

**Estudio empírico sobre el serial juvenil «Al salir de clase»:
sobre la transmisión de valores a los adolescentes**
**Empirical study on the teensoap «Al salir de clase»:
Soap Opera's power in the transmission of values among teenagers**

Yolanda Montero Rivero
Valladolid (España)

RESUMEN

Se trataría de una síntesis de la investigación titulada «Al salir de clase: lectura crítica y estudio de recepción», con la que la autora obtuvo el grado de doctora el año pasado y en cuya publicación está trabajando actualmente. El título de la tesis es muy fiel a la investigación realizada: un análisis del contenido y de la recepción (se ha trabajado con adolescentes de 14-16 años) del serial juvenil «Al salir de clase», producido por Boca-Boca y emitido primeramente por Telecinco durante cinco temporadas y posteriormente por diversas redes de televisiones locales, además de por un canal temático.

Este trabajo nace de una profunda inquietud personal acerca de la potencial capacidad de socialización que posee la televisión entre los adolescentes. Antes de iniciarla, la autora había participado en numerosos foros de reflexión y debate sobre televisión y menores y en todos ellos había detectado entre los educadores un marcado pesimismo y un sentimiento de inferioridad bastante generalizado que subyace a una pregunta que me planteaban con mucha frecuencia: ¿Cómo podemos nosotros educadores competir en la transmisión de valores a nuestros chicos con un medio tan seductor como la televisión? Ese pesimismo y ese complejo de inferioridad, advertí que se presentaban de manera muy acusada entre quienes convivían o trabajaban con adolescentes. Daba la impresión de que pensaban que de niños recibimos una socialización de los valores que nos transmite la familia, la escuela, las iglesias, etc. y que es, al llegar a la pubertad, cuando su trabajo comienza a caer en saco roto ante los mensajes contrarios de los otros agentes de socialización como la pandilla de amigos y los medios de comunicación, en especial mencionaban la televisión. En estos foros, me di cuenta de que este convencimiento surgía a veces de algunas experiencias personales, pero sobre todo de un pensamiento profundamente arraigado en este colectivo. Sin embargo, en lo referente a la investigación, me resultó llamativo el vacío existente a la hora de indagar en los valores que transmite la televisión y en su papel como agente socializador. Por ello creí en la oportunidad de estudiar científicamente un tema que preocupa a muchos, que está en la calle, del que se habla y opina con mucha frecuencia, pero sobre el que faltaba conocimiento con rigor científico. El punto de partida fue preguntarme cómo se interpretan y asimilan los mensajes transmitidos por tv, en una edad en la que el individuo se halla en pleno proceso de maduración y socialización. A través de las aportaciones de distintos autores, entre los que destacan José Luis Sánchez Noriega, Francesco Casetti, Joan Ferrés y Sonia Livingstone, fui concretando esta inquietud inicial en un objeto de estudio y esta pregunta de investigación en una hipótesis de trabajo. Primero determiné que la tv realiza una función socializadora fundamentalmente mediante el entretenimiento, porque es el entretenimiento y en especial los espacios de ficción, lo que incita a muchos telespectadores y de modo particular a los adolescentes a mirar la tv, y porque además advertí que, también en este sentido, existía una escasez de estudios. Más tarde, elegí el serial televisivo, la llamada soap opera en el contexto anglosajón, «feuilleton» en el francés y telenovela en el latinoamericano, como caso de estudio también por diversas razones resumibles en la constatación de que el serial televisivo es el género de ficción que más se adapta a las circunstancias reales del telespectador en sus dos dimensiones: la espacial y la temporal. Lógicamente esta adaptación espacio-temporal se logra en mayor medida cuando se trata de producciones internas que de productos extranjeros, por lo que elegí como objeto de estudio el serial «Al salir de clase». En la comunicación, presentaría a grandes rasgos, el desarrollo de esta investigación y los hallazgos o aportaciones que considero más importantes.

ABSTRACT

The television's power to socialize teenagers is always reason for worry among educators and social scientists. Soap Opera is one of the highest exponents as transmitter of values, rules, attitudes and opinions. This article presents an empirical study about the spanish teen soap «Al salir de clase», which analyses its contents and adolescent's reception.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Televisión, socialización, valores, adolescentes.
Television, socialization, values, adolescents.

Esta investigación nace de una profunda inquietud personal acerca de la potencial capacidad de socialización que posee la televisión entre los adolescentes. En los foros de reflexión y debate sobre televisión y menores se detecta entre los educadores un marcado pesimismo y un sentimiento de inferioridad, bastante generalizado, que subyace a una pregunta planteada con frecuencia a los expertos: ¿cómo se puede competir en la transmisión de valores con un medio tan seductor como la televisión?

Ese pesimismo y ese complejo de inferioridad se presentan de manera muy acusada entre quienes conviven o trabajan con adolescentes –padres y profesores principalmente–. Creen que, desde pequeños, sus hijos y alumnos reciben una socialización de los valores transmitidos en la familia, la escuela, las iglesias, las organizaciones socioculturales y que es, al llegar a la pubertad, cuando su trabajo comienza a «caer en saco roto» ante los mensajes contrarios de los otros agentes de socialización, como la pandilla de amigos y los medios de comunicación, en especial, mencionan la televisión.

Este convencimiento surge a veces de algunas experiencias personales, pero sobre todo de un pensamiento profundamente arraigado en este colectivo. Sin embargo, en lo referente a la investigación, resulta llamativo el vacío existente a la hora de indagar en los valores que transmite la televisión y en la relación que los adolescentes mantienen con este medio. Por ello se ha creído en la oportunidad de estudiar científicamente un tema que preocupa a muchos, tanto en el ámbito académico como en el ciudadano, del que se habla y opina con mucha frecuencia, pero sobre el que falta conocimiento con rigor científico.

1. Elección del objeto de estudio

El punto de partida fue preguntarnos cómo se interpretan y asimilan los mensajes transmitidos por televisión, en una edad en la que el individuo se halla en pleno proceso de maduración y socialización. La preocupación inicial la constituía el supuesto papel creciente que los medios, y especialmente el televisivo, parecen estar asumiendo como instrumentos socializadores en detrimento de los que comúnmente se denominan agentes tradicionales –familia, escuela, iglesias, etc–. Para empezar, comenzamos haciéndonos las preguntas que todo periodista e investigador debe plantearse: quién, qué, cuándo, cómo y por qué socializa la televisión a los adolescentes.

El primer interrogante, el quién, o mejor dicho quiénes, ya estaba predeterminado en el arranque de la investigación –el emisor o sujeto socializador era el medio televisivo y el receptor u objeto socializable, el público adolescente– y al último, al porqué, supuestamente se llegaría al final de la misma. Por tanto, se imponía una primera aproximación a las cuestiones intermedias: qué, cuándo y cómo.

La respuesta a la primera cuestión fue hallada en la obra de José Luis Sánchez Noriega, *Crítica de la seducción mediática*, donde, en base a la investigación científica, se atribuye a los medios de comunicación una importancia considerable en la socialización de valores, normas, actitudes y opiniones: «Las ciencias sociales muestran que las variedades psicológicas individuales no son nunca la única base de las opiniones y las conductas de los individuos, quienes dependen de las normas sociales, los sistemas de roles, los controles sociales y las jerarquías de posición social, es decir, de la validación consensual que el grupo de referencia ejerce sobre esas normas, actitudes y opiniones. Las comunicaciones de masas proveen a los individuos y a los grupos de auténticas construcciones sociales de la realidad que sirven para reforzar ese consenso o persuadir de otro en el caso de que no hubiera aún una institucionalización del mismo. Los mensajes mediáticos contribuyen a la integración social mediante la interacción del sujeto con el mundo exterior y la asunción de su rol en la comunidad de pertenencia» (Sánchez, 1997: 149).

Esta constatación nos resultó de especial relevancia porque los individuos a los que pretendíamos estudiar eran adolescentes, por la importancia que cobra a esta edad el grupo de iguales y por su sentimiento de pertenencia a una cultura con modas, hábitos, estilos de vida, valores, preocupaciones e inquietudes propios.

Además de ocuparse del qué, Sánchez Noriega indaga también en el cuándo y señala, entre otras, dos condiciones que magnifican la capacidad de socialización del mensaje: a) cuando responde a expectativas, necesidades o intereses previos del grupo de referencia y b) cuanto menor sea la experiencia directa del sujeto sobre un aspecto concreto de la realidad.

El interés por el público adolescente residía precisamente en su consideración de grupo social donde confluyen las necesidades reseñadas por este autor de integrar su yo en un contexto social y de encontrar construcciones sociales consensuadas, que le permitan sentirse adherido a su grupo de referencia. Es evidente también que, a través de la televisión y de otros medios, los adolescentes acceden a muchas parcelas de la realidad sobre las que todavía no tienen una experiencia directa.

La respuesta a la siguiente cuestión, cómo socializa la televisión, se encontró en la obra *Análisis de la televisión*, cuyos autores, Casetti y di Chio, identifican cuatro funciones sociales atribuibles a este medio: la función de contar historias, la función barda 1, la función de construir ritos y la función de construir modelos.

La primera función, la de contar historias cercanas a nuestra vida cotidiana, –que para estos autores está muy ligada a la naturaleza «oral» del discurso televisivo– refleja la costumbre que tiene el hombre de buscar emociones y de sentir un verdadero «placer» al oír historias que se pueden relacionar con su experiencia vital.

La función barda de la televisión consiste en convertirse en mediadora de lenguajes, en situarse en el centro de la cultura, en remitir a valores y símbolos que comparten los miembros de una determinada comunidad. En este sentido, la televisión está profundamente radicada en la sociedad, en su papel de ilustrar acontecimientos y de hacerlos accesibles a todos, reforzando así el patrimonio cultural común.

Por su parte, la función de construir ritos –que, explican estos autores, ha sido puesta de relieve con insistencia tanto por el debate teórico como por la investigación empírica– se asocia a las diferentes dinámicas sociales que produce la televisión, como, por ejemplo, determinar la agenda de temas de interés u organizar las tareas rutinarias en función de la programación televisiva.

Finalmente, la función de construir modelos se lleva a cabo mediante la captación, recodificación y proposición de valores, símbolos, rituales y formas de interacción, convertidos en modelos que cabe imitar. En este sentido, la televisión ya no es sólo un «espejo» del mundo, sino un «ejemplo» de cómo «es» el mundo y de cómo hay que «estar» en él.

Aunque, como se ha desvelado, el interés lo acaparaba desde un principio la televisión –por su indiscutible hegemonía en la audiencia en general y entre los adolescentes en particular–, el análisis de sus funciones sociales reafirmó la consideración de este medio como el de mayor capacidad socializadora, ya que las cuatro funciones mencionadas implican una cierta transmisión de valores. Además la cuarta función, la de construir modelos, nos condujo a nuevos y más concretos interrogantes: ¿qué modelos de adolescentes se representan en televisión?, ¿cómo son percibidos por los adolescentes telespectadores?, ¿les sirven –en palabras de Casetti y di Chio– de «ejemplo» acerca de cómo «es» el mundo y de cómo hay que «estar» en él?

El estudio de las funciones sociales de la televisión nos había servido de aproximación al cómo desde el punto de vista del emisor, pero había que considerarlo también desde el punto de vista del receptor.

Un autor que ha estudiado al telespectador de forma coherente y bien argumentada –basándose en constataciones reales, en investigaciones empíricas y en sólidas líneas de pensamiento– es Joan Ferrés. En su libro *Educación en una cultura del espectáculo* sostiene que «los medios de masas audiovisuales e informáticos han sustituido a las instituciones que tradicionalmente habían llevado el peso del proceso socializador, instaurando nuevas formas de comunicación y de interpretación de la realidad» (Ferrés, 2000: 40).

El mismo autor, en una obra anterior, *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, explica que las actitudes que han llevado a consideraciones extremas, tanto apocalípticas como integradas, de la influencia de la televisión han caído en interpretaciones reduccionistas y han impedido un análisis del medio en toda su complejidad y ambivalencia. El autor desmitifica buena parte de las afirmaciones realizadas desde estas actitudes: «Se tiende a considerar que lo que más influye de la televisión son los discursos, mientras que la televisión influye sobre todo desde los relatos. Se tiende a pensar que los

telespectadores son influidos fundamentalmente desde la razón, cuando en realidad son influidos primordialmente desde las emociones. Se piensa que de la televisión sólo pueden influir aquellas comunicaciones de las que se es consciente, mientras que los efectos principales de la televisión son inconscientes, inadvertidos» (Ferrés, 1996: 15).

A juicio de Ferrés son precisamente estos falsos mitos de la libertad, la racionalidad, la conciencia y la percepción objetiva los que «impiden tomar conciencia de la complejidad de la experiencia de ser telespectador y, en consecuencia, del extraordinario poder socializador de la televisión, del alcance real de sus efectos» (Ferrés, 1996: 17).

Y es que no se puede hablar de entera libertad –primer mito– a la hora de elegir contenidos televisivos cuando la televisión utiliza mecanismos de persuasión y seducción que consiguen interesarnos más por unos mensajes que por otros.

Un hecho que viene a corroborar esta afirmación es la contradicción existente entre lo que la audiencia dice querer ver en televisión y lo que realmente ve. En las encuestas, los géneros favoritos suelen ser los documentales y los espacios de información, mientras que los audímetros, día tras día, nos desvelan que los programas de mayor éxito contienen el ingrediente común del espectáculo.

Esto significa que, al contrario de lo que muchas veces creemos, actuamos más movidos por la emoción que por la razón –segundo mito– y por mecanismos inconscientes antes que conscientes –tercer mito–, de tal forma que nuestras percepciones, lejos de ser objetivas –cuarto mito–, están condicionadas tanto cultural como emocionalmente. Ferrés hace extensible este hecho a todas las personas pero, de alguna manera, deja entrever que la libertad, la racionalidad, la conciencia y la percepción objetiva resultan aún más limitadas en los individuos que todavía no han alcanzado la madurez.

De este modo, siguiendo a Ferrés, determinamos que la televisión realiza una función socializadora fundamentalmente mediante el entretenimiento, porque es el entretenimiento y en especial los espacios de ficción, lo que incita a muchos telespectadores y de modo particular a los adolescentes a mirar la televisión, y porque además advertimos que, también en este sentido, existía una escasez de estudios.

Otro de los trabajos clave para el planteamiento de esta investigación fue el de una reconocida investigadora en el campo de la psicología social y de la televisión, Sonia Livingstone. En su obra *Making sense of television* encontramos algunas claves que nos llevaron a considerar la idoneidad del serial televisivo como caso de estudio: «El serial televisivo concordaba con mi interés por las representaciones del conocimiento construido compleja y gradualmente, ya que se trata de un género que contiene muchos personajes familiares cuyas personalidades, por ejemplo, podrían ser contrastadas y comparadas por la audiencia. Por ello el serial televisivo sirve como caso de estudio para una indagación más amplia en el papel de los media, al producir y reproducir conocimiento social» (Livingstone, 1990: 1).

Y es que se ha demostrado que los valores sociales encarnados por personajes de series de ficción televisiva, a veces, son transferidos a los telespectadores. Ferrés ha estudiado casos en los que un tema tratado en un serial de televisión ha conseguido mayores niveles de concienciación social que las informaciones reales o las meditaciones campañas de publicidad programadas al efecto. Como ejemplo, cita un capítulo de la popular telenovela venezolana «Cristal», que en España contribuyó a que las mujeres acudieran al médico para prevenir el cáncer de mama, en mayor medida que cualquier noticia o cualquier campaña del Ministerio de Sanidad y de la Organización Mundial de la Salud. En Cataluña, una pareja de personajes homosexuales –muy humanos y entrañables– de «Poble Nou», un serial de gran resonancia social, hizo más por la aceptación social de la homosexualidad que un espacio de debate emitido en la misma cadena por las mismas fechas. En Estados Unidos, se ha comprobado que las profesiones de los protagonistas de las series de éxito –como «Ironsíde», «Doctor Gannon», «Turno de Oficio» o «Lucas Tanner»– se convirtieron en las más demandadas en muchas universidades que vieron incrementar el número de matriculados, coincidiendo con la popularidad de sus personajes.

Sonia Livingstone explica este fenómeno en base a la compleja relación que se establece entre el emisor y el receptor del serial: «En el serial televisivo, la relación entre el que habla y el que escucha no es sencilla, ni se trata simplemente de una relación de recepción pasiva: los espectadores están inmersos en una 'interacción parasocial', como si estuvieran relacionándose con gente real; participan sin identificación pasiva, desdibujan los límites entre lo que ven y lo que viven a través de discusiones interminables sobre 'qué pasó entonces' y a través de la utilización de sus experiencias diarias para juzgar el drama. Y es que el género invita a todo eso. Más aún, en los seriales no hay un mensaje simple que se reciba de manera pasiva, sino una cacofonía de voces, de confabuladores y oyentes ocultos, de mirones que mezclan a los protagonistas con sus propias historias y perspectivas. Cualquier 'mensaje' es el resultado de todo esto. Por otra parte, el 'mensaje' es inevitablemente plural, abierto a la interpretación» (Livingstone, 1990: 3).

Para analizar dicho proceso de interpretación, la autora propone acertadamente una integración de la psicología social con las teorías de la recepción 2, así como de los contenidos con sus efectos.

Las aportaciones de Sonia Livingstone nos condujeron a elegir el serial televisivo, la llamada *soap opera* en el contexto anglosajón, *feuilleton* en el francófono y telenovela en el latinoamericano, como caso de estudio por diversas razones, resumibles en la constatación de que el serial televisivo es el género de ficción que más se adapta a las circunstancias reales del telespectador en sus dos dimensiones: la espacial y la temporal.

Lógicamente esta adaptación espacio/temporal se logra en mayor medida cuando se trata de producciones internas que de productos extranjeros, por lo que comenzamos a buscar seriales españoles en las parrillas de programación y nos encontramos con «Al salir de clase», un serial sobre adolescentes producido por Boca-boca y emitido primeramente por Telecinco durante cinco temporadas y posteriormente por diversas redes de televisiones locales, convirtiéndose en uno de los referentes de la programación juvenil.

Decidimos realizar una investigación sobre este serial que incluyese el análisis de su contenido y de su

recepción en adolescentes, convencidos de que, como sostiene McQuail (1991: 432), «no se puede avanzar mucho en cuanto al significado de lo que se comunica sin la ayuda de las audiencias» y de que, parafraseando a Geraghty (1991: 15), «es el espectador quien dota de riqueza y profundidad a un material que, a primera vista, puede parecer poco profundo e infructuoso». Al mismo tiempo, determinamos combinar enfoques y métodos procedentes de la psicología social y de las teorías de recepción televisiva.

2. Fundamentación teórica y metodológica de la investigación

El marco teórico de esta investigación lo constituyen los dos ámbitos de estudio de los que parte: el mundo adolescente, por un lado y el género televisivo del serial, por otro. Los adolescentes constituyen un grupo sociológico con una compleja estructura en su personalidad y no parece posible entender su relación con la televisión sin conocer antes esta dimensión psicológica. Por su parte, el serial televisivo es uno de los géneros que ha permanecido más estable a lo largo de la historia de la televisión y conocer sus reglas y convenciones se hacía necesario para abordar el análisis de «Al salir de clase». Después de delimitar el marco teórico, el siguiente paso que dimos fue lógicamente revisar el estado de la cuestión, explorar las principales investigaciones realizadas sobre la recepción adolescente de seriales televisivos, y la exploración crítica de estos estudios nos permitió establecer una serie de conclusiones teóricas y empíricas acerca de lo que ya se sabía sobre el tema y de lo que aún quedaba por investigar. Y a partir de aquí estuvimos en condiciones de plantear con rigor nuestra investigación y de fundamentarla teórica y metodológicamente.

Resolvimos que la adolescencia representa una etapa crucial en el desarrollo de la identidad personal, en la que la influencia de padres y profesores es gradualmente reemplazada por la pandilla de amigos y los medios de comunicación, que, actuando a modo de agentes de socialización, ofrecen a los adolescentes una serie de modelos y valores con los que identificarse y de los que aprender. Pues bien, tanto psicólogos sociales como analistas de la recepción han detectado que, en buena medida, es el grupo de iguales el que orienta la exposición a determinados medios y el que selecciona los modelos que son valorados por su contribución a la vida social de ese grupo. En este sentido, determinamos que un serial para adolescentes del estilo de «Al salir de clase» podía constituir un caso de estudio muy útil por múltiples razones.

En primer lugar, por la variedad de modelos adolescentes representados que diversifican las posibilidades de identificación en los telespectadores y por la diversidad de situaciones narradas que conectan con su propia existencia, de hechos cotidianos que encajan con las preocupaciones propias de la adolescencia. Además, hay una serie de rasgos que caracterizan al serial –como la prolongada duración de las tramas, la característica de obra abierta o la carencia de un cierre estructural–, que propician que esa expectativa se mantenga permanentemente abierta. A ello se añaden toda una serie de estrategias y técnicas narrativas utilizadas para «enganchar» al telespectador, dispuestas para insertar el serial en un tiempo y un espacio que les devuelva a la realidad que viven día a día.

Por otra parte, a pesar de que los adolescentes ven menos televisión que los niños o los adultos, se sabe que son mucho más activos a la hora de seleccionar programas (Callejo, Arnet et al.) y, en las últimas décadas, se han revelado como un segmento muy significativo de la audiencia de series de ficción. En los estudios revisados se desvela que, en muchos casos, ellos mismos reconocen verse «arrastrados» a seguir estas series para no «quedar fuera de las conversaciones» en el colegio o en la pandilla de amigos. Se descubre que la audiencia en general y los adolescentes en particular, reelaboran e interpretan su significado a partir de las conversaciones que se establecen posteriormente en las redes de sociabilidad. En estas interacciones se discute la significación de los acontecimientos –muchas veces en relación con la propia experiencia–, y se realizan todo tipo de juicios estéticos, ideológicos y sobre todo morales acerca del comportamiento de los personajes.

Ocurre que los telespectadores poseen un conocimiento muy amplio de los personajes del serial televisivo, asisten a su evolución a lo largo de mucho tiempo, conocen desde su pasado hasta sus esperanzas para el futuro, sus cualidades personales, sus debilidades, sus motivaciones, en suma, conocen cómo y por qué se han comportado en una situación particular.

En el serial televisivo, además, las secuencias en las que unos personajes dan su opinión acerca del comportamiento de otros, en las que se emiten juicios de valor sobre las conductas, son muy frecuentes. Y al mismo tiempo, los telespectadores asisten también a las consecuencias de dichos comportamientos.

Por todo ello pensamos que, de alguna manera, el serial se convierte en eco de las normas sociales y de los códigos de conducta que rigen la sociedad representada. En algunos casos, las tramas se construyen sobre principios universalmente válidos, sobre la pura oposición moral entre el bien y el mal, pero, a menudo, se muestran diferentes puntos de vista –encarnados en diferentes personajes– con lo que se contribuye a mostrar el sistema de roles y los papeles que los individuos asumen dentro de su posición en la jerarquía social.

Junto a la moral, el serial enfatiza otra dimensión muy apreciable durante la adolescencia, la dimensión emocional. En los estudios empíricos revisados, se descubre que los adolescentes reconocen la autenticidad de los sentimientos y las experiencias escenificadas en los seriales televisivos que presencian, no como simple entretenimiento o para evadirse de los problemas de su vida cotidiana, sino como experiencia a la vez cognitiva y emocional y como lugar privilegiado donde experimentar emociones contenidas. En definitiva, se observa que los utilizan de manera autorreflexiva y que, de alguna forma, les sirven para explorar su propia identidad y para autoevaluar su propio sistema axiológico, preguntándose ¿qué haría yo en una situación como esa?

Por todo ello, consideramos que «Al salir de clase» nos brindaba una magnífica oportunidad de acercarnos, de una manera muy eficaz, al mundo de los valores entre los adolescentes y de conocer qué normas sociales son aceptadas o rechazadas por ellos. Porque, en lugar de preguntar sobre éstos en abstracto o en situaciones indefinidas 4 y, de este modo, correr el riesgo de obtener respuestas socialmente aceptables 5, es decir «para quedar bien», se les podía situar en experiencias concretas y controladas – desde la motivación que las provocó hasta las consecuencias que se originaron posteriormente, pasando por los juicios de valor emitidos al respecto– y comprobar así si se producía algún tipo de socialización en la construcción de sus valores, normas, opiniones y actitudes.

Otro tema de vital importancia durante la adolescencia para el desarrollo de la identidad, lo constituye el establecimiento de relaciones interpersonales. El adolescente se independiza psicológicamente de sus padres y en este proceso se va transformando su relación con ellos –de la subordinación a la autonomía– al tiempo que sus lazos afectivos se extienden hacia el grupo de pares. Esta independencia emocional va acompañada normalmente de la necesidad de elegir personas con las que entablar relaciones de amistad e intimidad.

Advertimos que, también en este punto, convergían las investigaciones desde la psicología social y desde las teorías de la recepción, en la constatación de que los adolescentes emplean mucho tiempo y esfuerzo en vencer dificultades para esas relaciones interpersonales, en aprender cómo establecerlas y en desarrollar romances de pareja. Precisamente si hay algo que universaliza a los seriales televisivos es su centralidad en las relaciones interpersonales, que constituyen la base de multitud de conflictos. Además, los propios adolescentes en los estudios revisados reconocen en las series de ficción una importante fuente de aprendizaje en el sentido de que les permite por un lado, acceder a una parcela de la vida que en la realidad les está vedada, bien por restricciones socioculturales o simplemente por pertenecer a la esfera de lo privado, y por otro, les permite adquirir pautas comunes de integración grupal.

La tercera gran cuestión del adolescente, también como pieza fundamental en la búsqueda de su identidad, es la elección vocacional. Como hemos mencionado, algunos estudios han puesto de manifiesto cómo algunas teleseries populares han influido en la elección de profesiones, evidenciándose en el incremento de matriculados en determinadas titulaciones universitarias. Por su parte, los psicólogos ocupacionales han detectado que la determinación de lo que se quiere ser en la vida puede estar condicionada, entre otros muchos factores, por el atractivo o la accesibilidad con que se presenten en un determinado momento. Siendo este otro aspecto que podía conectar a los personajes de «Al salir de clase» con sus seguidores adolescentes, incluso motivar identificaciones, nos pareció interesante analizar la coincidencia de elecciones vocacionales en unos y otros.

La revisión teórico-crítica de las teorías sobre la adolescencia nos había llevado además a la convicción de que, a lo largo del tiempo, se han ido formando una serie de estereotipos en torno a ella que han calado hondo en la percepción que, sobre esta etapa del desarrollo humano, poseen tanto los adultos como los mismos adolescentes. Precisamente, uno de los rasgos que definen la esencia del serial televisivo es la estereotipación de los personajes en torno a una serie limitada de rasgos que faciliten su rápido reconocimiento y en varias de las investigaciones revisadas habíamos encontrado que los seriales televisivos contribuyen a reforzar los estereotipos de roles atribuidos a los dos géneros. «Al salir de clase» se caracterizaba por un modo de producción rápido y barato, lo que nos hizo prever que en ella proliferarían los estereotipos vinculados a la edad adolescente y a los roles de género.

Fundamentado teóricamente el objeto de estudio, pasamos a fundamentar la metodología empleada en la investigación. La parte empírica del trabajo la constituye un estudio del serial juvenil «Al salir de clase», concretamente un análisis de contenido y un estudio de recepción con adolescentes.

El método elegido, como conceptualización metodológica marco para el análisis de contenido, fue la lectura crítica del film propuesta inicialmente por Nazareno Tadei, desarrollada después por Norberto Alcover y Luis Urbez y ampliamente utilizada por otros estudiosos de comunicación audiovisual, como el mencionado Joan Ferrés. Después de revisar la diversidad de métodos empleados en el análisis de textos de ficción, no sólo televisiva sino también literaria y cinematográfica, nos pareció que éste era el que, en mayor medida, nos permitía integrar los contextos de producción y recepción, así como conciliar la descripción objetiva de los elementos representados con la interpretación subjetiva. Para el análisis de los personajes adolescentes, utilizamos una taxonomía de rasgos de personalidad desarrollada por la profesora Ana Iraegui en su tesis doctoral que nos ha resultado muy útil para poder descifrar la diversidad de modelos representados y poderlos comparar entre sí.

Por su parte, el estudio de recepción con adolescentes consistió en una encuesta sociológica 6 a una muestra representativa de los estudiantes de 4º de la E.S .O o 2º de B.U.P en Salamanca, de edades comprendidas entre los 15 y los 17 años, justo la edad inmediatamente anterior a la que representaban tener los personajes adolescentes de «Al salir de clase». Mediante un cuestionario escrito, que aplicamos en las mismas aulas donde estudiaban, sometimos a la valoración de los sujetos varios aspectos relacionados con nuestra hipótesis de trabajo que habíamos enunciado del siguiente modo: si los adolescentes encuentran en «Al salir de clase» un modo de reconocer y resolver situaciones y problemas propios y sienten a los personajes como gente que conocen, se puede producir algún tipo de socialización en la construcción de sus valores, normas, opiniones y actitudes y los personajes pueden actuar a modo de modelos cuyo ejemplo cabe emular.

En primer lugar, determinamos conocer cómo serían valorados los personajes adolescentes por parte de los encuestados. Esto nos proporcionaría una visión de qué modelos atraían y cuáles eran rechazados. Asimismo, les preguntamos su actitud acerca de determinados comportamientos protagonizados por estos mismos personajes y observamos su correlación con la valoración previamente emitida. En este sentido, la pregunta que se nos planteaba era: ¿la adhesión a un personaje conlleva la aprobación automática de su conducta?

Para la elección de dichos comportamientos determinamos varios aspectos: que fueran conductas relacionadas con dimensiones muy variadas de la persona, de sus relaciones interpersonales (intimidad, amistad, familia, instituto, sociedad); conductas que, por otra parte, vulnerasen normas emanadas de los diferentes agentes de socialización (grupo de iguales, padres, institución educativa, Estado); en las que se produjera una confrontación entre valores y contravalores en función de quién ejerciera el control social sobre cada norma y del rol y la posición jerárquica asumida por cada una de las partes implicadas; y cuya «moralaja» contuviese un cierto cometido socializador en tanto conductas desaconsejables, bien porque hubieran reportado consecuencias negativas tales como castigos o reprobaciones verbales, bien porque el propio personaje se hubiera arrepentido de su propia conducta.

En virtud de estos criterios, fueron seleccionados los siguientes quince comportamientos:

1. Alberto le pega a Javi por ocultarle que habían acertado la quiniela –Javi no quiere repartir el premio con Alberto por no haber pagado su parte–
2. Silvia pasa la noche en el apartamento de Íñigo –sin el permiso de su padre. Silvia tiene 17 años–
3. Miriam toma pastillas para adelgazar –quiere ser modelo–
4. Javi y Rafa venden los exámenes a los estudiantes –los consiguen entrando en la red informática del instituto–
5. Nico pasa la noche en el apartamento de Raquel –para que no se enteren sus padres, mete una almohada dentro de la cama. Nico tiene 17 años–
6. Javi y Rafa venden lotería de navidad falsificada –no tienen suficiente dinero para sacar la revista «Magazine Bulevar» que hacen con otros amigos–
7. Alberto cambia la portada de la revista sin decírselo a Carlota –cree que la revista la hacen todos y Carlota no puede imponer siempre sus criterios–
8. Miriam intenta robar camisetas en una tienda –lo hace por morbo y porque va a medias con su amigo David–
9. Alberto envía anónimos al director del instituto, acusando a Juan de salir con su alumna Carlota –su exnovia, que está sufriendo mucho por culpa de ese profesor–
10. Carlota se marcha un fin de semana a Portugal con su profesor –les dice a sus padres que se va con Elena a la casa de sus tíos–
11. Álex lleva «chuletas» para copiar en un examen
- 12.- Sócrates se pega con su primo Álex por Rocío –cree que cada vez que le gusta una chica se la quita–
13. Elena le dice mal apostando la hora de la prueba de teatro a Miriam –para quedarse ella con el papel de «Julieta»–
14. Álex toma anfetaminas para prepararse un examen en una sola noche
15. Elena dice mal adrede a Miriam lo que entra en el examen –está celosa de Miriam–

Por un lado, pretendíamos acercarnos al mundo de los valores de los adolescentes y a las normas aprobadas o rechazadas por ellos, y de otro, saber su posición respecto de la lectura propuesta por los guionistas. Para medir este último aspecto recurrimos al modelo de codificación/decodificación de Stuart Hall. Contemplamos las posibles posiciones en las que podrían situarse los sujetos y acordamos las siguientes categorías de respuesta: «Me parece fenomenal, yo haría lo mismo»; «Me parece bien, pero yo no lo haría»; «No sabría cómo juzgarlo» y «Me parece fatal». La correspondencia con el modelo de codificación/decodificación de Hall sería que: la primera respuesta se asociaría a la posición de oposición; la segunda, a la posición negociada; la cuarta, a la posición dominante y la tercera significaría que el sujeto no se posicionaba.

Al mismo tiempo, la utilización del serial televisivo para reconocer y resolver problemas propios parecía estar estrechamente vinculada con la búsqueda de consejo. Por ello, nos propusimos investigar si los adolescentes habían asumido como propios algunos de los consejos extraídos de su formulación literal en «Al salir de clase» y para comprobarlo determinamos trasladar a los cuestionarios algunas de las situaciones conflictivas vividas por los personajes. Se pidió a los sujetos encuestados que aconsejaran a los personajes respecto de algunas situaciones conflictivas en las que se habían visto involucrados:

1. A Javi cuando su amigo Rafa deja de hablarle porque sale con la chica que también le gusta a él
2. A Miriam cuando quiere dejar los estudios para dedicarse exclusivamente a intentar ser modelo
3. A Alberto cuando andaba con gente de una secta
4. A Miriam cuando compra drogas de diseño
5. A Carlota cuando su padre le prohíbe que salga con su profesor
6. A Miriam cuando se queda embarazada

En los seis casos planteados se les presentó una batería de seis respuestas posibles para que eligiesen sólo una. Las dos últimas, «No sabría que aconsejarle» y «Ninguna de las anteriores», se repitieron para todas las situaciones. De las otras cuatro posibles respuestas, dos habían sido formuladas en el serial y dos no. Lo que averiguaríamos sería la tendencia a decantarse por las recomendaciones expresadas en «Al salir de clase».

Otra de las cuestiones con las que presuntamente se relacionaba de manera muy directa nuestra

hipótesis era la identificación con los personajes. En el análisis de las diversas teorías psicosociales sobre la adolescencia habíamos detectado la identificación como un modo de adquirir valores; en el estudio teórico del serial televisivo, habíamos encontrado en muchos autores una extendida recurrencia a este concepto para explicar la capacidad de fidelización del género; y en la revisión de las principales investigaciones, la identificación con los personajes se había revelado como un denominador común en todos los estudios, tanto cuantitativos como cualitativos. Pero, en la mayoría de estas investigaciones, se estudiaba la identificación con los personajes como una categoría abstracta, sin concretar los modelos que desencadenaban dicho mecanismo ni las razones. Nosotros pretendíamos averiguar, además de qué personajes gustaban o no, con cuáles y por qué se identificaban los adolescentes.

Sin embargo, con todas estas cuestiones planteadas hasta el momento no quedaban agotadas todas las posibilidades de reconocimiento y resolución de problemas de los adolescentes, por lo que decidimos incluir además una pregunta abierta en la que pudiera revelarse cualquier aspecto del serial que a ellos les hubiera ayudado a comprender esos problemas. De este modo, dábamos cabida también a las valoraciones espontáneas de los encuestados y avanzábamos hacia el conocimiento, no ya sólo de la capacidad de socialización del emisor sino de la utilización del receptor para su autosocialización.

Como indicábamos al fundamentar el objeto de estudio, la construcción del significado que se deriva del contenido de un serial televisivo se amplía a las conversaciones que se producen en las diferentes redes de sociabilidad. Por ello les preguntamos si este serial se comentaba en su grupo de compañeros y amigos y si en esos comentarios se llegaban a asociar personas con personajes. Al mismo tiempo, pensando que «Al salir de clase» podía estar altamente introducida en las conversaciones entre los adolescentes, decidimos extender al grupo de pares las preguntas de identificación y ayuda proporcionada para entender los problemas de la propia edad y observamos su correlación con el grado de realismo percibido.

Respecto a cómo estudiar el seguimiento de «Al salir de clase», encontramos inadecuado el modo empleado en los estudios revisados, ya que en la mayoría de ellos se limitaba a la frecuencia. Creímos que tan importante como conocer cuantas veces la habían visto, era con qué grado de atención, así como si ésta les había creado un hábito nuevo o ya se acostumbraba anteriormente a ver la televisión a esa hora. La contemplación de todas estas variables nos permitiría así establecer una clasificación más precisa, con categorías intermedias entre las extremas de fans y no telespectadores.

Igualmente, encontramos insuficientes las variables empleadas para medir el grado de satisfacción, que en las investigaciones detalladas se realizaba en términos absolutos cuando sería mucho más apropiado hacerlo también en términos relativos, esto es, comparándolo con otros programas de televisión, y preguntando una vez más, no sólo por el consumo, sino también por la actitud.

Después de revisar las investigaciones sobre recepción adolescente de seriales televisivos, habíamos concluido además que el alto consumo y afinidad con este género podía relacionarse con problemas de soledad, insatisfacción personal y baja autoestima. Quisimos verificar o refutar este hallazgo y para medirlo, preguntamos el grado de satisfacción en los entornos sociales donde el individuo construye su identidad y desde los que se socializa –sociedad, familia, escuela y grupo de iguales– con una escala de valoración idéntica para todos ellos que nos permitiera establecer comparaciones. Del último, del grupo de iguales, decidimos interrogar además acerca de su composición porque habíamos establecido que la manera de interaccionar varía mucho de unos a otros.

Además, determinamos incluir otras variables individuales de los encuestados como el sexo y la clase social, por su destacada importancia en la construcción de la identidad, y el tipo de centro escolar –público o privado– y de plan de estudios –B.U.P o E.S.O.–, por el diferente sistema de educación –plan anterior o posterior a la reforma LOGSE–.

Por último, preguntamos por la perspectiva de profesión futura para medir su grado de coincidencia con la de los personajes adolescentes de «Al salir de clase», tal y como se ha explicado al fundamentar el objeto de estudio.

3. Principales conclusiones del estudio empírico

De los resultados obtenidos en el estudio empírico sobre el serial juvenil «Al salir de clase», por limitaciones de espacio, vamos a enunciar sólo algunos resultados parciales, pero globalizadores.

Se verifica la hipótesis de partida enunciada, pero constatamos que no se produce de manera generalizada, sino restringida a un número limitado y que no afecta a todos por igual.

Para algunos adolescentes, la vida real y la vida del serial parecen formar parte de un todo inseparable, donde se mezclan las imágenes televisivas con las percepciones de la realidad, y las interacciones personales, cara a cara, con las mediáticas. Estos adolescentes habían interpretando los hechos narrados en «Al salir de clase» de una forma referencial, como si versasen sobre lo que ocurría fuera. Les había aportado conocimiento sobre sí mismos, sobre los demás, sobre la adolescencia, sobre la vida en general, y habían absorbido actitudes, normas, valores, pautas de comportamiento, posibles soluciones a problemas, incluso algunos la habían utilizado para tomar decisiones y aconsejar a otras personas.

Para otros adolescentes, sin embargo, la ficción representada en «Al salir de clase» nada tenía que ver con su percepción de la realidad y de los jóvenes de su edad, calificándola de exagerada, extremista, falsa, fantasmada, irrealista, surrealista, y un largo etcétera de calificativos de intensa connotación negativa, para subrayar que los hechos narrados se alejaban diametralmente del mundo que conocían.

Concluimos que, tanto unos como otros, utilizan «Al salir de clase» para su autosocialización, para proteger su identidad personal y la coherencia de su sistema de valores y del de su grupo de iguales, exponiéndose o rehuendo de los mensajes que refuerzan o contravienen esa identidad y coherencia, produciéndose así los tres mecanismos que los psicólogos sociales han bautizado como exposición, percepción y memoria selectiva.

La exposición selectiva hace que prestemos más atención a lo que respalda o coincide con nuestros valores y actitudes y que evitemos o ignoremos la información incongruente con ellos. La percepción selectiva nos conduce a interpretar la información en un sentido que apoya más nuestras actitudes y valores de lo que en realidad lo hace –de ahí la pluralidad de significados–. Este efecto es especialmente pronunciado cuando la información es ambigua o contradictoria, –cuando como en el serial, se muestran puntos de vista diferentes, incluso antagónicos– en cuyo caso, queda demostrado que las actitudes se polarizan. Por su parte, la memoria selectiva hace que la información congruente con nuestras actitudes y valores quede sobrerrepresentada en la memoria en relación con la información incongruente, con lo que es más probable que guardemos y recuperemos la información que nos respalda que la que nos contradice.

En este sentido, creemos que debemos hablar más de autosocialización –traduciendo el término *self-socialization* que emplea por ejemplo Arnett– que de socialización directa o de capacidad de imponer un significado. Y en todo caso, observamos que el serial no actúa de forma diferente al resto de agentes de socialización, sino que utiliza sus mismas técnicas de dar ejemplo, instrucción directa, explicación de las normas o imposición de recompensas y castigos –en todos los casos la conducta aceptable se alienta y se alaba, mientras que la conducta indeseable se sanciona– ni obtiene resultados distintos: sus enseñanzas a veces son aceptadas y asimiladas y a veces rechazadas. Y de cualquier forma, estas enseñanzas resultan, en la mayoría de los casos, positivas y acordes con las impartidas por el resto de agentes.

En lo que respecta al seguimiento de «Al salir de clase», nos encontramos asimismo con dos grupos claramente definidos y opuestos entre sí: el de los fans y el de los que no habían seguido este serial. El perfil tipo de fans lo constituía una chica, de clase trabajadora, estudiante de E.S.O en un centro público, que iba regular o bien en los estudios, que salía en una pandilla de sólo chicas, le gustaba mucho y lo comentaba con sus amigos. El perfil tipo de adolescente que no seguía «Al salir de clase» lo constituía un chico, de clase alta, estudiante de B.U.P en un centro privado, que iba muy bien en los estudios, que salía en una pandilla de sólo chicos, no le gustaba y no lo comentaba con sus amigos.

Con todo ello, se evidencia, creemos, la tesis de que los diferentes modos de ver y usar la televisión se ven afectados por las características de los grupos que reúnen a individuos de similares condiciones sociales y culturales, entre las que se incluyen variables como el sexo, la edad y la clase social, ya que su uso depende de la importancia para la interacción social del grupo. Esto significa que, en la interpretación del entorno, además de las necesidades y experiencias individuales, ocupan un papel fundamental el rol desempeñado en ese momento y las pautas de grupo.

De la lectura crítica realizada se desprende que los problemas representados en «Al salir de clase» no siempre se resolvieron de manera clara y consensuada, este serial no ofreció soluciones únicas a los problemas personales y morales retratados, sino que fueron abordados desde distintas perspectivas, incluso con puntos de vista opuestos según el criterio de los diferentes personajes. Es lógico, por tanto, que nos encontremos con que no todos comprendieron el texto de la misma forma, sino que las posiciones adoptadas respecto de la lectura propuesta por los guionistas fueron múltiples y a veces contradictorias. Esta conclusión vendría a reforzar la tesis de que los textos no poseen una única significación, sino que están sometidos a un proceso de interpretación abierta.

A pesar de que en muchos de los comportamientos analizados encontramos tendencias muy acusadas – así como valores y pautas sociales muy consensuados–, los adolescentes encuestados se posicionaron de diferente manera ante las mismas situaciones. Esta diversificación de actitudes y su relativa independencia del seguimiento del serial y de la valoración de los personajes –la adhesión a un personaje no conllevó la aprobación automática de su conducta–, nos lleva a concluir que no existe tanta uniformidad de valores y actitudes entre los adolescentes como a menudo se afirma, sino que cada uno reacciona en función de su propio modo de ser, pensar y sentir.

Otra conclusión destacada del análisis de los personajes adolescentes de «Al salir de clase» es su elevada estereotipia. A los estereotipos del adolescente inestable, influenciado, rebelde, indisciplinado, egoísta, materialista, pragmático, que se propone metas inalcanzables, que comete errores constantemente y cuyas relaciones sociales son muy frágiles, se une una visión de la adolescencia expuesta a numerosos desajustes y peligros (sectas, drogas, alcohol, violaciones, embarazos no deseados...). Concluimos así que la representación estereotipada de la adolescencia como etapa de tensión y turbulencias y del adolescente problemático está muy presente en este serial juvenil.

En algunos casos, los personajes resultaron objeto de identificación y se constata la diversificación de modelos que ofrece el serial televisivo, pero el escaso porcentaje hallado de respuestas afirmativas nos lleva a creer más en la tesis de Horton y Wohl de la «interacción parasocial», con la que sugieren que los espectadores pueden penetrar en el drama a través de otros significados que no son propiamente la identificación, sino formas de participación, en las que el telespectador actúa como un personaje más, tomando partido, poniéndose del lado de unos personajes y en contra de otros o, simplemente, reaccionando emocionalmente.

De estos resultados obtenidos nos han surgido nuevas preguntas que enunciaremos, ya para finalizar, por si pudieran dar pistas para futuras investigaciones.

En primer lugar: ¿a qué se debe que este tipo de seriales actúen a modo de imanes, de tal forma que, mientras a unos adolescentes les atraen poderosamente a otros les repelen? Creemos que, además de las variables estudiadas que nos han permitido fijar un perfil tipo para ambos tipos de telespectador, fans y no seguidores, existen otras cuestiones, intuimos que relacionadas con la construcción de la identidad y la pertenencia a determinados grupos sociales.

Y por otro lado: las divergencias encontradas en lo que se refiere a las formas de interpretar y utilizar el texto y de posicionarse respecto de la lectura propuesta por los guionistas: ¿a qué responden? ¿qué otras variables están mediando? y ¿qué papel juegan los rasgos de personalidad y los valores ya adquiridos? Y es que, probablemente, muchos de los factores que intervienen en los modos de ver y usar la televisión residen también en dimensiones internas y profundas de la personalidad y en la propia historia personal que diferencian a los individuos, antes incluso que en los aspectos externos que los uniformizan.

Referencias

- ALCOVER, N. y ÚRBEZ, L. (1976): *Introducción a la lectura crítica del film*. Barcelona, Edebé.
- ARNET, J.; LARSON, R. y OFFER, D. (1995): «Beyond effects: Adolescents as active media users», en *Journal of Youth and Adolescence*, 24.
- BUCKINGHAM, D. (1987): *Public Secrets. EastEnders and its Audience*. London, BFI.
- CALLEJO, J. (1995): *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Madrid, CIS.
- CASETTI, F. y Di CHIO, F. (1999): *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, Paidós.
- FERRÉS, J. (2000): *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona, Paidós.
- FERRÉS, J. (1996): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona, Paidós.
- FISKE, J. y HARTLEY, J. (1978): *Reading Television*. London, Routledge.
- GERAGHTY, C. (1991): *Women and Soap Opera: A Study of Prime-Time Soaps*. Cambridge, Polity Press.
- HALL, S. (1974): «Encoding/Decoding in Television Discourse», en HALL, S. et al. (1980): *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*. London, Hutchinson.
- HORTON, D. y WOHL, R. R. (1956): «Mass communication and parasocial interaction», en *Psychiatry*, 19.
- IRAEGUI, A. (1998): «La aproximación psicolingüística al estudio de la personalidad: una propuesta taxonómica». *Tesis Doctoral*. Universidad Pontificia de Salamanca.
- KLITGAARD, K. (1996): «Global teen soaps go local: Beverly Hills, 90210 in Denmark », en *Joung: Nordic Journal of Youth Research*, 4.
- LIVINGSTONE, S. (1990): *Making sense of television: the psychology of audience interpretation*. Oxford, Pergamon Press.
- McQUAIL, D. (1991): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- PASQUIER, D. (1999): *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L. (1997): *Crítica de la seducción mediática*. Madrid, Tecnos.

1 El término lo adoptan de Fiske y Hartley (1978), quienes resumen las funciones de la televisión en su papel bardo del siguiente modo: identificar las principales corrientes de opinión cultural; implicar a cada individuo en el sistema de valores dominantes de dicha cultura; interpretar y explicar las acciones de cada representante de dicha cultura respecto al mundo exterior; transmitir un sentimiento de pertenencia, seguridad e implicación cultural; convencer al público de que su identidad está garantizada por su propia cultura.

2 A pesar de que la psicología social y los estudios de medios han constituido tradicional e institucionalmente áreas de conocimiento independientes, tanto en lo que a docencia como a investigación se refiere –cada una posee sus propias publicaciones, departamentos, cursos, etc.–, existen entre ellas unos intereses comunes y unos fuertes vínculos que se han traducido en una historia muy interrelacionada y unas fronteras altamente permeables. De hecho, la convergencia de objetos de estudio entre psicólogos sociales e investigadores en comunicación de masas se ha reforzado en las últimas décadas y ha dado lugar a numerosas conexiones teóricas y a desarrollos paralelos en la investigación de audiencias.

3 Además de los estudios cuantitativos sobre percepción social y motivaciones realizados en EE.UU desde las teorías del cultivo y usos y gratificaciones respectivamente, se revisaron los principales trabajos cualitativos realizados en Europa como los de David Buckingham sobre «EastEnders» en el Reino Unido, Dominique Pasquier sobre «Hélène et les garçons» en Francia o Karen Klitgaard sobre «Sensación de vivir» en Dinamarca.

4 Es lo que suele suceder en los estudios de carácter sociológico, se pide a los encuestados que ordenen jerárquicamente una serie de valores o que puntúen del 1 al 10 la importancia que les conceden.

5 Los sociólogos lo denominan sesgo de la *deseabilidad social*.

6 Fueron considerados varios motivos para valorar la encuesta sociológica con cuestionario escrito como la técnica más adecuada para el estudio de recepción sobre «Al salir de clase». El primero de ellos tenía que ver con el objeto de estudio seleccionado. Al tratarse de un serial televisivo emitido en un canal de televisión generalista, prácticamente todo el conjunto de la población adolescente era audiencia potencial y, en este sentido, pesaba mucho la representatividad. La segunda razón se relacionaba con la juventud del público investigado y con la condición de los temas planteados. Se iba a requerir a los participantes que se posicionaran respecto de cuestiones relacionadas con ámbitos muy privados de la persona y se pensó que, para expresarse con libertad y sinceridad, sin sentirse influidos por otros, el mejor medio era el que les permitiera responder de forma completamente anónima. Además se trataron de eludir dos problemas de método reseñados, por algunos estudiosos de la adolescencia, como dificultades que limitan el verdadero conocimiento de los adolescentes. De un lado, la presencia de líderes que, con frecuencia, aparecen en los estudios cualitativos, monopolizando las interpretaciones y anulando prácticamente la posibilidad de discrepancia. Y de otro, la mencionada obtención de respuestas que obedecen únicamente a lo que se considera socialmente aceptable. Por último, se valoró el cuestionario, no sólo como un medidor estadístico de datos, sino como un instrumento que estimula la confianza, permite la comparación de respuestas y el establecimiento de correlaciones, evita el error de tomar el todo por la parte y proporciona la posibilidad de estudiar un amplio universo.

Yolanda Montero Rivero es profesora de televisión en la Escuela Superior de Periodismo y Comunicación Social de Valladolid (España) (ymonterorivero@yahoo.es).