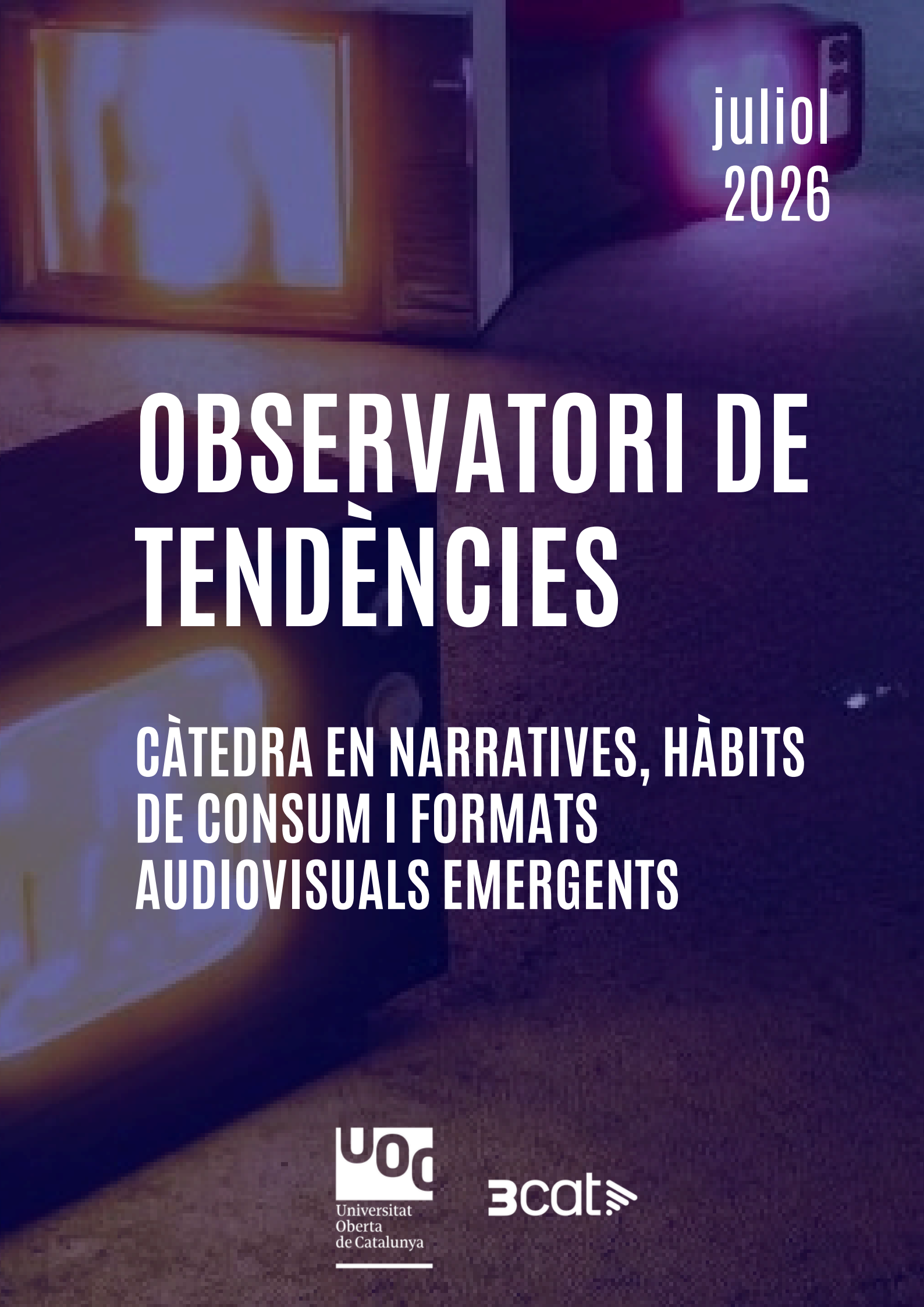


juliol
2026

OBSERVATORI DE TENDÈNCIES

CÀTEDRA EN NARRATIVES, HÀBITS DE CONSUM I FORMATS AUDIOVISUALS EMERGENTS

Universitat Oberta de Catalunya

3cat

Índex

Presentació 3

Companion videogames 4

Noves derivacions de l' erotisme 11

El consentiment en pantalla 17

Seguiment de tendències 26

PRESENTACIÓ

Em plau presentar-vos un nou Informe de Tendències de l'Observatori en Narratives, Hàbits de Consum i Formats Audiovisuals Emergents de la Càtedra UOC-3Cat. Amb aquest lliurament, l'Observatori arriba al seu tercer informe i consolida una manera de treballar: una mirada sistemàtica, rigorosa i orientada a la pràctica sobre les transformacions que estan redefinint el sector audiovisual. Si el primer informe va explorar tendències de format, com ara el microdrama vertical, l'estríming independent, el companion podcast i el reality extrem, i el segon es va endinsar en les identitats, les audiències i les formes del consum, aquest tercer lliurament posa el focus en una qüestió que travessa bona part de les transformacions actuals: com l'audiovisual deixa de ser una experiència de mirar per convertir-se en una experiència d'implicar-se. Jugar, desitjar i reconèixer-se: tres formes que porten l'espectador del consum passiu cap a una relació més activa, més corporal i més conscient amb allò que veu.

Les tres tendències que analitzem responen a aquesta lògica des d'angles diferents. Els companion videogames mostren com les plataformes converteixen el visionat en participació: petits jocs vinculats a una sèrie o a un esdeveniment esportiu que retenen l'audiència dins de l'ecosistema i que la intel·ligència artificial generativa fa, de sobte, molt més assequibles per a qualsevol operador. Les noves derivacions de l'erotisme ens parlen d'un mercat narratiu del desig, construït per i per a joves, que monetitza la intimitat a través de l'àudio i de l'economia del creador. I el consentiment en pantalla situa la representació de la intimitat, el cos i el consentiment al centre del relat, fins al punt d'haver-se convertit en un criteri amb què audiències i crítica avaluen avui la qualitat de les ficcions contemporànies.

Com en els informes anteriors, aquesta selecció és deliberadament orientada: hem prioritzat tendències que presenten un grau més alt d'oportunitat estratègica, que obren espais d'innovació narrativa o que plantegen reptes que val la pena anticipar amb temps. L'informe es completa, a més, amb una secció de seguiment que actualitza l'evolució de fenòmens que ja havíem abordat (els microdrames, la smart nostalgia, l'estríming independent i els companion podcasts) per no perdre'n el fil.

Aquest informe és, un cop més, fruit del treball conjunt de l'equip de la Càtedra i del diàleg continuat amb 3Cat. Confio que el trobareu útil i que ens servirà, sobretot, com a punt de partida per a la conversa.

Jordi Sánchez-Navarro
Director de la Càtedra UOC-3Cat
Observatori en Narratives, Hàbits de Consum i Formats Audiovisuals Emergents

1 *COMPANION VIDEOGAMES*

COMPANION VIDEOGAMES

Els companion games són **videojocs**, habitualment en **format mòbil i d'execució senzilla**, pensats per acompanyar un contingut audiovisual preexistent: una sèrie, un esdeveniment esportiu, un programa de televisió... No són productes independents, sinó **extensions interactives d'aquest contingut**, concebudes per viure dins del mateix ecosistema de consum (sovint a la mateixa aplicació o plataforma).

La interactivitat vinculada a la televisió ja s'havia posat en pràctica anteriorment (per exemple, a través del teletext o el format de televot). El que és veritablement diferencial en el moment actual és la convergència de tres factors:

- La **universalitat del telèfon intel·ligent**.
- La **maduresa de les plataformes d'estríming** com a ecosistemes tancats capaços d'allotjar experiències més enllà del vídeo.
- L'arribada de **motors d'IA generativa** que permeten produir contingut de joc de manera ràpida i econòmica a partir d'IP existent.

L'origen del model actual es pot rastrejar en els experiments de segona pantalla que van tenir lloc a partir del 2012. Aquella primera onada va fracassar principalment per fricció tècnica i per la manca d'integració real entre tots dos continguts. El que passa ara és qualitativament diferent: la lògica ja no és enviar l'espectador a una altra aplicació, sinó crear una continuació natural de la història que generi compromís diari sense que l'usuari hagi de sortir de la plataforma.

CARACTERÍSTIQUES PRINCIPALS

01 La senzillesa del joc és la seva proposta de valor

FIFA Worldcup, de Netflix, és una simulació de futbol simplificada que només requereix tenir l'aplicació oberta al televisor i el mòbil com a comandament. És molt més accessible que els jocs de FIFA produïts durant l'associació amb EA Sports. En contra del que es podria pensar, no és una versió empobrida d'un joc conceptualment més complex: **és un format diferent, concebut per a qui no ha tocat mai un comandament de consola**.

02 Viu dins de l'ecosistema de la plataforma, no fora

L'objectiu és estendre la franquícia més enllà del visionament passiu, cap a la **participació activa en dispositius mòbils**, on els fans ja passen la major part del temps, sense enviar-los a un altre lloc. El joc reté l'usuari dins de la plataforma, converteix el temps entre episodis o entre partits en temps productiu per a l'ecosistema, i genera dades d' engagement que les plataformes no obtenien del consum passiu.

03 S'alimenta d'IP preexistent

No construeix personatges ni mons des de zero, sinó que els pren en préstec de propietats audiovisuals amb cultures fan consolidades. Això r**edueix dràsticament el risc de desenvolupament** i **elimina la barrera de descobriment**: el jugador ja coneix i estima l'univers.

04 La IA generativa el fa escalable

Clue Hunter, per exemple, està creat amb el motor de joc d'IA generativa propi de Wolf Games, cosa que permet produir nous casos setmanalment sense els costos de producció convencionals de la indústria del videojoc. Sense IA, aquest model d'actualització constant de contingut seria econòmicament inviable per a la majoria d'IP televisives.

DEMOGRAFIA CLAU

El perfil demogràfic dels videojocs complementaris és més **ampli que el dels videojocs convencionals**. No estan dissenyats per al videojugador. Estan **dissenyats per a l'espectador**.

El nucli més obvi de públic és el que està format pels **fans actius de la IP de referència**. Hi ha una demografia específica que mereix una atenció especial: els e**spectadors joves (generació Z i mil·lennials) que han crescut amb els videojocs en mòbils, per als quals la frontera entre veure i jugar és totalment fluida**. Per a ells, un videojoc complementari és una expectativa natural de qualsevol propietat d'entreteniment que es prengui seriosament l'experiència digital.

Un altre segment estratègicament valuós és el dels **espectadors ocasionals o perifèrics** d'una IP que, gràcies a la capa de joc, troben un punt d'entrada més accessible a un univers que altrament no haurien explorat en profunditat.

ELS *COMPANION VIDEOGAMES* EN L'ACTUALITAT

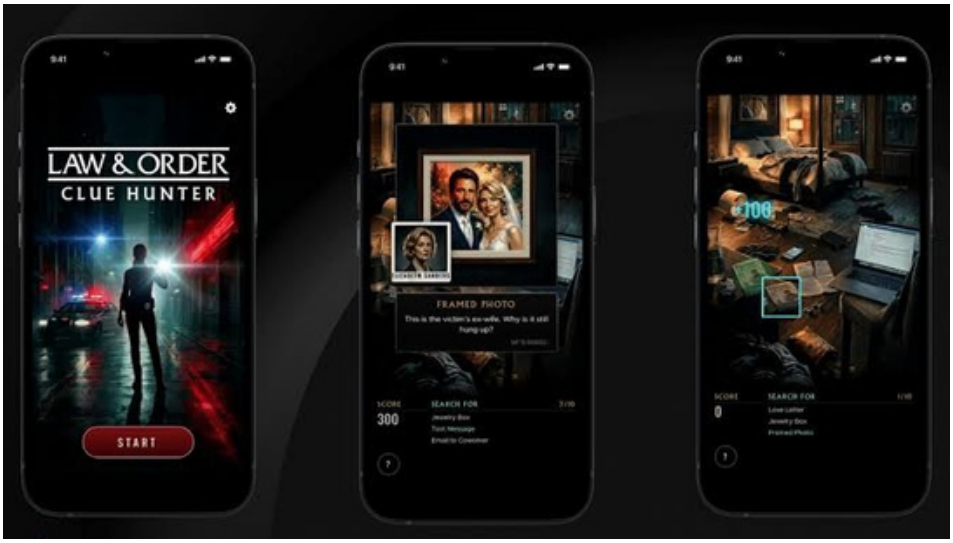
Els dos exemples que ancoren aquesta tendència il·lustren les seves dues variants principals.

FIFA World Cup: Launch Edition és un videojoc de simulació de futbol desenvolupat per Refactor Games sota llicència de la FIFA. Es va llançar l'11 de juny del 2026, coincidint amb el **dia inaugural del Mundial 2026**. **S'inclou dins de la subscripció de Netflix i s'hi pot jugar dins de la plataforma**.



Font: Netflix, Inc.

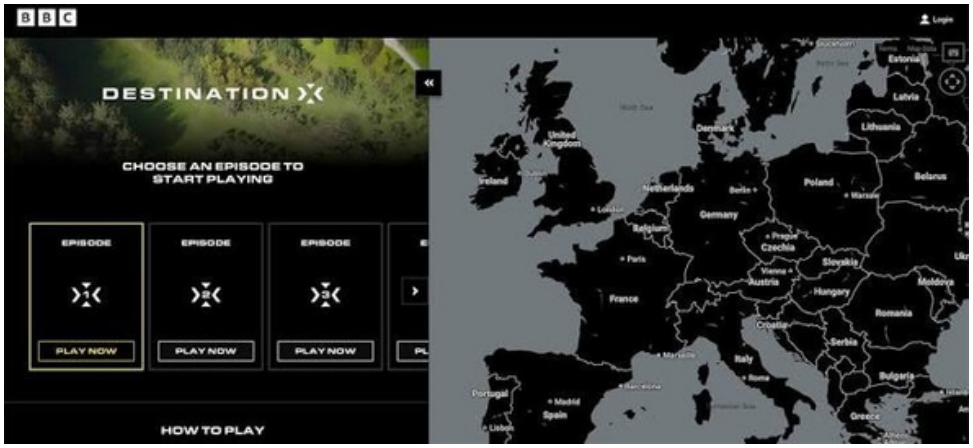
Law & Order: Clue Hunter, per la seva banda, dona als fans de la franquícia l'oportunitat d'actuar com a investigadors: busquen objectes ocults en escenes del crim, identifiquen sospitosos i resolen **casos inspirats en l'univers de Law & Order**, amb nous casos que es llancen setmanalment i dissenyats per a sessions curtes al mòbil. És **accessible i jugable directament dins de la plataforma Peacock**.



Font: Peacock.

BENCHMARK DE BROADCASTERS EUROPEUS

La BBC ha llançat una iniciativa digital complementària a *Destination X*, un programa de telerealitat presentat per Rob Brydon en què 13 concursants recorren Europa en un autobús amb finestres opaques, competint per pistes fins a assenyalar la seva ubicació en un mapa. En joc, 100.000 lliures per a qui n'encerti més. Es tracta d'un **joc en línia gratuït dins de l'aplicació de la BBC, accessible mitjançant el compte d'iPlayer**. Permet a l'audiència participar-hi activament resolent qüestions sobre geografia europea i identificant monuments per desbloquejar pistes i acotar la seva pròpia zona d'endevinalla, ja sigui en directe mentre s'emet l'episodi o després en diferit, i guanyar insígnies digitals per bones suposicions i una insígnia especial, *Live*, per a qui juga en temps real.



Font: BBC.

3Cat ja disposa d'una iniciativa pionera. *Crims: casos oberts* funciona com a extensió transmèdia de Crims. El videojoc està disponible per a mòbils i tauletes i proposa deu casos ficticis d'investigació criminal (un de gratuït, tres més amb registre i sis de pagament). **La gran diferència respecte als exemples anteriors és la seva ubicació (jugable fora de l'ecosistema de 3Cat) i el mur de pagament**.



Font: 3CAT

PER QUÈ ÉS UNA TENDÈNCIA QUE CAL OBSERVAR?

- **Resol el problema estructural més urgent de l'estríming: la retenció**. Totes les plataformes d'estríming s'enfronten al repte de mantenir l'usuari dins de l'ecosistema entre emissions. L'objectiu és crear una transició fluida de l'espectador passiu cap a la participació activa, mantenint els fans connectats a les seves franquícies preferides. Un videojoc complementari que actualitza contingut setmanalment genera un motiu per obrir l'aplicació els dies en què no hi ha cap partit ni cap episodi nou.
- **Enriqueix les dades d'audiència**. El consum passiu de vídeo genera mètriques de visionament. El joc genera una cosa qualitativament més rica: dades sobre decisions, preferències narratives, patrons d'interacció i nivells de fidelitat que cap sistema de mesurament d'audiència televisiva convencional pot capturar. Per a una plataforma, això és un salt qualitatiu.
- **La IA abaixa la barrera d'entrada per a IP de mida mitjana**. Fins fa poc, desenvolupar un videojoc associat a una franquícia televisiva requeria inversions considerables. Els motors d'IA generativa aplicats als videojocs redueixen aquest llindar dràsticament. Això democratitza el model i el posa a l'abast d'IP amb cultures fan més petites però molt denses, exactament el perfil de molts continguts de radiotelevisió pública.
- **El compromís augmenta**. Diverses recerques acadèmiques sobre segona pantalla constaten que un nivell més alt de compromís en línia de l'espectador incrementa l'audiència durant els blocs publicitaris, que les aplicacions complementàries milloren la comprensió i la memòria del contingut televisiu, i que reforcen el compromís de l'espectador, especialment entre audiències joves.

ELS COMPANION VIDEOGAMES A MITJÀ TERMINI

- A mitjà termini, el videojoc complementari passarà a convertir-se en una **expectativa estàndard de qualsevol IP televisiva amb cultura fan rellevant**.

- La **IA generativa** continuarà abaratint el cost de producció de contingut de joc, cosa que **expandirà el model cap a propietats més petites** i cap a operadors amb pressupostos més limitats.

VALORACIÓ

Escala - Global

Novetat - Mitjana

Velocitat d'adopció - Mitjana-Baixa
Especialment baixa entre els operadors públics europeus

Adaptabilidad - Alta

Encaix en mitjans públics - Alta
Probablement és la tendència més accionable de totes les que hem analitzat per a una radiotelevisió pública, perquè són més assequibles del que sembla i el seu potencial de retenció d'audiència és immediat i mesurable.

Monetització - Indirecta
És una estratègia de compromís clau.

Risc - Mitjá/Baix
El **risc principal** és de **comprensió del model**. Una radiotelevisió pública que dissenya un videojoc complementari pensant en el jugador habitual de videojocs s'adreça al públic equivocat. El videojoc complementari no és per a videojugadors: és per a espectadors que volen alguna cosa més que mirar un programa. I aquesta audiència, en el context d'un operador públic amb dècades de fidelitat, ja existeix. Només falta donar-li alguna cosa per entretenir-se quan apaga la pantalla. També és important eliminar, en la mesura possible, les friccions al consum (com els murs de pagament).

2 NOVES DERIVACIONS DE L'EROTISME

NOVES DERIVACIONS DE L'EROTISME

L'audiovisual actual és testimoni de **l'auge del contingut eròtic i romàntic explícit creat, distribuït i consumit majoritàriament per i per a joves**. No es tracta de pornografia en el sentit visual tradicional, sinó d'una proposta narrativa en si mateixa: trames i personatges recurrents, patrons narratius reconeixibles (d'enemics a amants —*enemies to lovers*—, proximitat forçada —*forced proximity*—, d'amics a amants —*friends to lovers*—) amb una progressió en què l'àmbit emocional precedeix sempre el físic. El mercat ho distingeix amb el terme picant (*spicy*), en una escala que oscil·la entre romàntic pujat de to i explícit.
Aquest **mercat narratiu del desig**, construït per i per a dones joves, monetitza directament la fantasia romanticoeròtica a través de **formats que permeten el consum íntim** (text, àudio, xarxes socials), substituint la imatge explícita per la suggestió i emprant la trama i la veu com a vehicles d'excitació.

El nínxol eròtic contemporani existia dècades abans que Silicon Valley el convertís en aplicació. Amb l'arribada d'internet fa eclosió el germen de l'eròtica de què som testimonis avui dia. En aquest sentit, és possible identificar quatre palanques fonamentals:

- **L'autopublicació digital**, que enderroca les barreres editorials. Els lectors electrònics oferien la possibilitat de llegir qualsevol cosa sense que ningú jutgés la portada. Aquests avenços tecnològics van democratitzar la publicació d'una manera sense precedents: autores que les editorials tradicionals haurien rebutjat per contingut "massa explícit" ara es podien autopublicar i trobar directament el seu públic.
- **L'efecte "cinquanta ombres"**, que legitima el mercat de masses. L'impacte cultural i comercial de la saga va transformar el panorama per a les autores de novel·la eròtica. De sobte, els llibres amb contingut sexual explícit no només eren acceptables: les editorials i els lectors els buscaven activament.
- **El boom de la fanficció**, que connecta comunitat i mercat. Plataformes com Wattpad van permetre que comunitats de fans escrivissin les seves pròpies històries i construïssin audiències enormes sense passar per cap filtre editorial. Ara són les editorials i les productores les que fan recerca d'autors (scouting) en aquests fòrums a la recerca del pròxim gran fenomen.
- **L'auge de la ficció sonora eròtica i els microdrames verticals**, que s'estan fent molt forts en aquest nínxol.

CARACTERÍSTIQUES PRINCIPALS

01 És una tendència narrativa, no visual

A diferència de la pornografia convencional, el motor no és la imatge sinó la història: personatges amb arc, temes reconeixibles, tensió que es construeix i es resol.

02 És de consum íntim i privat

Pensat per al mòbil, els auriculars, el moment a soles, cosa que explica per què l'àudio ha trobat un nínxol tan potent: permet la immersió sense l'exposició que implica el contingut visual.

03 Està construït des de la comunitat cap al mercat, no al revés

No neix d'estudis ni editorials, sinó de comunitats de fans: fanficció, fòrums d'eròtica amateur, BookTok...

04 És l'economia del creador aplicada al desig

Fa servir exactament la mateixa lògica que hem vist en altres àmbits: capitalitza la confiança i el vincle emocional que els actors que hi posen la veu o les creadores del contingut ja tenen amb el seu públic, en lloc de construir aquest vincle des de zero amb producció genèrica.

05 Respon a una paradoxa generacional

Aflora en un moment en què el seu públic objectiu (la generació Z) té, segons múltiples estudis, menys activitat sexual i menys relacions personals que cap generació recent. No substitueix la intimitat real, sinó que ofereix una forma de desig que se sent més segura.

DEMOGRAFIA CLAU

Diversos vectors ens permeten posar cara i ulls a la demografia clau d'aquesta tendència.

- **Dones de la generació Z i mil·lennistes joves**

Les històries s'adrecen majoritàriament a dones. I el rang d'edat es concentra amb força claredat en la franja que va dels 18 als 25 anys, amb extensió cap als mil·lennistes més joves. **És un públic que s'encavalca clarament amb la comunitat que sosté el fenomen BookTok i el *boom* de la fantasia romàntica** (*romantasy*).

- **El perfil actitudinal**

No és un públic hipersexualitzat. De fet **és, segons les enquestes, el menys actiu sexualment en dècades**. Això defineix un perfil psicològic molt concret: no és que en tinguin menys ganes, és que tenen més por. **Busquen l'experiència emocional del desig sense el risc, l'exposició o la vulnerabilitat de la trobada real**.

- **El factor cultural**

És un públic que arriba a la narrativa eròtica a través de la **cultura fa**n. Són lectores de BookTok, usuàries de Wattpad i consumidores de fantasia romàntica que ja tenen un vocabulari compartit (d'enemics a amants, proximitat forçada...) fins i tot abans d'obrir el contingut. L'eròtica no és un descobriment nou per a elles: és una **extensió natural d'un consum narratiu i comunitari que ja practicaven**.

- **L'atractiu de les històries LGTBIQ+**

Aquesta és una altra dada rellevant per entendre les tendències de contingut. Segons xifres difoses pel Ministeri d'Igualtat, **a Espanya aproximadament el 18 % de la generació Z s'identifica dins del col·lectiu LGTBIQ+, i prop del 25 % dels joves de 18 a 24 anys es reconeix com a bisexual**. Això explica en part per què l**es històries queer triomfen especialment entre un públic majoritàriament femení i heterosexual**. És un fenomen que fa molt de temps que es consolida entre les lectores de fanficció: dones joves que consumeixen i escriuen novel·la romàntica entre homes com a vehicle narratiu de desig sense les dinàmiques de poder de gènere que compliquen les relacions heterosexuals.





Promocions de Quinn, l'app d'àudio eròtic líder del mercat

PER QUÈ ES UNA TENDÈNCIA QUE CAL OBSERVAR?

- **És fanficció monetitzada de manera directa**. Es tracta d'escoltar les preferències d'una comunitat de fans que ja té un interès narratiu específic i empaquetar-les.
- **És economia del creador en la seva forma més pura**. El model de *Quinn* de contractar actors ja estimats pel seu públic per narrar contingut eròtic és exactament el model d'integració que analitzem: capitalitza la confiança i el vincle emocional ja construït amb una audiència, en lloc de crear aquest vincle des de zero.
- **És una resposta generacional a la saturació visual i algorítmica**. Davant l'excés d'imatge, de contingut explícit i de comparació constant de la seva vida digital, l'àudio eròtic ofereix just el contrari: ambigüitat, imaginació i absència d'imatge amb què comparar-se. És, en certa manera, fer servir la nostàlgia com a estratègia de màrqueting (smart nostalgia) aplicada al desig: recupera el plaer de la narrativa oral i la suggestió, una cosa més propera al radioteatre o a la novel·la romàntica clàssica.

L' EROTISME A MITJÀ TERMINI

- **La professionalització és inevitable**. El que avui és un grapat d'aplicacions fundades per emprenedores comença a atreure capital privat. És qüestió de temps que desperti l'interès d'actors mediàtics més importants.
- **La integració amb l'star system s'accelerarà**. És gairebé inevitable: la lògica de capitalitzar comunitats de fans ja formades és massa eficient per no replicar-la. Però com més es massifiqui, més risc hi ha que perdi l'autenticitat que la va fer créixer en comunitats de nínxol.
- **La IA generativa entrarà en el desenvolupament**. Atès que el contingut és narratiu i d'àudio, és un terreny especialment fèrtil per a la generació per IA. Això pot accelerar dràsticament la producció i la personalització, però també planteja un risc: part del valor d'aquest consum rau en la sensació de veu humana real i de narrativa amb intenció d'autor. Si la IA dilueix aquesta percepció, pot erosionar exactament la confiança que sosté el model.
- **El mercat continuarà creixent sense resoldre el problema de fons**. Aquí hi ha el punt més important i menys còmode. Si el motor real d'aquesta tendència és l'ansietat davant la intimitat física, aleshores el seu creixement sostingut no és necessàriament una bona notícia cultural, encara que sigui un negoci rendible.

VALORACIÓ

Escala - Global

Novetat - Mitjana-Alta

Velocitat d'adopció - Alta
Especialment baixa entre els operadors públics europeus

Adaptabilidad - Mitjana-Baixa
El que té sentit per a una radiotelevisió pública no és copiar el model, sinó **observar què fa que aquest model funcioni (la intimitat de l'àudio, la narrativa com a vehicle de connexió emocional, l'star system) i aplicar-ho a territoris compatibles amb el seu mandat**: drama romàntic de qualitat, ficció sonora immersiva, contingut sobre relacions, salut emocional i sexual des d'un enfocament més formatiu que explícit.

Encaix en mitjans públics - Mitjà-Baix
Existeix una oportunitat interessant: **ocupar l'espai adjacent que aquestes plataformes comercials no poden cobrir bé, com ara el contingut sobre educació afectivosexual o la gestió de l'ansietat davant la intimitat**.

Monetització - Indirecta
És una estratègia de compromís.

Risc - Baix

3 EL CONSENTIMENT EN PANTALLA

EL CONSENTIMENT EN PANTALLA

El consentiment en pantalla és una tendència creixent de la ficció seriada contemporània, especialment a les plataformes d'estríming, que col·loca el consentiment i la representació de les relacions íntimes al centre de la narrativa. Lluny de ser un detall accessori, que hi sigui present o que hi falti s'ha convertit en un criteri amb què audiències i crítica avaluen la salut dels vincles representats. Però també respon a les lògiques comercials de les plataformes, que hi veuen una oportunitat de presentar-se com a socialment responsables, més enllà de la seva finalitat última d'obtenir beneficis.

CARACTERÍSTIQUES PRINCIPALS

01 El consentiment com a tema explícit

El consentiment deixa de ser un rerefons implícit i passa a primer pla, tant dins de les trames com en el debat que en fan les comunitats d'espectadors. **Que hi sigui o no s'ha convertit en una manera de jutjar les relacions afectives i sexuals que es mostren**. A més, ja no s'entén com un sí puntual i tancat, sinó com un **procés que es revisa i es reafirma contínuament**. És una mirada que connecta amb els estudis de gènere i la teoria feminista, que fa temps que qüestionen la passivitat i la naturalització amb què la ficció ha filmat històricament els cossos i el desig.

02 El gir cap a la cura i l'escolta

Vivim en un panorama afectiu marcat per les relacions líquides (Bauman) —un terme que descriu com de fràgils i precaris s'han tornat els vincles— i travessat per pràctiques com el *ghosting*, el *breadcrumbing* o el *gaslighting*. Davant d'això, **emergeixen personatges** que fan just el contrari: **prioritzen l'empatia, l'escolta i la negociació del vincle**. La tensió romàntica ja no es construeix sobre l'evasió ni la manipulació, sinó sobre el reconeixement mutu. La comunicació i el consentiment deixen de ser un afegit i passen a ser la base mateixa de la relació.

03 La mirada femenina (female gaze) i el cos com a subjecte

La mirada femenina reivindica **el cos com a subjecte de desig**, no com a objecte que s'exhibeix. Aquest canvi redefineix la manera com el cinema ha filmat tradicionalment la intimitat i el plaer, i té conseqüències directes en la posada en escena: **la nuesa deixa de ser un espectacle pensat per a la satisfacció de la mirada masculina** —la male gaze que va descriure Laura Mulvey (1975)— i esdevé una **via per expressar agència, seguretat i plaer femení**. A *Querer* (Movistar+, 2024), per exemple, el pes narratiu i visual no recau en l'exhibició, sinó en l'experiència de la dona, tractada amb respecte i autonomia.

04 La representació de la vulneració

A l'altre extrem, hi ha produccions que aborden **el consentiment des de la seva transgressió** i les conseqüències que això comporta. La seva crítica social no busca l'espectacle de la violència, sinó mostrar-ne el funcionament estructural. Per fer-ho, opten per una posada en escena sòbria i deliberada (distància emocional, recursos com el pla seqüència) que obliga l'espectador a mirar des d'una posició activa i reflexiva, en comptes de consumir passivament. L'exemple més clar és la minisèrie *Adolescence* (Netflix, 2025), en què la violència de gènere i la cultura de la culpabilització converteixen la incomoditat de qui mira en una eina de significat.

05 L'estetització del cos femení: quan l'«empoderament» revesteix l'explotació

Ara bé, no totes les ficcions han fet aquest camí de manera crítica, i el panorama actual és ple de contradiccions. La celebració del cos com a subjecte —el que Hakim (2010) va anomenar capital eròtic— conviu amb la seva reconversió en un actiu que es pot monetitzar. Aquí es fa visible la **tensió, mai del tot resolta, entre emancipació i mercat que travessa el feminisme d'avui**. No és una contradicció casual: és pròpia d'un moment en què el discurs de l'empoderament ha estat absorbit per la lògica comercial. La **ficció que tematitza l'economia de plataformes** —sobretot quan gira al voltant d'OnlyFans com a espai de contingut sexual— n'és l'exemple més clar: revesteix l'explotació amb un vocabulari d'autonomia i emprenedoria, presenta com a lliure elecció el que són relacions de poder desiguals i desplaça la crítica al sistema cap a una retòrica de decisió personal. Sèries com *Euphoria* (HBO, 2019-2022) o *Margo's Got Money Troubles* (Apple TV+, 2026), en comptes de subvertir la mirada que cosifica, glamuritzen l'estetització del cos femení amb càmeres lentes, colors hipersaturats i enquadraments fetitxistes que subordinen els personatges a l'espectacle visual. El resultat és una **manera renovada de romantitzar l'explotació sexual, ara amb estètica pròpia d'influenciadors** (influencers).







Fotogrames de les sèries Euphoria, Adolescence i Margo's Got Money Troubles.

DEMOGRAFIA CLAU

És una tendència transversal que arriba a un **públic ampli i majoritari**. *Adolescence* (Netflix, 2025) n'és la prova més clara: amb prop de 145 milions de visualitzacions durant el primer semestre del 2025, va ser la sèrie més vista de la plataforma en aquell període i una de les més vistes de tota la seva història. El seu abast va anar molt més enllà de l'entreteniment: el Govern britànic en va recomanar l'emissió a les escoles per parlar de violència i seguretat digital amb els adolescents.

Tot i aquest abast general, el nucli de la tendència té un perfil força reconeixible:

- **Jove i format en clau de gènere**. El públic central són persones joves —generació Z i mil·lennistes— que han crescut després del #MeToo i per a qui el consentiment és un valor explícit, no un sobreentès. És, de fet, la generació que ha col·locat la comunicació i el consentiment al centre de les relacions.
- **Predomini femení, amb una bretxa de gènere creixent**. La recepció més entusiasta d'aquestes ficcions és majoritàriament femenina, però el context generacional és més tens del que sembla. Segons l'estudi d'Ipsos per al Dia Internacional de les Dones (2026), fet en 29 països, els homes de la generació Z sostenen actituds més tradicionals que les generacions anteriors: un 31 % creu que una dona hauria d'obeir sempre el marit (davant del 18 % de les dones de la mateixa edat) i un 24 % considera que una dona no s'hauria de mostrar "massa independent". Aquesta bretxa explica en part per què aquestes sèries generen tant de debat: no interpel·len un públic homogeni, sinó una generació dividida sobre el gènere i el poder.
- **Una audiència que ja demana aquesta mirada**. El gir cap al consentiment no és una imposició de la indústria: respon a una demanda real. Segons un estudi de l'UCLA recollit per The Guardian (2023), gairebé la meitat de les audiències joves diuen que volen menys sexe gratuït en pantalla i més relacions no necessàriament romàntiques. Representar la intimitat amb cura no és, doncs, només una qüestió ètica: també connecta amb el que aquest públic vol veure.

EL CONSENTIMENT EN PANTALLA EN L'ACTUALITAT

Un nombre creixent de ficcions proposa un **model de relacions basat en l'empatia i el consentiment**. La tensió romàntica hi apareix des del principi, però el respecte hi té un pes estructural: es crea **una atmosfera en què les dues parts negocien els límits del vincle i la comunicació i el consentiment no són un afegit, sinó la base de la relació**. En sentit contrari, altres produccions aborden el consentiment des de la seva vulneració i les conseqüències que això comporta. La ficció espanyola hi ha fet una de les aportacions més sòlides amb *Querer* (Movistar Plus+, 2024), l'opera prima televisiva d'Alauda Ruiz de Azúa, que tracta el consentiment en el context de la violència sexual dins la parella amb una gran sobrietat estètica. En un registre ben diferent, *Adolescence* (Netflix, 2025) ha esdevingut un fenomen cultural que va molt més enllà del consum de la sèrie i s'ha convertit en una eina de debat públic sobre seguretat digital i violència de gènere.

Aquest gir cap a la mirada femenina conviu, però, amb representacions que compliquen qualsevol lectura optimista i que demanen una mirada més cauta. La qüestió es fa especialment evident en sèries com *Euphoria* (HBO, 2019-2022) —amb el personatge de Cassie—, *Industry* (BBC/HBO, 2020-) —amb Sweetpea— i *Margo's Got Money Troubles* (Apple TV+, 2026) —amb Margo. En els tres casos, hi ha **dones joves que recorren a la plataforma empeses per la precarietat, la pressió econòmica o una maternitat no prevista, i que justifiquen la decisió apel·lant a l'autonomia laboral, l'empoderament i l'autosuficiència**.

El que interessa no és tant la pràctica en si com la manera com **la cultura popular l'emmarca i la normalitza**. El contingut sexual de plataforma no s'anomena mai pornografia ni prostitució, sinó simplement contingut: una suposada extensió natural de l'economia pròpia dels influenciadors. I aquest canvi de paraules no és innocent. Quan expressions com explotació sexual se substitueixen sistemàticament per un llenguatge d'autonomia i emprenedoria, el que passa és que es despolititza el fenomen i s'amaguen les condicions materials que empenyen aquestes dones cap a la plataforma. Així, el cos que la mirada femenina havia reivindicat com a subjecte torna a aparèixer com un actiu que es gestiona, es promociona i s'optimitza per circular a la xarxa. I ho fa sota una **retòrica d'empoderament** que, en presentar com a normal allò que hauria de qüestionar, acaba funcionant com una forma actual de legitimació patriarcal.

PER QUÈ ÉS UNA TENDÈNCIA QUE CAL OBSERVAR?

- **El consentiment s'ha convertit en un criteri de qualitat**. Avui, tant el públic com la crítica jutgen les relacions que apareixen en pantalla segons com s'hi tracta el cos femení i com s'hi negocia el desig. Aquesta sensibilitat s'ha consolidat com a senyal de prestigi i de sintonia amb una audiència cada cop més formada en qüestions de gènere, i té conseqüències directes tant en com es produeixen les sèries com en com les rep la crítica.

- **Canvien les expectatives sobre la intimitat en pantalla**. Quan el consentiment passa del rerefons implícit a primer pla, es redefineixen els models de relació que la ficció posa en circulació. Això transforma el que el públic entén per una relació sana i connecta directament amb la manera com l'espectador interpreta i viu els vincles afectius.

- **Genera debat social més enllà de l'entreteniment**. Ficcions com Adolescence (Netflix, 2025) i Querer (Movistar Plus+, 2024) han demostrat que parlar de consentiment pot sortir de les pàgines de crítica televisiva i convertir-se en una eina de debat públic sobre violència de gènere, educació afectivosexual i seguretat digital.

- **Conviu amb la paradoxa de l'empoderament**. La mateixa cultura popular que reivindica el cos com a subjecte n'impulsa alhora la mercantilització: canvia el vocabulari de l'explotació pel de l'emprenedoria i acaba normalitzant relacions de poder desiguals sota una estètica pròpia del món dels influenciadors que les despolititza.



Fotograma de les sèrie *Querer*.

BENCHMARK D' OPERADORS EUROPEUS




Fotogrames de les sèries *Pubertat* i *Nudes*.

3Cat ja disposa de continguts clarament alineats amb aquesta tendència:

- *Pubertat*, una sèrie creada per Leticia Dolera en què una **denúncia per agressió sexual altera la vida quotidiana d'un grup casteller**. Els joves assenyalats i les seves famílies s'hauran d'enfrontar als seus propis tabús sobre la sexualitat i comprendre com les pors i els traumes es poden transmetre de pares a fills. Un dels eixos centrals d'aquesta sèrie, composta per sis episodis, planteja si un preadolescent de 13 anys pot ser considerat un agressor sexual i fins a quin punt la responsabilitat recau en ell, en la seva família o en la societat en conjunt.

- *Nudes*, una sèrie que retrata una situació que preocupa tant dins com fora dels instituts: la **difusió a les xarxes socials de les fotografies íntimes d'una alumna**, conegudes com a nudes. Amb un enfocament gairebé didàctic, Nudes mostra com haurien d'actuar els adults davant d'aquest tipus d'abusos, alhora que centra la crítica en qui difon les imatges i no en les víctimes. La sèrie posa el focus a combatre la culpabilització i la vergonya que solen patir els que veuen vulnerada la seva intimitat.

EL CONSENTIMENT EN PANTALLA A MITJÀ TERMINI

La mirada femenina, un segell de qualitat

La mirada femenina i la cura a l'hora de representar la intimitat tendeixen a consolidar-se com a marca de prestigi i com a tret distintiu del catàleg. Cada cop més produccions incorporen la figura del coordinador d'intimitat i converteixen el consentiment en un valor de marca.

El consentiment, criteri de crítica i de plataforma

El consentiment s'afermarà com a criteri d'avaluació compartit per crítica i audiències, i com un element que les plataformes tindran en compte de manera conscient a l'hora de produir i comunicar.

El cos, de nou convertit en mercaderia

En paral·lel, la ficció que continua normalitzant plataformes com OnlyFans amb un llenguatge d'autonomia i emprenedoria es continuarà movent en una tensió no resolta. La mateixa narrativa que presenta aquestes pràctiques com a expressions de llibertat individual rep crítiques des de fronts ideològicament oposats: el feminisme estructural hi veu una manera de maquillar l'explotació sexual, mentre que els discursos propis de les mestresses de casa tradicionals (trad wives) i els sectors conservadors hi veuen una prova més del fracàs del projecte emancipador. Que tots dos bàndols ho rebutgin sense compartir ni el diagnòstic ni les solucions mostra fins a quin punt aquest és un terreny de disputa simbòlica de primer ordre. La representació audiovisual de l'economia de plataformes no és, doncs, estèticament neutral: és un espai on es negocia què vol dir l'autonomia femenina, quines condicions materials la fan possible o impossible, i fins on es pot instrumentalitzar el llenguatge de l'empoderament per legitimar allò que precisament hauria de qüestionar.

VALORACIÓ

Escala - Global
Tendència transversal a les plataformes globals, amb inflexions locals molt marcades (la ficció espanyola, amb *Querer*, n'és un bon exemple).

Novetat - Mitjana-Alta
El consentiment i la intimitat no són temes nous, però sí que ho és la centralitat narrativa explícita i el pes com a criteri d'avaluació de la qualitat.

Velocitat d'adopció - Mitjana-Alta
Creixement sostingut, lligat a la consolidació de la mirada femenina i a la sensibilitat posterior al #MeToo.

Adaptabilidad - Alta
Aplicable a múltiples gèneres: romàntic, drama social, drama adolescent, thriller i no-ficció.

Encaix en mitjans públics - Alta
Encaix natural amb la missió de servei públic: ficció amb valor social, capaç d'obrir converses sobre violència de gènere, educació afectivosexual i seguretat digital, com han demostrat Querer o Adolescence.

Monetització - Indirecta
No constitueix un model de negoci en si mateix, sinó un atribut de qualitat i prestigi que diferencia el catàleg i fidelitza audiències especialment sensibles al tema.

Risc - Mitjà
Risc de blanqueig del consentiment (*consent-washing*) —instrumentalització superficial del tema—, de la tensió no resolta entre celebració i mercantilització i de friccions reputacionals en abordar continguts delicats.

SEGUIMENT DE TENDÈNCIES

MICRODRAMES

SPOREFALL

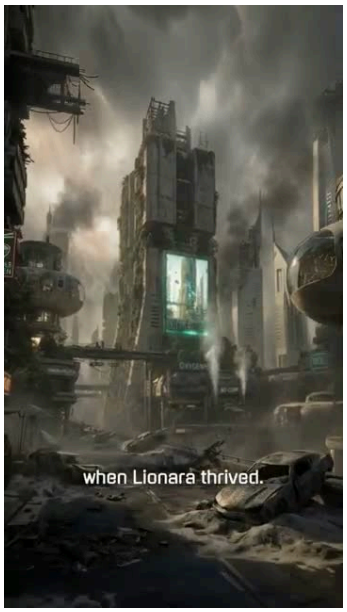
Sporefall és una microsèrie vertical de ciència-ficció sobre una invasió d'espores en una ciutat postapocalíptica. Es tracta d'una producció híbrida IA-humana. El cost total de producció és de 10.000 dòlars (100 episodis d'un minut). Disposa d'una plataforma pròpia. També es distribueix estratègicament a través de les xarxes socials i mitjançant llicències a plataformes de tercers.

FATAFAT

Amazon MX Player ha anunciat Fatafat, un servei dedicat als microdrames verticals a l'Índia (hindi, tàmil, telugu). Preveu produir 50 sèries romàntiques o de drama només enguany, amb episodis d'1-2 minuts de durada. Monetitzada amb publicitat (advertising video on demand —AVOD —). Estarà integrada a Prime Video en aquest país.

PEACOCK I BRAVO

Peacock llançarà aquest estiu una línia de microdrames verticals per a mòbils protagonitzats per rostres de la cadena Bravo, com Madison LeCroy (Southern Charm) i membres de The Real Housewives of Salt Lake City. L'estratègia busca atreure audiències joves amb episodis de curta durada i format vertical.







LA NOSTÀLGIA COM A ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING

Encara que el consum de contingut en estríming continua dominant el mercat, els formats físics com el DVD i, sobretot, el Blu-ray gaudeixen d'un interès renovat entre col·leccionistes i aficionats al cinema. Segons dades del Digital Entertainment Group, **les vendes de Blu-ray 4K van créixer un 12 % el 2025 respecte a l'any anterior**, malgrat que el mercat general de suports físics es continua reduint. El fenomen està impulsat en bona part per **consumidors joves que busquen recuperar l'experiència de posseir una col·lecció física davant les limitacions del contingut exclusivament digital**.

ESTRÍMING INDEPENDENT

Emilio Doménech, Mar Manrique i Marina Enrich, presentadors de WATIF, s'han unit a Ubícate, un **programa setmanal en directe d'entreteniment, divulgació i actualitat que se suma a la programació d'EN PLAY**, el nou canal d'RTVE Play. És una rèplica del que estan fent a YouTube: taula de debat amb experts en diferents àrees del coneixement, personalitats del món de la cultura, etc.

COMPANION PODCASTS

HBO Max ha anunciat el llançament d'una **nova oferta de pòdcasts oficials a Europa centrats en algunes de les seves franquícies més populars**, com *Harry Potter* i *Game of Thrones*. La iniciativa arrenca amb *Harry Potter: The Official Film Podcast*, una sèrie presentada per la crítica de cinema Rhianna Dhillon que repassarà les vuit pel·lícules de la saga amb convidats especials i contingut exclusiu. A partir del juny, la plataforma ampliarà la proposta amb diversos pòdcasts dedicats a l'univers de *Game of Thrones*, entre els quals especials sobre *House of the Dragon* i *A Knight of the Seven Kingdoms*. A més, HBO Max incorporarà programes relacionats amb altres produccions d'èxit com *The Last of Us*, *The Pitt*, *The Comeback* i *Sinners*, amb la qual cosa reforçarà la seva aposta per oferir contingut complementari per als seguidors de les seves principals franquícies.

Informe coordinat per:
Jordi Sánchez-Navarro
Elena Neira

Amb la participació de:
Marta Lopera-Mármol

Grup de recerca en Aprenentatges, Mitjans i Entreteniment (GAME)
Centre de Recerca Interdisciplinari en Transformacions Socials i Culturals/UOC-TRÀNSIC
Universitat Oberta de Catalunya



Universitat Oberta de Catalunya

3cat