

**Hust, Stacey J.T. & Boyce Rodgers, Kathleen. *Scripting Adolescent Romance. Adolescents talk about romantic relationships and media's sexual scripts*. Peter Lang Publishing Inc. 2018. 245 páginas. ISBN: 978-1-4331-4681-7**

El volumen recoge la investigación relacionada con la concepción de las relaciones románticas y sexuales en los adolescentes y jóvenes adultos y la influencia de los medios de comunicación en la imaginación juvenil. Está dividido en ocho capítulos y cuatro anexos donde se proporciona al lector la biografía de los participantes en la investigación; un breviario con una pequeña descripción de los distintos programas que se han tenido en cuenta para analizar el estudio, así como las preguntas realizadas a los participantes en la investigación a fondo (*in-depth interview*). El estudio también está realizado desde el punto de vista de las relaciones heterosexuales y de la representación que de estas hacen los medios audiovisuales.

Las autoras, antes de comenzar planteando la evolución y resultado de su estudio, realizan un breve contexto sobre las metodologías y estudios que se han llevado a cabo sobre la idea de las relaciones románticas y sexuales que tienen adolescentes y jóvenes adultos. La hipótesis de estas autoras y el principal motivo de este estudio es que existe una relación indirecta entre la construcción de la identidad y los comportamientos sexuales y románticos en adolescentes y jóvenes y la relación que tienen estos jóvenes con su entorno mediático. Estos participantes, que realizan estas pruebas de manera voluntaria, son sometidos a la visualización y escucha de dos clips de audio de música popular; dos escenas de dos series televisivas y dos *reality shows* bastante conocidos en la televisión estadounidense. Tras la visualización o escucha del clip, los integrantes debían de debatir sobre cómo estaban representadas las relaciones entre hombres y mujeres en las letras de las canciones o en las escenas de los programas y establecer, si lo había, un paralelismo entre lo que veían y sus propias relaciones sentimentales.

Para esclarecer la raíz del problema, arrojan una serie de datos en los que se plasma que la gran mayoría de los adolescentes y jóvenes estadounidenses pasan gran parte de sus horas de ocio consumiendo contenido en los medios de comunicación, ya sea en redes sociales como *Facebook*, viendo vídeos de *YouTube* o programas de televisión. Ambas autoras consideran importante el papel de los medios en la construcción de la sexualidad de los jóvenes debido al incremento de los *mensajes negativos* presentes en los mismos. El contenido de estos mensajes tiene que ver principalmente con el papel que juega la construcción social de la virginidad; la cosificación de la mujer; los estereotipos de género; la doble moral sexual; el consentimiento sexual y la violencia en las citas. Y que estos también son relevantes en los datos nacionales estadounidenses que arrojan medios como el *Centers for Disease Control and Prevention* donde, entre otras cosas, demuestra la

gran cantidad de chicas y mujeres que reciben o han recibido acoso sexual; son o se han visto involucrada en una agresión física dentro de una relación sentimental o han sido besadas o tocadas sin su consentimiento. Las autoras ponen en paralelo los porcentajes de chicos que han sido víctimas de este mismo comportamiento y, aunque existen esos datos, el porcentaje es mucho menor.

Para demostrar su hipótesis, han realizado un estudio de campo sobre dieciséis grupos de adolescentes y jóvenes adultos de distinto género y varios estratos sociales y como guía en la indagación, han usado preguntas del tipo: ¿cómo los adolescentes dan sentido al discurso sexual mediático? ¿Cómo los adolescentes y jóvenes adultos les influye ese discurso en su desarrollo y adopción del discurso sexual? Y, por último, ¿qué rol cumple el discurso romántico y sexual en sus propias relaciones?

Las teorías que han usado para apoyar su investigación son la teoría cognitiva y de desarrollo de géneros. Esta teoría analiza los factores cognitivos, de comportamiento y de medio ambiente de los adolescentes y establece que la mayoría de ellos perciben lo que ven en los medios de comunicación como “un hecho real o realista” y que generalmente, si la persona que realiza los hechos es una persona famosa, tienden a identificarse rápidamente con ellos. Por otro lado, la teoría del discurso ayuda, en este caso, a entender cuáles son las expectativas de los jóvenes con las citas y las relaciones románticas y, por último, la teoría del discurso sexual propone que los adolescentes aprenden el comportamiento sexual y las relaciones de pareja en estos contextos y que, generalmente, los juegan como una especie de “rol”.

Las autoras también contextualizan la importancia que tienen las relaciones románticas para los adolescentes, siendo la percepción de estas ligeramente diferentes entre ellos. Entre los ejemplos que se dan del porqué se mantienen relaciones están el estatus social, el desarrollo de una identidad personal o el aprender a lidiar con emociones intensas, etc.

También hacen hincapié en cuándo se tienen por primera vez relaciones amorosas o contacto sexual y, ligado a ello, analizan el consentimiento sexual y el uso de métodos anticonceptivo. El estudio revela que, de manera general, si los chicos son abiertos a usar métodos anticonceptivos, las chicas están dispuestas a usarlos; por otro lado, si los chicos no quieren llevarlos, las chicas no lo usan y no imponen su uso. Las autoras proponen que esta actitud tiene que ver con el rol complaciente y de sumisión que se asocia a las chicas.

El principal interés en esta investigación es analizar cómo los jóvenes y adolescentes dan sentido a los discursos sexuales. El estudio demuestra que los jóvenes utilizan los medios audiovisuales para informarse sobre cómo actuar en una relación romántica. En estos contextos se busca la identificación con distintos

estereotipos que sustentan su propia identidad. La continuada presencia del discurso heterosexual en los medios audiovisuales provoca que los adolescentes vean en los medios una confirmación de los roles de géneros y que sean menos críticos con estos porque, de alguna manera, confirman su propia forma de ser.

J.T. Hust y Boyce Rodgers llegan finalmente a la conclusión de que la inundación durante la infancia con discursos heterosexuales, cosificación de la mujer y contenido violento en los medios audiovisuales influye indirectamente en las relaciones románticas y sexuales de los adolescentes y jóvenes adultos. Además, descubren que, aunque las primeras relaciones sexuales se lleven a cabo dentro de una relación romántica, los estándares de esta han cambiado bastante durante los últimos años. La aparición de términos como “*hooking up*” o “*friend with benefits*” es algo usual entre los adolescentes y especialmente entre los universitarios, además de que hay mucha más aceptación al “sexo casual” que antes. Por último, llegan a la conclusión con su investigación de que los jóvenes son mucho más vulnerables a los discursos heterosexuales y que si no tienen ningún otro referente o escasez de ellos, son mucho más propensos a creer que lo que ven es real, además de no tener una capacidad crítica para refutarlo. Por tanto, se cumple la hipótesis de entrada que ambas tenían.

Esther Lorente Borrego

Universidad de Sevilla

Esther.ebolo@gmail.com

