponible en Internet: <https://doi.org/d67nzb> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Meyer, M. (2009): "I'm Just Trying to Find my Way Like Most Kids: Bisexuality, Adolescence and the Drama of One Tree Hill", en *Sexuality & Culture*, vol. 13, nº 4, pp. 237-251. Disponible en Internet: <https://doi.org/ffnww4> [Consulta: 2 de junio de 2021].
- Montero, Y. (2006): *Televisión, valores y adolescencia*. Barcelona: Gedisa.
- Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones [OEDA] (2020): *Informe 2020. Alcohol, tabaco y drogas ilegales en España*. Gobierno de España, Ministerio de Sanidad. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3D1Mrao> [Consulta: 2 de junio de 2021].
- Pasquier, D. (1998): "Identification au héros et communautés de téléspectateurs: la réception d'«Hélène et les garçons»", en *Hermès*, vol. 1, nº 22. Disponible en Internet: <https://doi.org/b88h65> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Pindado, J. (2006): "Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente", en *Zer, Revista de estudios de Comunicación*, vol. 11, nº 21, pp. 11-22. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3m6Ezwl> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Povlsen, K. K. (1996): "Global teen soaps go local: Beverly Hills 90210 in Denmark", en *Young*, vol. 4, nº 4, pp. 3-20. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3a45uEH> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Rodríguez, A., Medrano, C., Aierbe, A., y Martínez de Morentin, J. I. (2013): "Perfil de consumo televisivo y valores percibidos por los adolescentes: un estudio transcultural", en *Revista de Educación*, vol. 18, nº 2, pp. 513-538. Disponible en Internet: <https://bit.ly/3m6Rpvi> [Consulta: 10 de mayo de 2021].
- Rubin, A. M. (1985): "Uses Daytime Television Soap Operas by College Students", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 29, nº 3. Disponible en Internet: <https://doi.org/d8m2qr> [Consulta: 15 de mayo de 2021].
- Sabina, J., de la Fuente, J., y Martínez, R. (2019): "El ecosistema mediático juvenil en España: un estudio de caso sobre el fandom de la serie Skam". En: N. López y E. Medina (Coords.), *Comunicación y Pensamiento. Relatos de la nueva comunicación*. Ediciones Egregius, pp. 33-52.
- Thompson, J. (1998): *Los medios y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Tous-Rovirosa, A. (2015): *La política en las series de televisión. Entre el cinismo y la utopía*. Barcelona: UOC Editorial.
- Von Feilitzen, C. (2004): *Young People, Soap Operas and Reality TV*. Göteborg: Göteborg University.