

## **Masculinidades de ficción televisiva y retroalimentación *online*. Jóvenes y adolescentes en-red-ados fuera y dentro de *Física o química* y *El internado***

Virginia Guarinos, Inmaculada Gordillo, María del Mar Ramírez,  
Jesús Jiménez-Varea y Alberto Hermida  
(USE. Grupo ADMIRA)

**Resumen.** Las nuevas formas de ocio y relación posibilitan que los espacios televisivos puedan encontrar en la ciberesfera un lugar para fomentar la participación de los espectadores y la fidelización de la audiencia. De todos ellos, los jóvenes y adolescentes cuentan en este mundo con un espacio natural de colaboración en foros, *chats*, redes sociales y webs oficiales donde mostrar sus personalidades y construir sus identidades. Prestando especial atención a este segmento de población, este trabajo incide en los perfiles masculinos en su relación con sus espejos-personajes en dos series contemporáneas de la televisión de España que han fomentado con fruición estos usos: *Física o química* y *El internado* (Antena 3). Por ello, se analizan y observan los personajes masculinos de ficción, sus comportamientos y sus usos de las nuevas tecnologías, al tiempo que se desarrolla igualmente en los internautas fans de las series, a través de la participación en estos mundos virtuales.

**Palabras clave.** Televisión, ficción, ciberesfera, masculinidad.

**Abstract.** The new forms of entertainment and relationships enable television shows to find a place within the cybersphere from which they can both encourage viewers' participation and loyalize their audiences. Amongst them, youngsters and teenagers have a natural collaborative space in this world in the form of Internet forums, online chats, social networks, and official websites where they can exhibit their personalities and build their identities. Focusing on this population segment, this paper tackles male profiles and their relationship with their mirror-characters in two contemporary Spanish television series which are strongly encouraging such uses: *Física o química* y *El internado* (Antena 3). Therefore, this paper analyzes and explores fictional male characters, their behaviours and their uses of new technologies, as well as their development amongst these series' fan internauts through their participation in these virtual worlds.

**Keywords.** Television, fiction, cybersphere, masculinity.

### **Jóvenes, plataformas multicontenidos y tv: ficción y realidad interactuando**

El paso de los *mass media* a los *social media* está propiciando el flujo de intercambio de procedimientos y de mensajes entre distintos medios que, a su vez, construyen un *homo cyber* que es al tiempo un *homo ludens*. El objeto de estudio de este trabajo es la generación de estereotipos y prototipos que se produce entre adolescentes y jóvenes en dos series de *prime time* de producción española, *Física o química* y *El internado*, ambas de Antena 3<sup>1</sup>, a través de sus medios de comunicación y expresión virtuales. Se trabaja sobre el personaje masculino<sup>2</sup> y sus prácticas en el modelo de mundo interno de la ficción y sobre la construcción de sí mismos como personajes en la comunicación

---

<sup>1</sup> La pertinencia de este estudio en particular se corrobora con la entrega del Premio Ondas 2009 otorgado a la serie *Física o química* como parte activa de la multiplataforma de contenidos dentro de la novedosa Web 3.0 planteada por la Cadena Antena 3.

<sup>2</sup> Este trabajo se enmarca dentro de la investigación que el grupo ADMIRA está realizando a través de un proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación sobre la construcción de la nueva masculinidad en las series ficcionales de televisión de producción española.

internauta de los espectadores fans en la ciberesfera que gira en torno a las series referidas: *chats* y foros de las cadenas, páginas de fans, *fanfiction*, redes sociales, etc. Son varios los aspectos que resultan de especial interés dentro de este foco de estudio:

- Las prácticas de los jóvenes como consumidores de productos televisivos, en especial series, de forma directa o diferida.
- Las estrategias televisivas que han convertido a este segmento de población en personaje estrella de sus programas ficcionales o no, generando un *boom teenager* en los últimos cinco años, e igualmente la generación de nuevos modos de fidelización de audiencias para hacer que los jóvenes procuren un visionado en simultaneidad de los capítulos de las series (como en Cuatro y Antena 3 con sus *chats*).
- La existencia de una televisión que más que nunca se mantiene como un potente dispositivo de desarrollo de estereotipos pero también de generación de prototipos imitables, como afirman Rincón y Estrella (2001).

El fenómeno televisivo ficcional excede las fronteras de la propia televisión y tiende a aprovechar el paso que han sufrido los adolescentes con la evolución tecnológica y su sabiduría generacional que le permite contactar con nuevas pantallas como la de Internet, la telefonía móvil o las consolas de videojuegos (Guarinos, 2009). Por otro lado, según manifiesta Gabelas (2005), el espectador joven ya no siente sólo el placer de ser espectador, también el de ser jugador, lo que le ha llevado a pasar más tiempo ante otras pantallas distintas a la televisiva. Y éste es motivo suficiente para que las televisiones deseen realizar esa “captura de pantalla” doble, en televisión y en el ordenador, con respecto a este tipo de espectadores. Por el lado de la ficción estas series van encaminadas a un público adolescente y juvenil en una horquilla de edad entre los 12 y los 19 años aproximadamente, y, de ese modo, aunque los actores que los representan suelen ser mayores, los personajes que encarnan encajan en esos perfiles. Por el lado de la realidad, el espectador de estas series tiene ahora la oportunidad de integrarse en comunidades de amigos desconocidos con los que compartir sus filias y fobias por tramas o personajes de dichas series. Estos espectadores, como nativos virtuales que son, ya están acostumbrados a generar un perfil identitario propio para relacionarse en la red. Con esos mismos perfiles o con otros generados *ex profeso* se adentran en los foros y *blogs* sobre las series televisivas empatizando en ocasiones con los personajes y actores a los que admiran (en muchos casos confundiendo actor con personaje). Diversas investigaciones sobre espectadores jóvenes repartidos por sexos

arrojan la conclusión de que los espectadores hombres tienden más al visionado de productos deportivos, mientras que las chicas prefieren los productos de ficción (Ortiz, 1999; Sandoval, 2006; Medrano, 2007).

Una visita a cualquiera de los lugares *online* donde se produce la interacción con las series podría desmontar esta afirmación, puesto que hay casi por igual número de espectadores hombres y mujeres, compartiendo esta pasión por las series que citamos, como también por los *realities* múltiples y variados de los que se nutren hoy por hoy todas nuestras cadenas televisivas y que también cuentan con *chats* (caso de Operación Triunfo o Gran Hermano, ambos de Telecinco). Es en esta cultura de la participación donde probablemente se encuentre la auténtica vía para la tan anunciada televisión interactiva, televisión que por su propia naturaleza es incapaz de provocar la retroalimentación tal como está planteada en nuestros días si no es por la ayuda auxiliar de la red de redes. Las generaciones 2.0 en las sociedades occidentales plantean problemas en la reflexión sobre la construcción del yo que se oferta con una intención clara de visibilización global, incluso desde las más profundas “timideces”. Las grandes distancias de uso de *chats*, *messengers*, sociedades virtuales, redes sociales, *blogs*, vídeos para repositorios... plantean distintos “yo”, que no son más que los conocidos registros que todos empleamos en la praxis comunicativa social. Cualquiera de estos medios, modos o herramientas permite un uso con tendencias informativas, formativas y de opinión pero también performativas. Se desemboca así en un espectáculo audiovisual *online* donde las diferencias entre la simulación y la interpretación borran fronteras. Del nuevo espacio del conocimiento, el de la inteligencia colectiva, que Pierre Lévy (1997) llama “cosmopedia”, las comunidades de fans en línea son el mejor ejemplo. Ya se han hecho estudios sobre el fenómeno *fandom* en las telenovelas, los realizados por Nancy Baym (1998) o, más recientemente, sobre la ciencia ficción, el de Jenkins (2009), o el caso de *Perdidos* y *CSI* (González-Alarcón, 2009 y Tous y Noci, 2009 respectivamente).

### **1. Medios y usos de las nuevas tecnologías en el universo ficcional**

Un vistazo superficial al uso que los personajes de las series que trabajamos hacen de las nuevas tecnologías de la comunicación demuestra un reflejo directo de la realidad representada. En esta “cultura de la colaboración”, que ha llamado Jenkins (2009), el análisis de los espectadores internautas arrojaría el mismo resultado de uso. En ambas series existe una serie de mínimos en tecnología que son propiedad de los alumnos

personajes o del instituto. Al tratarse en ambos casos de series juveniles localizadas en centros de estudios, se desconoce si en el ámbito doméstico los personajes cuentan con tales medios a su alcance, no obstante el dominio de uso que demuestran evidencia su familiaridad con ellos.

Medios empleados por la totalidad de los personajes jóvenes son el teléfono móvil, el ordenador, de mesa o portátil y la consola de videojuego. Los profesores de ambas series, de una generación o dos por encima de los alumnos, restringen el uso a los dos primeros únicamente.

- Los usos de dichos medios son:
  - Móvil: mensajería sms (como forma habitual de comunicación entre amigos por encima de la llamada telefónica y como elemento de comunicación discreta/secretista, sobre todo en *El internado*); grabaciones de vídeo y fotografía (con segundas intenciones para ser usadas como extorsión a algún profesor o para perpetrar *cyberbullying*, ambos casos localizados en *Física o química*).
  - Ordenador: *Chats y messengers*, para comunicarse entre ellos, para conocer a nuevos amigos, fundamentalmente con fines sexuales (esta práctica puede ser llevada a cabo también por profesores, alguno de los cuales llega practica cibersexo con su pareja en *Física o química*), para recavar información (en *El internado*); comunidades virtuales, para relacionarse en la distancia, jugar o practicar *cyberbullying* y ridiculizar a profesores (en *Física o química* al estilo *Scound Life*); buscadores para obtener informaciones varias relacionadas con las tramas; entrada en páginas prohibidas (estableciéndose como *hackers*, en *El internado*); correo electrónico.
  - Consola de videojuegos, como ocio o como medio para fines ulteriores de enamoramientos y contactos sexuales.

En ningún caso se usan para labores académicas, a pesar de encontrarse en colegios, mientras que en algunas ocasiones los ordenadores de las salas de informática sí se emplean para entrar en páginas de sexo. No aparece el uso de *blogs*. Como estereotipos, se expresan a través de estos medios con el lenguaje sintético propio de la comunicación digital, que, como indica Diego Levis (2007), ha recuperado la comunicación escrita, pero mal escrita, en tanto que los códigos orales se ven transcritos de forma más o

menos “literal” a los nuevos códigos escritos mínimos, lo que se conoce como el “habla escrita” plagada de contracciones, abreviaturas y sacrificios vocálicos y consonánticos. Tanto en la función como en el modo, resulta indistinto que el usuario sea chico o chica. No obstante y, curiosamente, dentro de la tendencia de colocar a los personajes mujeres en puestos de relevancia y protagonismo frente al de los hombres, las chicas aparecen como expertas en informática (caso de Violeta en *Física o química* y de Victoria en *El internado*), mientras que los chicos no pasan de meros usuarios de nivel medio. Aun así, el uso de estos medios como herramienta para la venganza o el escarnio queda, no reservado, pero sí en mayor número para parte de los personajes adolescentes hombres (especialmente en el personaje de Gorka, en *Física o química*). La autorrepresentación física de los mismos en los *chats* a través de avatares y *nicks* es el elemento ausente en las series. No puede llegar a saberse salvo un caso aislado en *El internado* (el personaje de Pitágoras, supuesto profesor de matemáticas y asesino también), importante ausencia ficcional si se considera que el hipocuerpo<sup>3</sup> del hipertexto es una extensión de nosotros mismos, creado según la imagen que deseamos que se asocie a nuestra personalidad virtual<sup>4</sup>.

### **3. Esferas de participación de los espectadores en Internet**

Internet constituye una de las creaciones humanas inmejorables para promover la comunicación. Esta potencialidad está siendo empleada por los medios, y muy especialmente por la televisión, para promover y estimular el consumo de sus productos. Es una red abierta (no importa raza, cultura, edad), funciona permanentemente y en todo el planeta, es un medio altamente bi y multidireccional (permite que cualquier emisor sea simultáneamente emisor y receptor de mensajes), posibilita la comunicación con rapidez o en tiempo real, y es un medio global, que no posee fronteras geográficas (Sádaba y Roig, 2003, p.403). En este sentido, las dos series objeto de este estudio han convertido a Internet en una plataforma privilegiada para promover la audiencia y estimular la participación de los espectadores de forma tal que ya existen verdaderos clubs de fans de ambos espacios incubados precisamente en la

---

<sup>3</sup> En palabras de Balaguer (2002), “hipocuerpo es la vivencia de pequeñez, de limitación del cuerpo, que es vivido como una herida narcisista frente a las nuevas dimensiones socioculturales del cuerpo, representadas por el hipercuerpo”.

<sup>4</sup> Las investigaciones sobre videojuegos indican que los jóvenes suelen elegir aquéllos *nicks* fantasiosos de personajes heroicos y fantásticos o bien aquéllos otros que puedan parecer divertidos o graciosos, mientras que los avatares suelen tener características étnicas a las del jugador que los elige o crea pero descartando automáticamente los gordos, de baja estatura o fealdad (Mora, 2008).

red. En el portal de Antena 3 hay un apartado dedicado a la serie *Física o química* con un desarrollo de contenidos muy completo. En el mismo pueden verse desde capítulos, pasando por entrevistas exclusivas y galería de fotos, hasta vídeos de los mejores momentos. Hay una presentación pormenorizada de los personajes, y los actores interactúan con los espectadores en encuentros digitales. Existe un foro de debate y un blog donde los chicos/as de la serie contestan a las preguntas que les hace su público (<http://blogs.antena3.com/foq/>). También existe un Club Oficial de Fans en la misma web de Antena 3 con vídeos, comentarios, artículos y eventos (<http://foqclub.com/>), que suele incluir una encuesta sobre las tramas que se van desarrollando con preguntas del tipo “¿A quién hechas más de menos en *FoQ*?” o “¿Pasará algo entre Olimpia y Martín?”. Por lo general este tipo de estrategias son utilizadas por las productoras para orientar el desarrollo de la historia. Incluso en este caso hay un apartado que invita a los miembros del club de fans a participar en la construcción de la serie: “Ya hemos visto que algunos de vosotros habéis empezado a escribir vuestras propias historias y por eso queremos seguir viendo vuestras ideas. ¡Te proponemos un reto! Despierta el guionista que llevas dentro y comparte tus ideas, tus tramas, tus locuras... con nosotros” (<http://foqclub.com/articles/293-si-tu-fueses-guionista>).

Estos espacios de las series en Internet también han propiciado la puesta en marcha de nuevas estrategias publicitarias vinculadas con los contenidos de las mismas. Por ejemplo, en *FoQ* Paula es una joven embarazada que ha sido elegida por una importante cadena de juguetes para, trivializando la compleja realidad que existe tras el embarazo de una adolescente, promocionar sus productos: “Pasamos una entrañable mañana de compras en ToysRus con Angy Fernández buscando regalos para el hijo que espera Paula”. También Garnier, marca de productos para el cuidado del cabello, ha preparado en la web de la serie un concurso: “¿Sueñas con cenar con tu actor favorito? ¡Pues si te gusta Cabano, estás de suerte! Porque gracias al concurso que organiza Garnier, puedes ganar una cena con Maxi Iglesias”. El sector de la moda tampoco se ha quedado atrás: “La web de *FoQ* te lo pone fácil gracias a Mustang. Consigue las zapatillas más molonas del momento. Demuestra que eres el que más sabes de *Física o Química* y podrás conseguir un montón de regalos. Ropa firmada por los protagonistas de la serie...”<sup>5</sup> También son comunes las clásicas estrategias de emplazamiento de productos

---

<sup>5</sup> Ver: [http://www.antena3.com/PortalA3com/Fisica-o-quimica/Acompanamos-Angy-buscar-regalos-para-futuro-hijo-Paula/PA\\_94500\\_1802823\\_8790716](http://www.antena3.com/PortalA3com/Fisica-o-quimica/Acompanamos-Angy-buscar-regalos-para-futuro-hijo-Paula/PA_94500_1802823_8790716); ([http://garnier.es/\\_es/\\_es/pure-active/competition/index.aspx](http://garnier.es/_es/_es/pure-active/competition/index.aspx); o bien

y, de tal forma, los actores utilizan cremas para el acné juvenil o determinadas compañías de teléfonos móviles, además de un amplio catálogo de productos marca FoQ que demuestran la rentabilidad en otros terrenos de estos formatos de ficción televisiva: DVDs con las distintas temporadas, descargas de fotos, tonos y vídeos en el teléfono (“Fisiquimiza tu móvil”), cojín-diario secreto de *Física o química*, CDs con las canciones de la serie, revista oficial *FoQ* con pósters exclusivos, entre otros.

La estructura en la web de Antena 3 de *El internado* es similar a la de *FoQ*: la serie, capítulos, personajes, mejores momentos, entrevistas, galerías de fotos, noticias, etc. También hay un apartado en el que se establecen encuentros digitales entre los personajes/actores y los seguidores de la serie, así como *pool* de encuestas que contribuyen a que los guionistas vayan orientando los argumentos de la serie o para que evalúen las tramas ya en marcha. En la *home page* puede encontrarse el *link* al Club Oficial de *El internado* con artículos, fotos, vídeos y eventos. La publicidad también está presente en *El Internado*. Por ejemplo, algunos de los actores de la serie como Martín Rivas o Ana de Armas han posado para el Calendario Larios 2010. De igual forma Antena 3 ha dado un paso decisivo de la mano de Microsoft en su estrategia de Televisión 3.0 al integrar Windows Live Messenger en sus visores de vídeo en antena3.com. Así, los usuarios ya pueden ver series como *El internado* a la vez que interactúan con sus amigos en Windows Live Messenger y sin abandonar el canal de vídeo. *El internado* cuenta también con un programa de televisión que se emite de forma exclusiva en Internet titulado El Pasadizo, espacio de debate moderado por Jonathan Ruiz y copresentado por Verónica Polo, en el que actores y fans comentan las novedades de la nueva temporada, secretos de la serie, curiosidades, etc.

También en una red social como Facebook ambas series tienen una presencia importante de grupos con muchos fans. “Secretos escalofriantes se esconden tras las paredes de la Laguna Negra, nadie está a salvo” es la presentación de la página oficial de *El internado* en esta red social (<http://www.facebook.com/pages/El-Internado/188304921840?ref=ts>) que cuenta con cerca de seis mil seguidores que participan activamente con mensajes en el “muro”, fotos y vídeos. Pero además, el motor de búsqueda arroja más de 150 grupos diferentes de fans (o también detractores) de la serie y de sus distintos artistas/personajes. En el caso de *FoQ* el grupo oficial de

Antena 3 en FB cuenta con unos nueve mil seguidores y se encuentran más de cien otros grupos vinculados a ella. La promoción en la web de A3 de este grupo dice: “Hazte fan y sigue al minuto todas las publicaciones que tengan que ver con tu serie favorita. Si te gusta *Física o química* rechaza las imitaciones y únete a nuestro grupo oficial en Facebook”<sup>6</sup>. La presencia de estas series, de sus tramas, personajes y artistas en otras plataformas *online* también es abrumadora. Flickr cuenta, por ejemplo, con cientos de fotos. En Twitter también están presentes ([twitter.com/FoQtv](https://twitter.com/FoQtv) o [twitter.com/elinternadofans](https://twitter.com/elinternadofans), entre otros) y la mayoría de los actores/actrices cuentan con perfiles en Tuenti. Asimismo, existen no pocas plataformas en la web desde las cuales se pueden descargar los capítulos e incluso temporadas completas de ambas series de forma gratuita como por ejemplo [seriesyonkis.com](http://seriesyonkis.com), [series.tvfilia.com](http://series.tvfilia.com), [cineveo.com](http://cineveo.com), [seriesveo.com](http://seriesveo.com), [seriespepito.com](http://seriespepito.com), entre otras. En YouTube se encuentran 1140 vídeos buscados por “El Internado Antena 3” y 801 por “Física o química Antena 3”. Una estrategia que actualmente están poniendo en marcha las cadenas de televisión es la de estrenar capítulos de sus series en Internet. Por ejemplo, el martes 15 de Diciembre de 2009, un día antes del día habitual de emisión en horario *prime time* de televisión, los internautas pudieron disfrutar del último capítulo de la cuarta temporada de *FoQ*.

Desde los portales web puede accederse de igual manera a juegos desarrollados a partir de las series<sup>7</sup>. Por ejemplo, Globomedia y Antena 3 (coproductores de *El internado*) lanzaron el primer *Alternate Reality Game* que desarrolla una serie en España<sup>8</sup>. Se trata de un juego de pistas que utiliza diferentes soportes. A través de [Dondeestayago.com](http://Dondeestayago.com) los internautas pueden interactuar con *El internado*, adentrándose en ella y participando en la resolución de uno de sus misterios. De esta forma la ficción salta a la realidad a través de pistas ubicadas en distintos capítulos de la sexta temporada de la serie y en escenarios reales. Estos indicios permiten al espectador avanzar en la resolución del misterio *online*. El juego plantea una trama paralela de misterio, totalmente interrelacionada e integrada con la producción, que permitirá a los jugadores participar de manera activa en la serie, escuchar las indicaciones de algunos de los personajes más representativos, caminar por el inquietante bosque que rodea La Laguna Negra e, incluso, entrar en el colegio.

---

<sup>6</sup> [http://www.antena3.com/PortalA3com/Fisica-o-quimica/P\\_94500](http://www.antena3.com/PortalA3com/Fisica-o-quimica/P_94500) (12/12/09).

<sup>7</sup> En el caso de *FoQ* han diseñado un juego de mesa oficial con pruebas de habilidad, retos y preguntas sobre la serie con un tablero y tarjetas.

<sup>8</sup> Sin autor (2009): “*Alternate Reality Game*. El juego de pistas *online* “¿Dónde está Yago?” logra una gran acogida”, en: *FórmulaTV.com*. En línea en <http://www.formulatv.com/1,20091124,13407,1.html> (24/11/09).



#### **4. Construcción de perfiles de personajes masculinos de ficción**

La ficción audiovisual posee la doble cualidad de representar un modelo y un espejo social al mismo tiempo. Como espejo refleja y recrea la sociedad de la que surge el relato, organizando historias ficcionales con patrones que reproducen esquemas de la realidad. Como modelo sirve para confirmar, perpetuar y consolidar las actitudes que representa. Por ello, el análisis de personajes dentro de la series de ficción permite extrapolar conclusiones en relación a las culturas que consumen esos relatos. Dentro de las series españolas *Física o química* y *El internado* reflejan un afán por abarcar perfiles diversos, heterogéneos y novedosos dentro de la construcción de los personajes en general, por lo que pueden extraerse algunas conclusiones interesantes relacionadas con los procesos de identificación y proyección. En ambas series, la galería de protagonistas masculinos se sitúan en dos grupos perfectamente separados: por un lado están los adolescentes, los alumnos que asisten al Instituto Zurbarán (en *Física o química*) o al colegio La Laguna Negra (en *El internado*). Por otro, se pueden distinguir los adultos (muchos de ellos jóvenes), que desempeñan diversas funciones dentro del mundo laboral de los dos centros (profesores, camareros, cocineros o diversas actividades delictivas relacionadas). En la creación de personajes adolescentes las dos series parten de planteamientos contrarios. Si en *El internado* se construyen en función de las tramas, en *Física o química* las tramas giran en torno a las características definitorias de los personajes. En esta última serie los distintos caracteres se establecen a partir de la diversidad, en un intento de reflejar un abanico social amplio y con el objetivo de conseguir potenciar la identificación narrativa de los espectadores adolescentes e incrementar las líneas de acción. Los heterogéneos tipos de personajes permiten que casi cualquier espectador de esa franja de edad encuentre rasgos semejantes a los suyos en alguno de ellos. De este modo se han preocupado por tener inmigrantes de segunda generación, homosexuales, hijos de padres con estatus económico humilde o alto, aficionados a las drogas, los que optan por la virginidad y por la religión, los que se unen a grupos fascistas, etc. Son chicos de 17 ó 18 años que asisten a un instituto privado, y componen una serie de individualidades bien diferenciadas a partir de rasgos estereotipados que permiten describirlos rápidamente. Así, desde el primer episodio de la primera temporada encontramos al chico sensible algo despistado y que crece con el dinero pero sin la compañía ni el cariño de sus padres, Julio de la Torre (Gonzalo

Ramos) que acaba de vivir el suicidio de su único hermano. Julio se sentirá próximo a Fernando Redondo “Fer” (Javier Calvo), un chico homosexual que tardará en asumir su propia condición pero que terminará defendiéndola y ayudando a otros. Por otro lado están Gorka Martínez (Adan Jezierski) y César Cabano (Maxi Iglesias), los inseparables amigos homófobos, xenófobos y mezquinos con un comportamiento cercano a la delincuencia. En el extremo opuesto se sitúa Joaquín “Quino” Domínguez (Óscar Sinela), evangelista respetuoso y defensor de la virginidad. Isaac Blasco (Karim El-Kerem) es un alumno enamorado de una de las profesoras, con quien mantendrá una relación intermitente o Jan Taeming (Andrés Chueng), de padres humildes y origen chino, que se debate entre la tradición cultural de su familia y su propia identidad como emigrante de segunda generación. Algunos de estos caracteres se van modificando en función del agotamiento de las tramas: Quino termina por dejar de ser virgen, y los dos “rufianes” de la clase evolucionarán hacia comportamientos responsables y generosos a causa de un cáncer en el caso de Cabano o la paternidad de Gorka.

A pesar de esta diversidad, los chicos del instituto, en general, poseen algunos elementos que construyen modelos poco comunes y socialmente inapropiados: desde un punto de vista fenomenológico, a partir de simple aspecto físico, los alumnos del Zurbarán se caracterizan por una extrema atención a la moda, al maquillaje: impecablemente vestidos para su asistencia diaria a clase, sus maquillajes (en las chicas) y peinados (en chicos y chicas) son modernos, atrevidos, exagerados y sofisticados. Rara vez repiten modelos y son llamativos los enormes tacones de las chicas, así como la variedad y cantidad de complementos en todos ellos. Por otro lado, son adolescentes cuyas actividades cotidianas fuera del instituto suelen componer situaciones límite entre el alcohol, distintas variantes de prácticas sexuales, el engaño, el chantaje, etc. Llama la atención, así mismo, la ausencia de las figuras de las madres y padres en la mayoría de los casos (incluso las excepciones reflejan contextos poco deseables). Podríamos afirmar entonces que en *Física o química* se fomenta una identificación evidente por un lado y la creación de modelos inadecuados e irreales por otro.

En *El internado* los personajes adolescentes se han construido en función de las tramas, y se subordinan a la acción. Por ello se sitúan por oposición. En la primera temporada se dibujaron principalmente cuatro adolescentes masculinos: Marcos (Martín Rivas) cargado de elementos positivos e Iván (Yon González), con una personalidad ofensiva, mordaz y cruel, a pesar de su éxito y su atractivo físico. Este último se rodea de Cayetano (Fernando Tielve) y Roque (Daniel Retuerta), los dos esbirros que le

acompañan, le ríen las gracias y apenas tienen identidad como individuos. Podrían considerarse meras comparsas o incluso dos perdedores, claras antítesis de Iván y Marcos, atractivos, valientes, guapos y de gran éxito entre las chicas. En cualquier caso, pronto se dibuja un Iván mucho más sensible y débil de lo que quiere aparentar. Su chulería no es más que una coraza para evitar sufrir más ya que no ha tenido una infancia precisamente feliz. Sin embargo, como sus características definitorias están siempre en función de la trama de acción y misterio, los personajes adolescentes de *El internado* no poseen identidades claras y bien definidas a lo largo de la serie, sino que, a modo de culebrón, la ocultación de datos hacen que se vayan mutando continuamente los caracteres: los buenos esconden secretos y se vuelven malos, los serios y severos esconden heridas que los hacen tiernos y llenos de abnegación. Por ello, los dos personajes adolescentes principales (Iván y Marcos), a partir de la tercera temporada se hacen amigos, y comparten las mismas cualidades (valentía, generosidad, gran sentido de la amistad, arrojo, etc.), en franca oposición con los adultos malvados (representados por Camilo -Pedro Civera- y Noiret -Carlos Leal-, principalmente) y con Roque, que en la quinta temporada se convierte en un traidor que simula estar de parte de los chicos, pero que no es más que un topo que informa a los malvados de las andanzas de sus compañeros.

La construcción de personajes adolescentes masculinos en *El internado* no obedece a dispositivos relacionados con caracterizaciones físicas imposibles en chicos de esa edad como en la serie anterior, sino que las tramas de acción, misterio y heroísmo que envuelven la cotidianidad de unos niños en edad escolar posee un atractivo importante para el público adolescente, fácilmente cautivable a partir de las líneas de acción trazadas por los personajes. Los procesos de identificación se consiguen a partir de situaciones apetecibles y deseables, en vez de los mecanismos de proyección utilizados en *Física o química*.

## **5. Construcción de perfiles de personajes masculinos de espectadores internautas**

**5.1. Avatares.** En su uso aplicado a las nuevas tecnologías, el término “avatar” conserva buena parte del significado con que fue acuñada esta palabra del sánscrito en el seno de la mitología hindú para hacer referencia a la encarnación de una divinidad en el inferior plano de existencia que es el mundo material. Efectivamente, los avatares que habitan los metaversos constituidos por los modernos mundos sociales de carácter virtual funcionan como figuras vicarias de los usuarios que permiten a éstos

interaccionar con otros en tales entornos. Sin embargo, cabe cuestionarse hasta qué punto a los mundos en que se desenvuelven los avatares haya de corresponder en una hipotética jerarquía de los planos de existencia un lugar inferior al que pudiera ocupar el mundo real que compartimos con quienes eligen, diseñan y controlan a esas figuras virtuales. Habría que establecer algún criterio para tomar la decisión de ordenar de un modo u otro la prelación de los planos de realidad y, si se escogiera como tal el grado de realización de los rasgos más íntimos de la personalidad de los sujetos que lo pueblan, es muy probable que se hubiera de conceder la posición de privilegio a los mundos virtuales por encima del que denominamos real.

A través de sus avatares, los usuarios de las diversas modalidades de comunidades virtuales construyen para sí mismos nuevas personalidades y apariencias que, con frecuencia, se alejan de modo muy significativo de los que poseen en la realidad material pero responden a cómo desearían ser reconfigurados intelectual, emocional y físicamente. En este sentido se ha propuesto el llamado efecto Proteo (*Proteus Effect*), en virtud del cual el comportamiento de un individuo se ajusta a su autorrepresentación independientemente de cómo lo perciban los demás (Yee y Bailson, 2007). Los proponentes de esta hipótesis buscaron demostrarla a través de sendas experiencias en las que se ponía de manifiesto: en primer lugar, que los usuarios a los que se asignaban avatares físicamente más atractivos en entornos virtuales llegaban a establecer relaciones más estrechas, acortando más las distancias interpersonales, que otros con avatares menos agraciados; y, por otra parte, que los participantes a los que correspondían avatares más altos se comportaban con mayor confianza en situaciones de negociación que otros con avatares de menor altura. Los resultados de este trabajo no pueden trasladarse sin más a los rudimentarios entornos en que se verifica la autorrepresentación digital de los seguidores de series como *Física o química* y *El internado*, si bien cabe tenerlos en cuenta como indicadores de una posible tendencia generalizada en la relación entre usuarios y avatares de cara a las comunidades virtuales.

Una rápida exploración de los foros de Internet donde se congregan los seguidores de una, otra o ambas series pone rápidamente de manifiesto que, entre las imágenes que aquéllos utilizan para representar sus identidades virtuales, tienen especial relevancia las directamente relacionadas con estos productos. En concreto, priman las imágenes fotográficas individuales de personajes o intérpretes, revelando un cierto grado de

confusión o asimilación entre las personalidades dentro de pantalla y fuera de pantalla, característico de la respuesta a las estrellas mediáticas por parte de los fans<sup>9</sup>. Este fenómeno de apropiación de imágenes por parte de espectadores puede entenderse en función de la tipología de relaciones entre el público y las estrellas que estableciera Andrew Tudor (1974, pp.80-82) en un sentido creciente de intensidad de la implicación: afinidad emocional, auto-identificación, imitación y proyección. Respaldo además por la vehemencia que, a menudo, marca sus intervenciones en los foros, el comportamiento que exhiben los internautas que frecuentan los foros sobre estas series al hacer suyas las imágenes de sus ídolos apunta hacia los niveles tercero y cuarto de la escala propuesta por Tudor. Cuando el espectador alcanza el grado de la imitación, la estrella se ha convertido para él en una especie de modelo de apariencia y rol social que trasciende la mera afinidad propia de la inmersión narrativa o la identificación debida a un interés más específico por el personaje en cuestión. Más allá de imitar, el espectador que se proyecta en el objeto de su devoción no se conforma con mimetizar sus modos de ser, hacer y parecer sino que desea ocupar directamente su lugar. Señala Tudor que son estas posturas extremas más propias de los adolescentes, como a los que van dirigidas las series que nos ocupan, porque hacen de las estrellas modelos para dar sentido a sus identidades y a sus realidades sociales.

Desde esta perspectiva, no es extraño que una de las actividades más populares entre aficionados de las series juveniles sean las votaciones de personajes favoritos, formuladas en términos de proyección. Así, por ejemplo, la página web de Antena3 animaba a sus visitantes a participar en la confección de una de tales listas del modo siguiente: “*FoQ & El internado*. Elige ya quién te gustaría ser...” (<http://antena3.123listas.com/lists/276-foq-el-internado-elige-ya-quien-te-gustaria-ser>). También es interesante que esta propuesta de elección usurpatoria de los personajes, como otras similares, haga hincapié en su relación con otros protagonistas de la ficción<sup>10</sup>. Tal énfasis es coherente con otra tendencia observada en materia de autorrepresentación dentro de estos foros: la adopción como tales de imágenes de

---

<sup>9</sup> Puede extrapolarse aquí la oposición introducida por DeCordova, en el terreno particular del cine, entre personalidad cinematográfica (*picture personality*) y estrella (*star*), de acuerdo con la cual la primera se refiere tan sólo a la *on-screen personality*, mientras que la segunda integra también la *off-screen personality* (cfr. DeCordova, 1990, pp.73, 87). Al mismo tiempo, conviene tener presente que “la personalidad [es] ella misma una construcción conocida y expresada a través de películas, historias, publicidad, etc.” (Dyer, 1998, p.20).

<sup>10</sup> “A todos nos gustaría ser algún personaje de *FoQ* o *El internado*... Nos gustaría ser Paula para estar en brazos de Cabano, Julia para pasar tiempo con Iván, Yoli para ser novia de Quino o Carolina para ser muy amiga de Marcos...” (<http://antena3.123listas.com/lists/276-foq-el-internado-elige-ya-quien-te-gustaria-ser>).

parejas sentimentales. Existe a este respecto una marcada heteronormatividad desde los productos televisivos, si bien el anonimato al que pueden acoger sus perfiles los usuarios impide –o, cuando menos, dificulta enormemente– determinar el género de quienes se expresan desde unas u otras imágenes y denominaciones digitales. Podría parecer que, de este modo, el ciberespacio se erige como un entorno utópico libre de los prejuicios sexuales del mundo real, pero cabe también plantearse si, en realidad, no se limitan tan sólo a enmascarar con mayor facilidad las identidades que se desvían de las normas<sup>11</sup>. En cualquier caso, como apuntara Turkle (1995), los yos y las experiencias virtuales no son independientes de sus homólogos en el mundo material sino que evolucionan simultáneamente en una relación de influencia mutua.

**5.2. Nicks y personalidades.** Insertos por completo en la participación colectiva propia de la denominada “cultura de la colaboración” (Jenkins, 2009) y bajo el paraguas de los *social media*, las actuales generaciones de jóvenes encuentran en los *chats*, foros y redes sociales, las herramientas indispensables para sus necesidades comunicativas. Es en este contexto de interconexiones, donde la televisión se suma a la oferta de contenidos abiertos a la interactividad, renovando sus posibilidades, redefiniendo el medio y enlazando ficción y realidad de forma novedosa.

En el caso de Antena 3.0, además de la recepción de contenidos “cuando quieras, como quieras y donde quieras”, según reza la propia página web de la cadena<sup>12</sup>, destaca el *watch & chat*, habilitado para el visionado de series y programas en Internet combinado con el chateo de forma simultánea en diferentes salas. De este modo, el otrora espectador pasivo se vuelve activo a distintos niveles, pues a las alternativas habituales de la red se añaden los servicios televisivos de participación masiva en directo. Todo ello implica a los jóvenes fans de series como *Física o química* o *El internado* de una forma aún más contundente. Mediante la creación de sus propios perfiles o identidades virtuales, acceden a la red para comentar los episodios, compartir opiniones y, en definitiva, relacionarse. Pero en líneas generales, las nuevas posibilidades ofrecidas chocan con cierta ausencia de actitud constructiva en una gran mayoría de usuarios. Ciertamente, existen foros y páginas webs bien administrados, o comunidades y grupos de fans gestionados con éxito en redes sociales como Facebook. Sin embargo, la democracia de estos recursos permite que cualquier individuo, tenga o no algo

---

<sup>11</sup> Así lo afirman Nakamura, Rodman y Kolko (2000) en referencia a las minorías raciales.

<sup>12</sup> [http://www.antena3noticias.com/PortalA3N/Television/portada/E\\_5899949](http://www.antena3noticias.com/PortalA3N/Television/portada/E_5899949) (13/12/09).

coherente que aportar, pueda intervenir “libremente” (cuando la moderación del espacio, si existe, así lo permite).

Lo más destacado con respecto a la creación de perfiles de personajes masculinos en la web, pues los problemas de contenidos se analizan en el siguiente apartado, se da en los foros y redes sociales. En función de las diferentes intencionalidades del usuario y según el modelo de identidad construida por él, podría establecerse una tipología como la siguiente: identidad propia, suplantada, como mensaje y cualquier combinación factible entre ellas:

- Identidad propia: El usuario construye su perfil utilizando aparentemente datos reales, como su nombre o un *nick* propio, edad, lugar de nacimiento, aficiones, etc., pudiendo incluir su fotografía o la imagen de algo con lo que se sienta especialmente identificado. En este sentido, el usuario se presenta como una persona corriente, que se muestra a sí misma sin otra intención que intervenir como “yo” con el resto de los participantes.

- Identidad suplantada: El usuario crea un perfil “ajeno”, haciéndose pasar por otra persona. En este caso, suele ser habitual adoptar el rol de personajes famosos reales-personajes de ficción, frecuentemente relacionados con la serie del foro y hasta simular su comportamiento y sus actitudes. Para este tipo de perfiles, al *nick* o nombre del personaje se añade su fotografía (mejor cuanto más personal y menos conocida), lo que contribuye a generar ciertas dudas razonables entre los más inocentes<sup>13</sup>.

- Identidad como mensaje: En ocasiones, el principal objetivo de la construcción de un perfil es transmitir un mensaje concreto a través de él. Especialmente mediante el *nick*, o utilizando una imagen con texto, el usuario deja a un lado la construcción de su personalidad virtual como “yo” para compartir algún pensamiento o emoción (también, por lo general, en sintonía con la serie) con los demás participantes del foro<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> La empatía entre el suplantador y el personaje puede alcanzar niveles altos, así como la actualización de estados del personaje al hilo de la serie. En algún caso del personaje de Yoli, por ejemplo, tras un acto en un capítulo se podía leer: “Ayer estaba muy caliente, por eso lo hice”.

<sup>14</sup> De múltiples referencias: desde el “soymaricayqué” hasta “F&Qforever”.

- Identidad combinada: Finalmente, son muy numerosos los casos en los que se crea un perfil combinado. De este modo, se utilizan, por ejemplo, fotografías de celebridades o personajes conocidos para ilustrar cuentas propias, se escogen *nicks* relacionados con sus nombres o se diseñan otras posibilidades híbridas imaginables, que conectan realidad y ficción de una forma aún más evidente.

Por otro lado, entre las redes sociales, Facebook supone una auténtica demostración de cajón de sastre, donde todo tiene cabida. Basta con escribir el nombre de la serie en el buscador interno, para encontrar cientos de perfiles personales, páginas o grupos relacionados con el programa y sus personajes. De entre todos ellos, quizá lo más llamativo y polémico en términos de “personalidad” sean los ejemplos de perfiles individuales. Si en los foros la identidad suplantada no llega a ser tan habitual, en redes sociales como ésta ha surgido la curiosa tendencia a hacerse pasar por actores o personajes y diseñar sus espacios “privados”. El administrador gestiona la cuenta como si fuera la persona simulada y actualiza, con mayor o menor frecuencia, los contenidos del espacio con fotos, comentarios, respuestas y opiniones. En cambio, en los casos no conflictivos de las redes sociales, el usuario configura su personalidad virtual asociando su perfil a grupos de admiradores o eventos puntuales relacionados con sus series, actores o personajes favoritos, entre otras posibilidades.

De manera común, tanto en foros como en redes sociales vinculados a series de ficción televisiva como *Física o química* o *El internado*, la identificación de los usuarios con los personajes o los actores que los encarnan aparece como un mecanismo determinante para la definición de sus personalidades *online*. Bien por cuestiones de físico, estilo o carácter, por condición sexual, entorno familiar o incluso por acontecimientos (reales o ficticiales) que tienen lugar en las vidas de estos, los fans encuentran motivos más que suficientes para “etiquetarse” a sí mismos y asociarse con sus “semejantes”. En definitiva, ejemplos como los expuestos demuestran la conexión existente entre los universos de la ficción y la realidad, en una relación cada vez más íntima y la adaptación del medio televisivo a las nuevas posibilidades comunicativas. Pero sobre todo, confirman el impacto de la pequeña pantalla como dispositivo generador de modelos de identificación, que contribuye a la configuración de la personalidad de los espectadores (más jóvenes y volubles).



**5.3. Contenido y lenguaje.** Como ya se ha anticipado, las cuestiones de contenido suelen suponer un problema en los foros y *chats* de las series de ficción televisiva analizadas. Por una parte, pueden encontrarse una cantidad importante de páginas gestionadas con pleno acierto y que realmente se convierten en vías útiles para los fans (como verdaderos espacios de debate repletos de contenidos que se ajustan a lo que cualquier admirador pueda esperar encontrar en ellos). Pero por otra, muy al contrario, llegan a acumularse las webs donde se dispara el sinsentido y la incomunicación. Por lo general, suele deberse al hecho de que un amplio número de usuarios no aporte absolutamente nada o, en caso de hacerlo, dichas aportaciones estén al margen del hilo de las conversaciones, predominando en ella las faltas de respeto, las subidas de tono y las interrupciones constantes. Es entonces cuando la evidente ausencia de moderación conduce a la creación de *posts* ofensivos, de contenidos publicitarios e inadecuados hasta llegar a la pornografía y la venta *online* de productos ajenos por completo a la serie. Al igual que en los foros, también en los *chats*, por ejemplo, se dan cita usuarios que tan sólo se limitan a escribir y reiterar hasta la saciedad vulgaridades relacionadas con los personajes y “dinamitar” el espacio público, a razón de rellenar líneas alabando las virtudes físicas de cada uno/a de los/as personajes protagonistas. En este sentido, los perfiles masculinos se dividen claramente en heterosexuales, homosexuales y homófobos intolerantes<sup>15</sup>. En algunos casos, reina cierta cordura y llega incluso a ser factible la comunicación interpersonal, aunque a grandes rasgos, las salas de *chats* y las líneas de debate en los foros se colapsan y se estancan.

En cuanto al uso del lenguaje en estos espacios, de nuevo se impone la misma dualidad entre aquellos que utilizan los medios a su alcance de forma constructiva y los que tan sólo intervienen con intenciones burlescas y destructivas. No obstante, sí cabría destacar una seria falta de interés con respecto al uso correcto del lenguaje por parte de una gran mayoría. La escritura cuidada cede paso al lenguaje sms de abreviaturas indescifrables y a las faltas de ortografía que dañan la vista. Parece no haber tiempo o ganas para redacciones elaboradas, prefiriéndose eliminar todo rasgo distintivo detrás de palabras escritas a medias.

---

<sup>15</sup> Estas evidencias de homofobia no parecen ser perpetradas por internautas ajenos, muy al contrario son fans con esta tendencia. Los ejemplos encontrados pueden llegar al tipo de “Como os gustan los rabos”, “Joer vaya tela con los gays estos XD”, “Enfermos petadores de culosss, que asco de sexo dios mio, todo el día oliendo a culo jajajaja” (sic).

En definitiva, estos cuerpos-simulacro de los espectadores fans pueden llegar a una simbiosis sintética entre ellos mismos y los personajes de las series, llegando a una nueva masculinidad adolescente prácticamente inexistente, puesto que los modelos que se proponen de “hombre igualitario, no es atractivo para los chicos adolescentes” (Martínez Cáceres, 2008, p.274), al llevar implícito un sentido de la responsabilidad incompatible con la adolescencia y primera juventud. Muy al contrario, se podría apostar por una homogeneización de comportamientos en la adolescencia entre estos chicos y chicas, como sucede también con los personajes de ficción, donde las chicas adoptan roles cada vez más tradicionalmente masculinos, mientras no se produce el caso contrario salvo raras excepciones. El comportamiento, la formación de la identidad y la propia presencia casi iguala a hombres o mujeres en estos foros y *chats*, con una alta presencia de homosexuales hombres.

Además, no existe retroalimentación real, en tanto que las preguntas de los foros no oficiales del calibre de “¿Perderá Paula el bebé?” o “¿Terminará Blanca con Berto?” sirven para se aporten opiniones pero no parecen que cuajen con posterioridad en las tramas, teniendo en cuenta además que suelen ser los propios internautas los que abren los *posts* de discusión en la mayoría de los casos. Este falseamiento de la retroalimentación, este simulacro de participación decisiva del fan como actor-creador es más un divertimento que otra cosa, como también lo es la autorrepresentación, en la que, tal como afirma Tabachnik (2007), en la mayor parte de las veces, los criterios de selección de rasgos identitarios en el perfil están más relacionados con la intencionalidad del juego que no con la de información real a otros usuarios.

## **6. Referencias bibliográficas**

BALAGUER, Roberto (2002) “El hipocuerpo: una vivencia actual que la virtualidad aún no puede eludir”. Revista Textos de la Cibersociedad, 2. [<http://www.cibersociedad.net>, consultado el 02/09/09].

BAYM, Nancy (1998) “Talking About Soaps: Communication Practices in a Computer-Mediated Culture”. En Cheryl Harris y Alison Alexander (comps.): *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*. New York: Hampton Press.

GABELAS, José Antonio (2005) “El universo ubicuo”. En José Ignacio Aguaded et alii: *Pantallas sanas, TIC y educación para la salud*. Zaragoza: Gobierno de Aragón, pp.60-79.

- GONZÁLEZ-ALARCÓN, Sandra y ANYÓ SAYOL, Lluís (2009) “Experiencia fan en la cultura digital: el caso de *Perdidos*”. Trípodos, 1, extra actas del V Congreso Internacional Comunicación y Realidad, “La metamorfosis del espacio mediático”. [<http://cicr.blanquerna.url.edu/conclusions/obrir.htm>, consultado el 04/09/09].
- GUARINOS, Virginia (2009) “Fenómenos televisivos *teenagers*: prototipias adolescentes en series vistas en España”. *Comunicar*, 33, pp. 203-211.
- JENKINS, Henry (2009) *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- LEVIS, Diego (2007) “Hablar con el teclado”. *Razón y palabra*, 54, monografía sobre Comunicación y Cultura en la era digital. [<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n54/index.html>, consultado el 03/09/09].
- LEVY, Pierre (1997) *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Cambridge: Perseus.
- MARTÍNEZ CÁCERES, Antonio (2008) “La nueva masculinidad adolescente. Un aprendizaje desde el fracaso”. En José Ángel Lozoya y José María Bedoya: *Voces de hombres por la igualdad*, pp. 269-289. Edición electrónica de Chema Espada. [<http://vocesdehombres.wordpress.com>, consultado el 21/12/09].
- MEDRANO, Concepción, PALACIOS, Santiago y BARANDIARÁN, Ana A. (2007) “Los hábitos y preferencias televisivas en jóvenes y adolescentes: Un estudio realizado en el País Vasco”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. [[http://www.ull.es/publicaciones/latina/200702Medrano\\_S\\_yotros.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200702Medrano_S_yotros.htm), consultado el 08/09/09].
- MORA, Jorge (2008) “Expresiones hipermedia: relaciones comunicativas eficientes entre interfaz, narrativa interactiva, emociones y valores en productos lúdico-educativos”. *Comunicación*, 5, pp.115-132.
- ORTIZ, Adriana, ORTÚZAR, Isabel y REGIS, Stella (1999) “Los adolescentes del nivel medio, la televisión y las nuevas tecnologías”. *Revista latina de comunicación social*, 22. [<http://www.ull.es/publicaciones/latina/31ortiz.htm>, consultado el 02/09/09].
- RINCÓN, Omar y ETRELLA, Mauricio (2001) *Televisión: pantalla e identidad*. México: El Conejo.
- SÁDABA, Igor y ROIG, Gustavo (2003) “Internet: Nuevos escenarios, nuevos sujetos, nuevos conflictos”, en *Cultura Popular, Industrias Culturales y Ciberespacio*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

SANDOVAL, Marithza (2006) “Sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales”. Univ.Pshycol, 5, pp. 205-222.

TABACHNIK, Silvia (2007) “Retratos secretos. Figuraciones de la identidad en el espacio virtual”. Revista Latina de Comunicación Social, 62. [<http://www.ull.es/publicaciones/latina/200701TabachnikS.htm>, consultado el 07/09/09].

TOUS ROVIROSA, Anna y DÍAZ NOCI, Javier (2009) “Estratègies d’interactivitat i ficció televisiva: anàlisi comparada de pàgines webs de sèries de *prime time*”. Trípod, 2, pp. 1081-1091, número extra actas del V Congreso Internacional Comunicación y Realidad, “La metamorfosis del espacio mediático”. [<http://cicr.blanquerna.url.edu/conclusions/obrir.htm>, consultado el 04/09/09].

TUDOR, Andrew (1974) Image and Influence: Studies in the Sociology of Film. Londres: George Allen & Unwin.

TURKLE, Sherry (1995) Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. Nueva York: Simon & Schuster.

YEE, N. y BAIENSON, J.N. (2007) “The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior”. Human Communication Research, 33, pp. 271-290.