

¿SIRVE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA PARA HABLAR SOBRE EL AMOR? UNA EXPERIENCIA N' VIVO

Sue Aran Ramspott
suear@blanquerna.url.edu
Facultad de Comunicación (Universidad Ramon Llull)
C/ Valldonzella, 23- 0801 Barcelona
Dra. en Comunicación Audiovisual

Resumen

El punto de partida es una investigación en curso, becada en el 2010 por la AGAUR, que observa entre estudiantes de Master del IOE (Institut of Education) de la Universidad de Londres la incidencia que puede tener su conocimiento y sensibilidad hacia la educación mediática a la hora de ser ellos y ellas mismas sujetos activos en la interpretación de la representación de las relaciones amorosas en la ficción seriada televisiva. La investigación se ha basado tanto en estrategias cuantitativas (cuestionario) como cualitativas (entrevistas y *focus group*). Se propone entre los asistentes a la comunicación la reproducción parcial de la experiencia y participar de algunos de los resultados del formato original. Como marco de referencia está el trabajo del grupo de investigación RETEVIS (Medina et al., 2008; Aran, Medina, Rodrigo, 2010), que defiende una noción de educación mediática (Buckingham, 2006) que supera la estricta alfabetización en la "gramática" audiovisual para permitir desde un análisis crítico avanzar en el conocimiento de las modalidades éticas y estéticas enraizadas en o generadas desde los "imaginarios sociales", en este caso sobre las relaciones amorosas.

Palabras clave: televisión, educación mediática, amor, imaginarios sociales, interpretación.

Abstract

The starting point is a research project in progress - awarded a grant in 2010 by AGAUR - which observes, among Master's students of the IOE (Institute of Education) of the University of London, the effect that their knowledge of and sensitivity towards media education can have when they themselves are the active subjects in the interpretation of the representation of love relationships in televised fiction series. The research is based on quantitative methodologies (a questionnaire) as well as qualitative ones (interviews and a focus group). We offer those attending the conference the experience of reproducing part of the original research by answering parts of the original questions and the opportunity to share in some of the results of that research. As a framework of reference, we have taken the work of the research group RETEVIS (Medina et

al., 2008; Aran, Medina, Rodrigo, 2010), which argues for a concept of media education (Buckingham, 2006) which goes beyond the strict alphabetization of audiovisual “grammar” to permit us, from a critical analysis, to advance in the knowledge of the ethical and esthetic properties rooted in or generated from the social imaginaries, in this case regarding love relationships.

Keywords: television, media literacy, love, social imaginaries, interpretation.

1. Introducción

Esta no va a resultar una comunicación muy ortodoxa. Ya de entrada, debemos reconocer de que a la pregunta formulada como encabezamiento, “¿Sirve la educación mediática para hablar del amor?” no disponemos todavía de una respuesta. De hecho, la nuestra es más una exposición de conjeturas y procedimientos que una relación de conclusiones. La propuesta requiere la participación del público asistente, ya que pretende recoger datos sobre la percepción que tienen sobre la representación de las relaciones amorosas personas próximas al ámbito educativo –preferentemente a nivel universitario-, desde disciplinas diversas. De ahí la segunda parte del enunciado, un experiencia “N’Vivo”, si se nos permite el juego de palabras entre el ejercicio que proponemos entre los asistentes y el software que actualmente estamos utilizando para procesar parte de nuestros resultados, a través del programa de análisis cualitativo N’Vivo 8.0.

Como en toda experiencia, tenemos un punto de partida: nuestra investigación empírica -becada en el 2010 por la AGAUR-, que observa durante los meses de Enero a Mayo del 2010 entre estudiantes del MA *Media, Cultura and Communication* del IOE (institut of Education) de la Universidad de Londres la incidencia que puede tener su conocimiento y sensibilidad hacia la educación mediática a la hora de ser ellos y ellas mismas sujetos activos en la interpretación de la representación de las relaciones amorosas en la ficción seriada televisiva.

Contamos con una serie de antecedentes, tomando como marco teórico sobre la noción del amor el modelo de Stenberg (1989), y aplicándola en investigaciones tanto sobre la representación de las relaciones amorosas en la ficción televisiva seriada (Aran, Medina, Rodrigo, 2010; Medina et al., 2008; Medina, Rodrigo, Aran, 2006; Medina, Munté, Aran, 2006), como orientadas a la observación de las percepciones que la población adolescente y joven tiene sobre el amor (Medina, Aran et al., 2007b). De acuerdo a dicho *background*, el salto lógico ha sido tomar como objeto de estudio la interpretación de los espectadores sobre la representación de las relaciones amorosas ante el mismo *corpus* audiovisual que analizamos en su momento. Nuestro objeto de estudio de investigaciones precedentes, la construcción de estereotipos de género y las representaciones mediáticas de la violencia simbólica, se convierte ahora en un

elemento indirecto que abordamos desde el protagonismo del público de los relatos seriados sobre relaciones amorosas.

Nuestro objetivo persigue hoy, por una parte, exponer algunos de los resultados obtenidos a partir del trabajo con un *target* específicamente formado en educación mediática, un grupo de estudiantes del MA *Media, Cultura and Communication* del IOE (University of London) en colaboración con el CSCYM (Centre for the Study of Children, Youth and Media, dirigido por el profesor David Buckingham), ambos centros de referencia internacional en formación e investigación en educación mediática. Por otra parte, nuestro objetivo es hoy recoger nuevos datos, forzosamente parciales dadas las limitaciones metodológicas y de tiempo, a partir de las respuestas que el público asistente nos proporcione después del visionado de las mismas series televisivas. Como objetivo final de la experiencia, estar abiertos a cualquier cuestión conceptual o metodológica que nos sugieren. En paralelo, estamos procesando los datos de una investigación¹ planteada a partir de *focus group* de jóvenes estudiantes de diversas facultades de Catalunya (URL, UPF, UB, UPC), procedentes tanto de estudios afines como de estudios completamente alejados de la formación e interés sobre la educación mediática. Queda pendiente establecer un último paralelismo con públicos no universitarios.

Los resultados de la investigación nos han de permitir entender hasta qué grado los públicos son unos interpretadores activos de los mensajes que reciben sobre los estereotipos amorosos (roles de género, relaciones de pareja, violencia simbólica, etc.) a través de la ficción seriada; de dónde proceden los referentes que activan al realizar sus interpretaciones y si tienen que ver con su grado de alfabetización mediática.

2. Marco teórico y diseño de la investigación

Como grupo de investigación RETEVIS (Representaciones Televisivas e Imaginarios Sociales) estamos interesados de manera particular en las relaciones entre los modelos ficcionales y los imaginarios sociales. Tanto las trayectorias individuales de cada miembro del equipo como el trabajo conjunto nos han permitido avanzar en el análisis de fenómenos como el de la interpretación de la violencia infantil por parte de los telespectadores infantiles (Aran, 2008) o los estereotipos de género en la percepción de la pareja por parte de los adolescentes y jóvenes (Medina et al., 2007b). Al plantearnos el abordaje de una dimensión como son los imaginarios sociales sobre el amor dábamos continuidad lógica a nuestra trayectoria y pretendíamos una aportación singular ante una tradición ya consolidada de investigación de estereotipos en otros formatos, como la prensa diaria y la publicidad, pero todavía escasa en nuestro país en lo referido a la ficción audiovisual, particularmente la televisiva (Galán, 2006).

Por otra parte, los criterios de interdisciplinariedad que configuran el equipo, integrado por profesoras y profesores universitarios procedentes de las

¹ Esta investigación ha sido objeto de una Ayuda a la investigación concedida por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya en la convocatoria 2009.

teorías de la comunicación, la comunicación audiovisual, la publicidad, la psicología, la filología...entre otras áreas, nos obligaban a ir más allá de las metodologías habituales en los estudios sobre comunicación, como puede ser el análisis de contenido, para inserir nuestras observaciones en el marco de los Estudios Culturales. Compartiendo un interés y una dedicación profesional e investigadora sobre la comunicación social, RETEVIS enmarca sus líneas de investigación desde dicho marco teórico, los Estudios Culturales, pero desde una perspectiva constructivista e interpretativa.

Así, inspirándonos en los trabajos de Williams (1975) y Ang (1996), elaboramos una metodología de análisis para la ficción seriada (Medina et al., 2007: 23-24) organizada en tres niveles de análisis:

1. Estructura del Sentimiento Social (ESS), marco general compartido por la mayoría de la sociedad respecto a un tema –en nuestro caso, las construcciones sobre el amor- y que forma parte del sentir dominante;
2. Estructura Narrativa del Sentimiento (ENS), análisis del relato mediático y de cómo aborda el texto la realidad objeto de análisis –en nuestro caso, el sentimiento amoroso-;
3. Estructura del Sentimiento Vivido (ESV), cómo son interpretados los relatos mediáticos por los actores sociales concretos. Cómo reaccionan ante la narrativa televisiva y cómo reinterpretan creativamente de nuevo la Estructura del Sentimiento Social.

Nuestro propósito en el actual desarrollo del modelo, y después de dedicarnos a los dos primeros niveles, ha sido abordar el tercer nivel, la Estructura del Sentimiento (Amoroso) Vivido (ESAV), para analizar cómo se enfrenta el espectador al texto audiovisual. Nuestra hipótesis es que una mayor alfabetización audiovisual, mejor aún, un nivel suficiente de educación mediática, ha de permitir a las personas una comprensión más eficaz de los discursos mediáticos, no sólo como descodificación del lenguaje audiovisual en el caso de la televisión sino también de la comprensión de la lógica, los referentes, las ideologías... que confluyen en el espacio comunicativo. De acuerdo con Buckingham (2006):

'Un individuo realmente alfabetizado es capaz no sólo de utilizar el idioma, sino también de comprender cómo funciona. En parte es cuestión de comprender la "gramática" de formas particulares de comunicación; pero también involucra estar al tanto de los códigos y normas más amplias de los géneros específicos. Esto implica adquirir habilidades para el análisis, y un metalenguaje para describir cómo funciona el idioma.'

Más específicamente, esta nueva etapa de la investigación nos ha de permitir cerrar el círculo que conecta el análisis de los contenidos sobre los sentimientos o modelos amorosos, al uso que hacen los espectadores de las ideas sobre el amor y su expresión en el discurso audiovisual, en clave de conocimiento de la adquisición del lenguaje y habilidades interpretativas de la

ficción televisiva por parte de los telespectadores, y en clave de reconocimiento por parte de estos mismos telespectadores de los discursos subyacentes.

Con dicho objetivo, hemos organizado la investigación que aquí resumimos, de acuerdo a los siguientes procedimientos.

Procedimiento y metodología

Corpus audiovisual:

Tres secuencias procedentes de diferentes series de ficción de la programación televisiva (“Desperate Housewives” (en España, “Mujeres desesperadas”; “Brothers & Sisters” (“Cinco hermanos”) y “Porca Misèria”).

La muestra analizada comprende la primera temporada de las tres series.

Desperate wives (“DH”) es una serie estadounidense que emite la cadena de televisión ABC desde el año 2004 y que en septiembre del 2009 ha arrancado su séptima temporada. En la sinopsis de la primera temporada se nos habla de cómo en la comunidad de Wisteria Lane viven un grupo de cuatro mujeres y de cómo accederemos a través de sus puntos de vista a las vivencias de la gestión amorosa y familiar.

Brothers&sisters (“B&S”) es otra serie estadounidense que inició sus emisiones en el año 2006 y presenta ahora su tercera temporada. La serie ha sido emitida por ABC y la Fox. De acuerdo con las descripciones promocionales de la serie, la familia protagonista, los Walker, no son una familia cualquiera. Liderada por Nora, la matriarca, el clan formado por los cinco hijos de ésta, sus parejas, su hermano Saul y otros personajes colaterales pretende ser una radiografía de la sociedad contemporánea, en la que tienen cabida desde dilemas morales hasta la guerra de Irak.

“Porca Misèria” (“PM”) es una serie de TV3 producida por Arriska Films y dirigida por Joel Joan. Se comenzó a emitir en noviembre del 2004². En un tono de comedia en la primera entrega, “Porca Misèria” gira alrededor de las peripecias de una pareja protagonista: Pere (guionista de televisión) y Laia (bióloga dedicada a la investigación), y sus amigos. Entre todos escenificarán cuatro relaciones amorosas (la de Pere y Laia, la de Roger –hermano de Pere- y Sònia, la de Natàlia y Jordi, y la de Alex con diferentes mujeres). Esta multiplicidad de relaciones amorosas desarrolladas en el guión es posible, especialmente, porque la serie se aleja del terreno conocido de ‘la guerra de sexos’, mostrando cuatro posibles tipos de relación amorosa más actualizadas y complejas, como corresponde a los entresijos de la sociedad contemporánea (Medina et al., 2007).

Criterios de selección:

² Desde entonces la serie ha recibido el Premio Ondas (2006); Premis GAC (2005); Premis Barcelona de Cine (2005); y quedó finalista en el Festival de Televisión de Montecarlo (2005).

. Temático: son series de ficción televisiva actuales en entornos urbanos que nos presentan protagonistas femeninas que invitan a la reflexión sobre la mujer y, en general, sobre las relaciones amorosas, sin centrar la trama en el ámbito profesional-.

. Narrativo: la estructura narrativa de las series escogidas permite comparar dos tipos diferentes de organización de la trama – plural en los diversos núcleos interconectados en *Porca Misèria* (parejas como núcleos) y *Desperate wives* (núcleos familiares); coral en *Brothers&sisters* desde un núcleo matriz –el grupo familiar y la madre, respectivamente- que conecta con otros núcleos familiares dependientes.

. Simbólico: Tanto desde el punto de vista de la procedencia de su producción, específicamente las estadounidenses, como de la acogida y/o distribución que han tenido, son series emblemáticas de la potencia intensiva (y extensiva en el caso de las dos series estadounidenses) de la industria audiovisual y de los discursos dominantes que, mayoritariamente desde los EEUU, marcan tendencias. La buena acogida de las series por parte de los telespectadores e internautas corrobora la amplia difusión e implantación de dicho referente, ya sea a escala nacional como internacional.

Participantes:

Un grupo (14) de estudiantes del MA *Media, Cultura and Communication* del IOE (Universidad de Londres).

Un grupo (a, 11 sujetos) procedente de la asignatura “Research in Media, Cultural Studies and Education” (Profesoras Liesbeth De Block y Rebekah Willet) sobre investigación teórica y metodológica en comunicación; un segundo grupo (b, 7 sujetos) procedente de la asignatura “Youth Culture, Media and Education” (Profesor David Buckingham) sobre jóvenes y cultura mediática. Algunos de los sujetos (4) participan en ambas asignaturas.

Criterios de selección:

Estudiantes de Tercer Ciclo de estudios especializados en cultura y educación mediática.

Edades comprendidas entre los 24 y los 30 años.

Diversidad de etnias y nacionalidades de origen.

Proporcionalidad entre géneros.

Etapas:

- Selección y análisis de contenido del corpus audiovisual (por parte de los investigadores). La muestra analizada comprende la primera temporada de las tres series: un total de 20 episodios en el caso de *Desperate wives*; 23 episodios en *Brothers&sisters*, y 18 en “*Porca Misèria*”.

- Selección de los participantes (grupos a y b)

- Cuestionario de Expectativas y Estereotipos Amorosos, QEEA ³(grupo a, 11 participantes)
- Grupo de discusión (grupo b, 7 participantes) después del visionado sobre impresiones y sobre la representación ficcional de los modelos amorosos y sobre la función e interpretación de los códigos expresivos, recursos estéticos e implicaciones ideológicas presentes en los tres ejemplos audiovisuales.
- Entrevista semi-estructurada (individual, grupo a, 10 participantes) después del visionado de las tres secuencias sobre la representación ficcional de los modelos amorosos y sobre la función e interpretación de los códigos expresivos, recursos estéticos e implicaciones ideológicas presentes en los tres ejemplos audiovisuales.

La entrevista contempla un total de diez preguntas referidas a los contenidos y personajes; a los aspectos formales e ideológicos de las secuencias y dos preguntas finales sobre la función de la educación mediática.

- Análisis de los datos de carácter cuantitativo y cualitativo (programa N'Vivo 8.0) sobre las estrategias de lectura del discurso televisivo seriado por parte de los participantes. Contrastación de los resultados con otros dos investigadores.
- Interpretación de sus percepciones sobre la representación de las relaciones amorosas y los estereotipos de género, así como de su interpretación de los códigos expresivos, recursos estéticos e implicaciones ideológicas. Observación de la incidencia de sus conocimientos en educación mediática en los procesos de comprensión del discurso audiovisual.
- Discusión de resultados con el equipo de investigadores del *Centre for the Study of Children, Youth and Media* (CYM).
- Informe de resultados. Propuestas de actuación (entre otras, comparación de los resultados sobre las estrategias de lectura del discurso televisivo seriado con otros participantes).

Estrategias cuantitativas y cualitativas: Análisis estadístico de los cuestionarios y análisis de contenido de las entrevistas entre estudiantes universitarios del IOE de la University of London.

Estrategias cualitativas: Análisis del discurso del resultado del grupo de discusión (*focus group*) y de las entrevistas en profundidad a una muestra reducida de profesores/as e investigadores/as del IOE y del CSCYM (*Centre for the Study of Children, Youth and Media*) de la University of London.

Con la voluntad de reproducir parcialmente algunas de las estrategias desarrolladas durante la investigación y poder implementar el ensayo entre el público asistente a la comunicación, exponemos como Anexo una muestra (parcial) de las preguntas a responder tanto en el cuestionario como en la entrevista (semi)estructurada realizada en la investigación original. Para

³ Dicho cuestionario, elaborado por la profesora Pilar Medina Bravo, forma parte de una investigación subvencionada por el Institut de les Dones (Medina, Aran et al. 2007b) y se basa en Stenberg (1989, 2000).

responder a la entrevista se requiere el visionado previo de las secuencias seleccionadas.

3. Resultados

3.1. El cuestionario QEEA (Cuestionario sobre Expectativas y Estereotipos Amorosos)

El cuestionario QEEA se estructura en dos tipos de preguntas. La primera pregunta se dirige a las percepciones de los sujetos participantes sobre los elementos fundamentales en una relación amorosa, que deben jerarquizar en una escala del uno al diez (siendo uno el valor considerado más importante, y sobre un total de 14 opciones). Los resultados presentan la siguiente clasificación:

1. Confianza, respeto.
2. Complicidad, comprensión, compenetración.
3. Filosofía de vida.
4. Fidelidad sexual.
5. Compromiso en la relación.
6. Satisfacción sexual.
7. Libertad personal en las decisiones profesionales.
8. Diversión estando juntos.
9. Llevarse bien con la familia de la pareja// Tener el mismo círculo de amistades
10. Diálogo// Soporte en las propias decisiones// Sinceridad
11. Romanticismo

La segunda pregunta del cuestionario, exige en los participantes establecer una gradación de acuerdo sobre 22 afirmaciones referidas a las relaciones amorosas (en una escala de siete grados, siendo 1 "Completamente en desacuerdo" y 7 "Completamente de acuerdo"). De los resultados destacamos los siguientes aspectos:

7. El máximo acuerdo se dirige hacia la idea "Sin confianza ni respeto una relación no puede funcionar nunca".

1. El máximo desacuerdo se dirige hacia la idea " Cuando una persona se enamora, nunca más puede volver a enamorarse".

El máximo acuerdo, muy alejado del resto de resultados, demuestra una coincidencia absoluta con los resultados de la primera pregunta (1. Confianza, respeto, como elementos fundamentales en una relación amorosa).

A pesar de respuestas que apuntan una confianza en valores no convencionales (como la posibilidad de reenamorarse), se observa una tendencia dominante a valorar aspectos como “el amor cambia a las personas”, la necesidad de mantener vivo el romance en una relación amorosa y, sobre todo, en el tercer puesto en la clasificación, el deseo de encontrar “el amor de mi vida” (en un único caso, nos hemos encontrado con una respuesta inválida –no numérica- pero entusiasta al indicar, escrito a lápiz, “ *found it!*”). Ligeramente por encima del acuerdo general, aparece la idea de que en una relación amorosa las mujeres exigen más que los hombres. Quedan moderadamente fuera de la media (menos de 4 en la escala) consideraciones como una mayor independencia emocional de los hombres respecto a las mujeres, o una menor influencia de las hormonas en sus comportamientos.

3.2 Las entrevistas

En lo referido a las entrevistas semi-estructuradas después del visionado de las tres secuencias sobre la representación ficcional de los modelos amorosos, de un total de 10 preguntas, presentamos aquí los resultados de aquella específicamente dirigida a nombrar tres palabras relacionadas con el estilo (estética) presente en cada uno de los tres ejemplos audiovisuales, con objeto de conocer no sólo las valoraciones concretas sobre las secuencias sino la propia conceptualización del estilo y la estética en el lenguaje audiovisual por parte de los participantes.

. Tipos de categorías estéticas

Dentro de una variada presencia de palabras relativas al estilo/estética de la historia representada, las hemos agrupamos en conceptos referidos a su función e interpretación, y acuerdo a la gradación que hemos realizado según su grado de adecuación a la noción de “recursos expresivos de carácter estético”:

A/ Categorías estéticas (“colourful”, “dynamism”, “darkness”, “dark yellow”, “casual dress”; “slow music”...)

B/ Categorías sobre recursos técnico-expresivos (“steady camera”, “closeness –close shot”; “soft instruments”...)

B/ Categorías de género y formato audiovisual (“drama”, “romance”, “comedy”, “soap”, “deliberative”...)

C/ Categorías ideológicas (“middle class”, “wealthy family”, “stereotypical”, “typically attractive maleness”...)

D/ Criterios (o consideraciones) de gusto (“good music”, “normal”, “atypical”, “sincere”...)

Algunas de estas categorías aparecen combinadas, en particular las palabras con un componente de crítica ideológica y las consideraciones sobre el gusto personal. La necesidad de calificar más allá de la descripción es un práctica generalizada.

. Categorización estética según los tres clips

A destacar una mayor atribución de las palabras referidas a las dos primeras secuencias (“DH” y “B&S”) a las categorías de tipo estético, ideológico y de gusto, respecto a las del tercer ejemplo (“PM”), de tipo estético y técnico-expresivo. En general, este tercer ejemplo se entiende como más “oscuro”, más “dark yellow”, más informativo y próximo (entre realista y sórdido) que los dos anteriores, en los que destaca el primero (“DH”) como objeto de las críticas más explícitas a la representación estereotípica de personajes y géneros, aún sin ser el objeto de la pregunta.

3.3. El focus group

Tanto en las entrevistas como en el *focus group* se hacen manifiestas algunas críticas en relación a la representación ficcional de las relaciones amorosas:

. La estructura narrativa

La estructura narrativa del discurso se enmarca en las convenciones de los guiones que los participantes consideran “*mainstream*”, la corriente dominante (presentación, “gancho” e interrogante sobre la resolución de la situación apuntada) en una valoración que va de máxima convencionalidad (secuencia 1, “Desperate housewives”) a menor (secuencia 2, “Brothers & sisters”), e incluso se sugiere como estructura “alternativa” o novedosa el tercer clip (secuencia 3, “Porca Misèria”).

. Personajes

En relación al papel otorgado en la relación amorosa a los personajes, queda patente la crítica a su encorsetamiento y a los estereotipos de género. Los participantes dirigen mayoritariamente su crítica hacia la primera secuencia, y en concreto a la atribución de valores convencionales a la mujer (“comportamiento adolescente, “ñoño” ante las “galanterías” del personaje masculino) y, en menor medida, al hombre.

Esta misma crítica se traslada en menor grado a la representación en la segunda secuencia de los supuestos roles en la pareja homosexual, con un miembro “sensible y afeminado en sus gestos” y otro más reprimido y “masculino” en su comportamiento. Aparece algún comentario sobre la menor representación en la ficción de las parejas homosexuales femeninas.

La consideración sobre los personajes de la tercera secuencia es menos consensuada y los participantes no han efectuado apreciaciones negativas sobre el papel atribuido a cada uno de los dos personajes (hombre y mujer).

. Tipología de las relaciones de pareja que aparecen guionizadas

Los participantes identifican dos relaciones en fase pasional incipiente (heterosexual y homosexual, respectivamente) y una tercera no amorosa (dificultad de deducir un vínculo amoroso) o bien en una etapa de consolidación. Entre la primera pareja, señalan la explicitación casi caricaturesca de la fase de “flirteo”, entre adultos pero con claras connotaciones adolescentes, sobre todo por parte del personaje femenino.

. Intervención de aspectos estéticos y formales propios del lenguaje audiovisual

Los participantes incorporan en sus comentarios alusiones a aspectos estéticos y formales del lenguaje audiovisual, y de las convenciones de género. En la primera categoría destacan la eficacia narrativa e ideológica que atribuyen a aspectos concretos de la puesta en escena (1º clip: el porche de la casa como marco escenográfico, la disposición del hombre abajo y la mujer en lo alto de las escaleras...), de vestuario (1º clip: la rebeca que viste modosamente la protagonista) y de casting (selección de actores diferenciada entre los dos primeros ejemplos (made in USA) y el tercero, considerado menos glamuroso y más “realista”).

. Reproducción del “ideario amoroso” *versus* planteamientos más contemporáneos sobre la intimidad amorosa

Los participantes parecen reclamar unos planteamientos más contemporáneos sobre el relato de la intimidad amorosa.

4. Conclusiones.

Los participantes de la investigación parecen rechazar la noción de unas relaciones amorosas basadas en el romanticismo y en los estereotipos de género. Tanto en su posicionamiento personal (más manifiesto entre algunos participantes que en otros), como en la interpretación que efectúan sobre la representación ficcional, los sujetos se alejan del “ideario romántico” tradicional, como réplica actualizada del antiguo amor cortés del siglo XII (Courtel, 2004; Markale, 2006). Así, entienden las relaciones amorosas esencialmente desde la confianza y el respeto, la complicidad y una filosofía de vida común, sin que el distanciamiento respecto a los referentes románticos, o al romanticismo estereotipado, signifique que no valoren altamente, por encima de pasárselo bien juntos/as y del diálogo en la pareja, la fidelidad y la satisfacción sexuales.

En relación a la reproducción en la ficción televisiva seriada de los modelos amorosos, los participantes se alejan de la idea de un mundo *dividido* entre “hombres masculinos” y “mujeres femeninas”. En especial, rechazan la representación de los personajes femeninos y abogan por una mayor complejidad y “realismo” en la construcción de los personajes y las tramas. La presencia creciente en las series de personajes con una opción sexual homosexual se considera todavía estereotipada. Como contrapunto, se señalan series que los participantes consideran se alejan del estilo “made in Hollywood”,

en la línea de “Six feet under” (“A dos metros bajo tierra”) (EEUU), “Shameless” (England), o incluso “House” (EEUU). En este mismo contexto estilístico se pueden entender los comentarios sobre la secuencia de “Porca Miseria”, de la que agradecen su formato “realista”, aunque entre algunos participantes el diálogo entre la pareja les resulta tenso y/o alejado de las convenciones de una pareja amorosa (pasional)–como es el caso-. No descartamos una cierta desviación de la incidencia que este clip tenga respecto a los dos precedentes, al ser el único que se presenta en versión original (catalán) subtítulo en inglés.

Tanto los comentarios referidos a
a/ el contenido de las series mostradas, los tipos de personajes y de relaciones amorosas representadas, y el ideario amoroso latente,
como
b/ las referencias a la estructura narrativa, caracterización de personajes, e incidencia de aspectos formales y estéticos del lenguaje audiovisual,
nos permiten señalar, de manera forzosamente esquemática, la presencia en los participantes de los siguientes elementos relacionados con una formación y educación mediática:

- . Comprensión crítica y analítica de temas de actualidad en los estudios sociales, particularmente los referidos a los medios de comunicación social.
- . Comprensión práctica de los mecanismos de construcción de contenidos y formatos audiovisuales de ficción.
- . Conocimiento aplicado bastante exhaustivo de algunos criterios de producción y narrativos y, en menor medida, de los recursos expresivos y técnicos del lenguaje audiovisual.
- . Habilidad para conectar las observaciones particulares sobre el estilo y contenido del discurso audiovisual en un contexto social amplio.
- . Capacidad de inferir relaciones entre los aspectos estilísticos, de contenido e ideológicos y el marco de las teorías de la comunicación.
- . Compromiso crítico con los temas y estrategias del discurso televisivo ficcional. En particular, aparecen como relevantes las cuestiones referidas a la identidad (de clase, de género, sexual) y a la ideología. Poca presencia de comentarios referidos a determinada invisibilidad étnica y racial.
- . Conocimiento del potencial y de la significación social que tiene la corriente dominante y hegemónica de los *media*.
- . Moderado convencimiento del potencial creativo de los *media* como agentes sociales innovadores.

A pesar de la presencia de modelos estereotipados tanto en la representación de los géneros y de las opciones sexuales, como de la propia noción del amor en pareja, creemos importante antes de finalizar recordar la capacidad de los medios de comunicación -y de manera muy eficaz la ficción televisiva- para no sólo redundar en las visiones del mundo ya existentes, sino también para normalizar “determinadas representaciones sociales de la(s)

diferencia(s) en el contexto de mediación de la cultura de masas” (Sánchez Leyva y Reigada, 2007: 21). Como señalan Medina y Rodrigo (2009: 12):

“...vale la pena no olvidar la posibilidad que abre la elaboración de guiones para (re)presentar realidades sociales más abiertas y plurales en la relación entre hombres y mujeres, “ficcionalando” una realidad que, por otra parte, también forma parte (afortunadamente) de nuestras calles y relaciones.”

A nuestro parecer, la educación mediática tiene algo que aportar a la capacitación crítica y en la defensa de una representación de nuevas y más equilibradas relaciones amorosas. Un mayor conocimiento del lenguaje audiovisual, de los procedimientos discursivos y de las estrategias empresariales de las industrias culturales sirve no sólo para desenmascarar dependencias e intereses, sino que también ofrece la oportunidad de pensar y construir nuevos relatos. Y desde el punto de vista ideológico, la formación de profesionales de la educación -y, en consecuencia, y en paralelo, de la población en general-, en educación mediática se convierte en un instrumento muy útil para avanzar en la capacidad crítica y la co-responsabilidad que nos debemos como espectadores y como ciudadanos. Efectivamente, la educación mediática sirve para hablar del amor. Y puede y debe servir para pensar nuevas miradas y “construir” nuevos espectadores.

El análisis de los relatos televisivos resulta una de las maneras que tenemos para aproximarnos al discurso social contemporáneo sobre las relaciones de género. Siendo así, podremos entender mejor evidencias en las prácticas de consumo mediático como, por ejemplo, por qué “Pretty woman” sigue siendo año tras año, con su relato estereotipado de una cenicienta-prostituta-guapísima rescatada por un príncipe-magnate-guapísimo, éxito asegurado en el *hit parade* de las reposiciones televisivas. ¿Qué mecanismos activamos y desactivamos como espectadores de la ficción? Largo y apasionante es todavía el camino para avanzar en las estrategias concretas que nos ayuden a pensar el amor y a construir modelos amorosos más igualitarios.

Referencias bibliográficas

ANG, Ien (1996). *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*. Londres: Routledge.

ARAN, S.; MEDINA, P.; RODRIGO, M. (2010) Management of emotions in american fiction series: when being (and feeling like) woman sales. *IJART*, volumen 4 (issue 1/2, en prensa).

ARAN, Sue. (2008) *Representació mediàtica i percepció social de la violència en la ficció. Estudi de cas: la interpretació dels infants de la violència en la ficció televisiva infantil*. Tesis doctoral (URL). Barcelona, 2008.

<http://www.cac.cat/web/recerca/estudis/llistat> [Consulta: 5 de mayo 2010]

ARAN, Sue; RODRIGO, Miquel (2009). Els telespectadors infantils: acords i desacords en l'espai públic. *Trípodos*. Barcelona: Extra Congreso Internacional comunicación y realidad: recursos y discursos, 67-75.

ARTHURS, Jane (2003). Sex and the City and Consumer Culture: Remediating Postfeminist Drama. *Feminist Media Studies*, 3(1), 83-98.

BAUMAN, Zygmunt. (2005). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

BECK-GERNSHEIM, Elisabeth, (2003). *La reinención de la familia. En busca de nuevas formas de convivencia*. Barcelona: Paidós. (Edición original: *Daz Ganz Normale Chaos Der Liebe*. Francfort: SuhrkampVerlag, 1990).

BUCKINGHAM, D. *Media Education. Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity, 2003.

COURTIN, J. et al. (2004). *La historia más bella del amor*. Barcelona: Anagrama.

FERRY, Luc (2008). *Familia y amor. Un alegato a favor de la vida privada*. Madrid: Santillana.

GALÁN, Elena. (2007). *La imagen social de la mujer en las series de ficción*. Cáceres: Universidad de Extremadura.

GARCÍA RUBIO, Irene. (2007). Las mujeres y el trabajo en las series de ficción. Cambio social y narraciones televisivas. En: SÁNCHEZ LEYVA, M^a José y REIGADA, Alicia. (coords.), *Crítica feminista y comunicación*. Sevilla: *Comunicación Social*, 136-148.

GERHARD, Jane (2005). Sex and the City. Carrie Bradshaw's queer postfeminism. *Feminist Media Studies*, 5(1), 37-49.

GIDDENS, Anthony. (2000). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid: Cátedra.

GUTIERREZ DELGADO, Ruth (2008). La 'falacia dramática' y representación de la familia en la ficción televisiva. Comparativa poética entre 'Médico de familia', 'Los Serrano' y 'Cuéntame cómo pasó'. En: Mercedes Medina (Coord.). *Series de televisión. El caso de 'Médico de familia', 'Cuéntame cómo pasó' y 'Los Serrano'*. Madrid: Eiusa.

GUTIÉRREZ, Ruth; MEDINA, Mercedes (2007). "Ficción televisiva: representación cultural y explotación económica". Barcelona: *Trípodos*, Extra 2007, 657-669.

HAYS, Sharon (1998). *Las contradicciones culturales de la maternidad*. Barcelona: Paidós.

- HOCHSCHILD, Arlie R. (2008). *La mercantilización de la vida íntima. Apuntes de la casa y el trabajo*. Madrid: Katz.
- ILLOUZ, Eva. (2007). *Intimidaciones congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Madrid: Katz, 2007 *Saving the modern soul. Therapy, emotions, and the culture of self-help*. London: University of California Press, 2008. *El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid: Katz, 2009.
- LIPOVETSKY, Gilles (2002). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- LUENGO CRUZ, María (2001). Estereotipos y tipos en la ficción televisiva: un estudio de la comunidad representada en las series "Coronation Street" y "Farmacia de guardia". Tesis doctoral no publicada, Universidad de Navarra, Navarra, España.
- LULL, James. (1990). *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences*. London: Routledge.
- MARKALE, J. (2006). *El amor cortés o la pareja infernal*. Palma de Mallorca: José J. de Olañeta.
- MEDINA BRAVO, Pilar; RODRIGO ALSINA, Miquel. (2009) Análisis de la estructura narrativa del discurso amoroso en la ficción audiovisual. Estudio de caso: "Los Serrano" y "Porca Misèria". *Zer*, pp. 83-101.
- MEDINA BRAVO, Pilar, RODRIGO ALSINA, Miquel, ARAN RAMSPOTT, Sue, MUNTÉ RAMOS, Rosa-Auria i THARRATS PASCUAL, Joan (2008). Els models d'amor en la ficció televisiva seriada. Estudi de cas: "Porca Misèria". *Quaderns del CAC*, 29, 81-90. ISSN: 1138-9761.
- MEDINA BRAVO, Pilar; ARAN RAMSPOTT, Sue, RODRIGO ALSINA, Miquel; MUNTÉ RAMOS, Rosa-Auria, i THARRATS PASCUAL, Joan. (2007). Violència simbòlica i models amorosos en la ficció televisiva seriada per al consum adolescent i juvenil. Estudi de cas ("Porca Misèria"). Informe de Recerca del Projecte finançat per Consell de l'Audiovisual de Catalunya www.cac.cat
- MEDINA BRAVO, Pilar; ARAN RAMSPOTT, Sue, RODRIGO ALSINA, Miquel; MUNTÉ RAMOS, Rosa-Auria, ESTRADA ALSINA, Anna, MEDINA CAMBRON, Alfonso i THARRATS PASCUAL, Joan. (2007b). "I tu, de què vas? La perspectiva de gènere en la relació de parella. Projecte formatiu per a la coeducació". Informe de Recerca del Projecte finançat per l'Institut Català de les Dones.
- MEDINA BRAVO, Pilar, RODRIGO ALSINA, Miquel.; ARAN RAMSPOTT, Sue et al. (2006). La representación del discurso amoroso en la ficción audiovisual: ¿creatividad limitada?. Las encrucijadas de la comunicación: límites y transgresiones. IV Congrés Internacional Comunicació i Realitat, Barcelona Trípodos, Extra 2007, 705-718.

- MEDINA BRAVO, Pilar, MUNTÉ RAMOS, Rosa Auria, y ARAN RAMSPOTT, Sue. (2006). New girls with new hopes: how does it appear in spanish tv fiction? Comunicación presentada al Congreso "TV FICTION EXCHANGE" (Manchester, UK, September, 2006) –en prensa-.
- MORLEY, David (1986) Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure. London: Comedia Publishing Group, 1986.
- MUNTÉ RAMOS, Rosa Auria, MEDINA BRAVO, Pilar, y ARAN RAMSPOTT, Sue (2006). Posibilidades de la ficción audiovisual para la coeducación amorosa. Estudio de caso. Comunicación presentada al Congreso "XIII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación" (Zaragoza, 26 y 27 de octubre de 2006)
- STERNBERG, Robert J. (1989). El triángulo del amor. Intimidad, pasión y compromiso. Barcelona: Paidós.
- STERNBERG, Robert J. (2000). La experiencia del amor. La evolución de la relación amorosa a lo largo del tiempo. Barcelona: Paidós.
- SILVERSTONE, Roger (1994). Televisión y vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1994.(Edición original: Television and everyday life. London&New York: Routledge, 1994).
- SÁNCHEZ LEYVA, M^a José y REIGADA, Alicia. (2007). "Revisitar la comunicación desde la crítica feminista. Notas introductorias". EN: SÁNCHEZ LEYVA, M^a José y REIGADA, Alicia. (coords.) Crítica feminista y comunicación. Sevilla: Comunicación Social, p. 7-28.
- TOUS, Anna (2009). "Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses". Comunicar, 33, v.XVII, 175-183.
- WILLIAMS, Raymond (1975). The Long Revolution. Penguin: Harmondsworth.

Anexo

Edad:..... Hombre [] / Mujer []

País de origen.....

Nacionalidad.....

Nivel de estudios actuales (si procede).....

Nivel de estudios.....

Ocupación.....

A. ORDENE de “1” (el MÁS importante) a “10” (el MENOS importante) los siguientes aspectos como elementos de una relación de pareja (comprobarás que quedarán elementos sin ordenar):

Fidelidad sexual	Confianza, respeto
Complicidad, comprensión, compenetración	Filosofía de la vida (gustos, proyectos comunes, valores afines...)
Compromiso con la relación	Libertad personal en las decisiones profesionales
Romanticismo (demostraciones de afecto, besos, regalos...)	Tener el mismo círculo de amistades
Diversión estando juntos	Apoyo en las decisiones propias
Satisfacción sexual	Sinceridad
Diálogo	Llevarse bien con la familia de la pareja

B- Después del visionado de las tres secuencias:

ESCRIBA TRES PALABRAS relacionadas con el estilo (estética) de cada una de las historias representadas:

Clip 1-

Clip 2-

Clip 3-

Muchas gracias por su participación.

RETEVIS, Grupo de investigación en Representaciones Televisivas e Imaginarios Sociales