

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Alcoceba, J.A. y Matheus, G. (2010). El discurso mediático sobre los jóvenes en España. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 3 (1), Artículo 11. Disponible en la siguiente dirección electrónica: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>

## **EL DISCURSO MEDIÁTICO SOBRE LOS JÓVENES EN ESPAÑA**

*MEDIA SPEECH ABOUT YOUTH IN SPAIN*

*ALCOCEBA, José Antonio*  
*Profesor de la Universidad Complutense de Madrid (España)*  
[jaalcoceba@gmail.com](mailto:jaalcoceba@gmail.com)

*MATHEUS, Gladys*  
*Profesora de la Universidad Rey Juan Carlos (España)*  
[gladysmathieu@hotmail.com](mailto:gladysmathieu@hotmail.com)

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## RESUMEN

El objetivo de este estudio es analizar el tratamiento que los medios de comunicación hacen sobre el colectivo juvenil en España, además de ofrecer a los profesionales de los medios algunas herramientas que les permitan dar un tratamiento más ecuánime a la información sobre jóvenes. Se llevaron a cabo un análisis de contenido socioestadístico (de tres meses de 2006, en prensa, radio y TV) y un estudio cualitativo del discurso (sobre un corpus más reducido de noticias de los tres medios señalados). Del primer análisis se deriva que los temas sobre jóvenes en que se producen más noticias están relacionados con circunstancias problemáticas, o al menos, socialmente controvertidas. Una de las recomendaciones principales para los responsables de los medios de comunicación, es que estos se planteen como objetivo abordar a los jóvenes en tanto colectivos diversos, con funciones y capacidad para intervenir activamente en la vida social.

**Palabras clave:** Jóvenes, España, Medios de Comunicación, Discurso

Recibido: 01 de marzo de 2010

Aceptado: 29 de marzo de 2010

## ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the media treatment of young people in Spain. Besides, we offer some tools to help media editors and journalists to be more impartial in information about youth. The research held a media content analysis (three months in 2006, for newspapers, radio and TV) and a qualitative speech analysis (for a reduce number of news in newspapers, radio and TV). From first analysis, we noticed that most news about youth are related with difficult, problematic and controversial circumstances. The main recommendation of this study is for the responsible of media: to understand young people in diversity, with functions and capabilities to change social life.

**Key words:** Youth, Spain, Media, Speech

Submission date: March 01<sup>st</sup> 2010

Acceptance date: March 29<sup>th</sup> 2010

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## 1. Introducción

En el año 2006, el Instituto de la Juventud de España encargó a un grupo de investigadores del Dpto. de Sociología IV de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, una investigación sobre la imagen de los jóvenes que ofrecen los medios de comunicación, con la intención de poder avanzar en la elaboración de un manual de buenas prácticas sobre un adecuado tratamiento mediático de este colectivo. Se buscaba proponer alternativas para los profesionales de la comunicación que contribuyeran a la eliminación de los estereotipos y prejuicios negativos que se reiteran y son habituales en los discursos sobre la Juventud.

Por lo tanto, el problema de esta investigación se sitúa en el campo de estudio de las relaciones que se establecen en nuestras sociedades entre los sistemas sociales y la comunicación pública, a través del análisis del cambio social. Dentro de esta perspectiva, han sido frecuentes las investigaciones centradas en el análisis de los productos comunicativos (especialmente noticias), en tanto *reflejo* de los cambios que se producen en un determinado entorno social. La difusión que realizan los medios sobre determinada visión de los hechos termina por ofrecer unas representaciones de la realidad que se ajusten a los intereses de las audiencias:

“La noticia es una ventana al mundo (...) tiende a decirnos qué queremos saber, que necesitamos saber y qué deberíamos saber (...). Pero, como todo marco que delinea un mundo, el marco de la noticia puede considerarse problemático. La visión a través de una ventana depende de si la ventana es grande o pequeña, si tiene muchos o pocos cristales, si el vidrio es opaco o claro, si la ventana da cara a una calle o a un patio. La escena que se despliega depende también de donde está uno, lejos o cerca, alargando el cuello hacia un costado o mirando recto hacia delante con los ojos paralelos a la pared en la que está colocada la ventana” (Tuchman, 1983: 13).

En este estudio, interesaba conocer las representaciones de la juventud y de los jóvenes que desde los medios se ponen a disposición de las audiencias, con el objetivo de conocer las visiones de lo juvenil con las que los receptores conforman su universo referencial, que sirve en muchos casos para orientar sus acciones sociales cuando valoran, juzgan, opinan, etc. sobre la realidad juvenil.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

Esta investigación por tanto, tenía una doble finalidad:

- Dar cuenta del tratamiento que los medios de comunicación estaban haciendo sobre el colectivo juvenil
- Ofrecer a los profesionales de los medios de comunicación unas herramientas que les permitieran un tratamiento más ecuánime de la información con respecto a la realidad del colectivo juvenil

Esta doble finalidad se correspondió asimismo con un doble planteamiento analítico. En primer lugar, se llevó a cabo un análisis de contenido socioestadístico a partir de protocolo de las noticias sobre juventud emitidas por los MCM (prensa, radio y TV) en España a lo largo de tres meses de 2006 (de octubre a diciembre)<sup>1</sup>, con el objetivo de identificar los distintos modelos mediadores en la producción de información. En segundo lugar, se planteó un estudio cualitativo del discurso -tomando en cuenta sus distintas estructuras y dimensiones de análisis- sobre un corpus más reducido de noticias de los tres medios señalados.

## 2. El Análisis de contenido socioestadístico de las noticias

Del resultado del primer análisis de las 547 noticias se obtuvieron una serie de conclusiones o consideraciones de interés para tratar de identificar las claves en torno a las que se construyen las representaciones sociales del colectivo juvenil entre la opinión pública. A continuación se ofrece una breve síntesis de las más relevantes:

1. Entre los ámbitos temáticos en torno a los que se construye el universo mediático juvenil destacan los acontecimientos sobre hábitos de vida saludable (especialmente el botellón<sup>2</sup>, y en menor medida toxicomanías, salud

---

<sup>1</sup> A partir de los fondos disponibles en el listado de medios de la empresa TSN Media Intelligence. Esta misma entidad llevó a cabo un vaciado de noticias publicadas en prensa (diarios y revistas), radio y televisión durante dicho periodo y cuya temática versaba sobre jóvenes, o en las cuales intervenían jóvenes. La sobreabundancia de información (2.747 noticias), nos obligó a tener que seleccionar una muestra representativa, que quedó fijada en 547 noticias: 377 correspondientes a medios impresos, 101 emitidas por radio y 69 por televisión.

<sup>2</sup> Botellón es un término que describe la costumbre extendida en España desde finales del siglo XX, sobre todo entre los jóvenes, de consumir bebidas alcohólicas, normalmente no acompañadas de comida pero sí de refrescos, tabaco y/u otras drogas, en grupos numerosos en la vía pública. El fenómeno ha sido estudiado por los sociólogos, que lo definen como: "reunión masiva de jóvenes de entre 16 y 24 años fundamentalmente, en espacios abiertos de libre acceso, para consumir la bebida que han adquirido previamente en comercios, escuchar música, y hablar." A.Baigorri, R.Fernández, GIESyT, "Botellón, un conflicto postmoderno", Icaria, Barcelona, 2004. ([http://es.wikipedia.org/wiki/Botell%C3%B3n#cite\\_note-0](http://es.wikipedia.org/wiki/Botell%C3%B3n#cite_note-0))

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

y tráfico), y de ocio, cultura y tiempo libre (donde destacan las actividades de ocio).

El tratamiento de estos dos ámbitos en los medios es sustancialmente opuesto en cuanto a la valoración de los acontecimientos:

- Los temas de ocio aparecen valorados de forma positiva en los relatos. Hay que tener en cuenta que tras este tratamiento favorable de los acontecimientos juveniles, en ocasiones se esconde una representación superficial de la juventud, basada en cuestiones más o menos intrascendentes de la vida juvenil.
  - Las noticias sobre vida saludable tienen un marcado carácter negativo. Los medios tienden a ofrecer una imagen inmadura de la juventud con respecto a los factores de riesgo, mostrando una representación alarmante y conflictiva de sus protagonistas (los jóvenes).
2. La adscripción temática de la información juvenil por parte de los medios ofrece un modelo de mediación basado en un tratamiento de los acontecimientos desde una doble perspectiva:
- a) Respuesta institucional. La producción mediática de información sobre determinados acontecimientos juveniles (botellón, vivienda, formación, valores y ciudadanía, inmigración, economía y consumo, ocio y tiempo libre...) se elabora desde la respuesta de las instituciones ante dichos acontecimientos. El carácter institucional de estos relatos noticiosos trata de señalar los cambios que se producen en el entorno social dentro del marco *normalizador* que ofrecen dichas organizaciones. Estos relatos del mundo sociopolítico reflejan y refuerzan en el discurso mediático el papel de las instituciones (especialmente públicas) en la construcción social de representaciones sobre la juventud.
  - b) Situación de la gente joven. Las noticias juveniles sobre violencia, toxicomanías, empleo, salud, información y tecnología y relaciones familiares son referidas desde la perspectiva del incidente o el suceso juvenil. Estas noticias se centran en indicar la trasgresión teniendo por objeto en última instancia la adaptación a las normas establecidas. Estos relatos del mundo cotidiano de los jóvenes aparecen sobre todo ofreciendo
-

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

una visión negativa de las prácticas sociales juveniles. Donde se muestra sobre todo el conflicto entre actores como clave del hecho noticioso.

Podemos concluir que el discurso noticioso juvenil en los medios de comunicación refuerza la visión de las instituciones públicas sobre el mundo de los jóvenes, atribuyendo a las distintas instancias gubernamentales y a sus representantes la capacidad para encontrar soluciones a los problemas del entorno social del joven. Además de esta visión institucional, la selección de noticias y su tratamiento hace especial hincapié en los hechos conflictivos en los que se ven envueltos los actores juveniles.

3. La respuesta institucional, predominante en los relatos de las noticias sobre juventud, tiende a mostrar la estabilidad del mundo adulto frente a la irresponsabilidad e inestabilidad del mundo juvenil.

En muchos casos, tanto los temas seleccionados así como su tratamiento, inciden en una visión inculpatoria del colectivo juvenil. Sus miembros aparecen como los principales responsables de las situaciones adversas que les ocurren (adicciones, irresponsabilidad y falta de madurez, ausencia de iniciativas...etc.).

El relato noticioso sobre los jóvenes sirve para mantener a éstos en una constante minoría de edad, donde la juventud aparece necesariamente subordinada al mundo adulto hasta que demuestre capacidades y competencias sociales que le permitan la autonomía social plena. Este tratamiento de los sucesos viene a reforzar la subordinación del *inestable* mundo juvenil a la *estabilidad* del mundo adulto.

4. La selección de acontecimientos pertenecientes al ámbito público e institucional, así como su tratamiento espacial-geográfico marcadamente localista (local y autonómico), junto con el mayoritario carácter *presentista* de la información sobre jóvenes, aportan información sobre las señas de identidad en torno a las que los medios construyen las referencias existenciales de los jóvenes:

- a) Los medios construyen un discurso público de la juventud asociado a relatos noticiosos pertenecientes al ámbito de socialización de los grupos secundarios y las instituciones: cuestiones económicas juveniles (vivienda, economía y consumo) y sociales (formación, valores y ciudadanía, inmigración y tráfico).

Los jóvenes conceden gran trascendencia a su entorno cercano de socialización (barrio, pueblo, ciudad, C. Autónoma); espacio que conforma para muchos de ellos su horizonte existencial.

Los medios (especialmente la prensa) muestran adecuadamente esta

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

importancia de lo local, seleccionando sobre todo acontecimientos que se circunscriben al ámbito más cercano de los jóvenes.

- b)** El reflejo presentista del “ambiente juvenil” en las noticias sobre jóvenes coincide con la percepción social de la juventud marcada por una existencia en la que sólo cuenta el presente: los eslóganes juveniles inciden en la idea “vive el presente”; que tiene un fuerte carácter consumista. Esta ubicación de la juventud en el presente por parte de los medios, muestra una visión descontextualizada de los acontecimientos juveniles: la ausencia de referencias al pasado (causas) y al futuro (consecuencias) refuerza la representación estereotipada de los jóvenes en torno a situaciones coyunturales: hedonismo juvenil o sucesos conflictivos que, en ocasiones, remiten a problemas estructurales más profundos de la sociedad.
5. La producción de la referencia en cuanto a los personajes que intervienen en los acontecimientos juveniles, refuerza el carácter institucional de los relatos noticiosos y la subordinación del colectivo juvenil al adulto.
- a) La mayor parte de los personajes son de carácter institucional (sus representantes y portavoces) y tienden a legitimar la presencia y actuación de las organizaciones a las que representan a través de los relatos informativos.
- b) La referencia informativa sobre los sucesos juveniles se conforma mayoritariamente con personajes que no pertenecen al colectivo juvenil. Esta información refleja la infravaloración de dicho colectivo por las diferentes instituciones sociales, entre las que se incluyen los medios de comunicación.
- c) Los personajes jóvenes que se incluyen en los relatos sobre acontecimientos juveniles no suelen aparecer designados por su edad, lo que impide relacionar sus actitudes y comportamientos sociales con las diferentes edades juveniles. Este tratamiento informativo refuerza una representación normalizada de la juventud, mostrándola como un colectivo excesivamente homogéneo en el que no se reflejan las múltiples juventudes.

Después de este trabajo parece evidenciarse que las formas de selección y tratamiento informativo de los asuntos de los jóvenes por los medios, vienen a legitimar una visión de la juventud desde la perspectiva de las instituciones y de los adultos. Y así lo vienen percibiendo los propios jóvenes, que, como demuestran diversas investigaciones, no se ven reflejados ni identificados con los

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

modelos que de ellos y de su mundo se ofrecen. Esto podría explicar la tradicional falta de interés que los jóvenes muestran por la información de los medios de comunicación tradicionales:

*Los jóvenes no se identifican a sí mismos en las imágenes estereotipadas que ofrecen de ellos los medios de comunicación social...La difusión de una versión sesgada, manipulada o incompleta de la realidad juvenil, contribuye a acentuar la marginación de los jóvenes, a reducir sus posibilidades de inserción crítica en la sociedad, y de ejercer un verdadero papel de fermento renovador (Rodríguez González, 1989)*

### **3. Análisis cualitativo de las noticias**

A partir de las conclusiones derivadas del estudio socioestadístico, en la segunda parte de la investigación, se aplicaron una serie de categorías básicas del análisis del discurso a una selección aleatoria del corpus de noticias, organizado en función de los temas a los que aparecen vinculados los jóvenes en el discurso mediático.

La selección de unos acontecimientos en detrimento de otros, determina la importancia o el orden de prioridades que orienta la atención y la opinión pública. Las audiencias son sometidas por los medios a un proceso de aprendizaje en el cual los contenidos de las noticias muestran un repertorio de temas sobre los que la gente se entretiene, dialoga, discute, etc. El concepto de tematización y la teoría de la *agenda setting*<sup>3</sup> han indicado el poder que ejercen los medios para influir y determinar el grado de atención que los públicos prestarán a ciertas cuestiones. Desde esta perspectiva, la agenda de temas surge de la actividad de los profesionales de la información en el marco de las organizaciones en las que desempeñan su labor comunicativa.

Del primer análisis se deriva que los temas sobre jóvenes en que se producen más noticias están relacionados con circunstancias problemáticas, o al menos, socialmente controvertidas. Es decir, la mayor parte de las noticias producidas por los diferentes medios sitúan al joven como problema. La tabla siguiente expresa que, si tenemos en cuenta los tres formatos clásicos (prensa, radio y televisión) el

---

<sup>3</sup> La teoría de la *agenda setting*, remite al concepto acuñado por McCombs y Shaw (1972) desde la investigación sobre los efectos de los medios de difusión en la opinión pública. Las investigaciones desde esta perspectiva teórica prueban la elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los temas que interesan a sus audiencias.



Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

tratamiento de los jóvenes es predominantemente negativo, pues aparece asociado a situaciones de conflicto<sup>4</sup>.

Prensa	Radio	Televisión
Botellón <sup>5</sup>	Violencia y delitos	Violencia y delitos
Ocio y tiempo libre	Vivienda	Botellón
Vivienda	Toxicomanía	

**Cuadro 1.**

**Fuente: Estudio *La Imagen de los jóvenes en los medios*. Se toman los tres temas que obtienen mayor frecuencia de aparición en cada medio.**

Evidentemente, la prensa es el medio que contrarresta las representaciones negativas, incluyendo temáticas ligadas al interés de los jóvenes. Sin embargo, es preciso que el profesional de los medios tenga en cuenta que con la inclusión de cuestiones más cercanas a los intereses de los jóvenes, no alcanza para ofrecer una representación de éstos que respete la diversidad del colectivo. En muchas ocasiones, las noticias que tienen que ver con “el hacer” de los jóvenes, con sus gustos y sus aficiones y con sus demandas (por ejemplo noticias encuadradas en las categorías de Ocio y tiempo libre y Vivienda) tienen como protagonistas principales a las instituciones “preocupadas” por garantizar espacios de reunión y modalidades de diversión a unos jóvenes a los que es preciso “guiar” y “cuidar”.

Por lo tanto, sin aparente intencionalidad, se siguen reproduciendo y reforzando viejas teorías sobre la juventud como estadio de inmadurez, que le permite a las instituciones encarnar un **rol paternalista** que les da una razón de ser dentro del entramado social. Es decir, las instituciones hablan, organizan y determinan qué es diversión y qué no lo es; cuáles son los problemas de los jóvenes y como

<sup>4</sup> En la prensa aparecen un mayor número de noticias sobre botellón (25%), sobre ocio y tiempo libre (11%) y sobre vivienda (10%). En la radio aparecen sobre todo noticias sobre violencia y delitos (29%), sobre vivienda (13%) y sobre toxicomanía (10%). En la televisión los acontecimientos juveniles más frecuentes corresponden a violencia y delitos (16%) y a botellón (10%).

<sup>5</sup> La preminencia de noticias sobre botellón que se destaca en el estudio que se está tomando como referencia el Estudio *La Imagen de los jóvenes en los medios* puede estar condicionada por la época del año en que se seleccionaron dichas noticias :octubre y noviembre. El comienzo del curso académico y el reencuentro con amigos y compañeros después del periodo vacacional parece un buen motivo de celebración, que junto con la discusión y aprobación en Andalucía de la Ley Antibotellón<sup>5</sup> en el mes de octubre de 2006, pueden explicar la sobredimensión muestral de noticias relacionadas con el tema botellón.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

resolverlos. Por lo tanto, el profesional de los medios debe estar capacitado y ser suficientemente perspicaz para elaborar noticias que también permitan opinar a los jóvenes y dar cuenta de las interacciones entre jóvenes e instituciones. De este modo, los jóvenes tendrían un papel activo hacia las propuestas institucionales.

### **a) Herramientas para el análisis del discurso mediático**

La decisión de utilizar categorías básicas se fundamenta en la utilidad que debe presentar un manual de buenas prácticas dirigido fundamentalmente al profesional de los medios de comunicación, ofreciéndole instrumentos que desentrañen los sentidos que atraviesan el mensaje y que pueda aplicarse para la consecución de criterios de calidad informativa.

A juzgar por los ritmos mediáticos, es prácticamente imposible que un periodista pueda cubrir la noticia, montarla y luego analizarla. Sin embargo, tener presente algunos elementos analíticos a la hora del “armado de la información” pueden ayudar para evitar caer en tópicos y reproducir estereotipos que sustenten representaciones negativas de los jóvenes.

Se asume que las noticias son una representación de la realidad elaborada por el periodista, y que, por lo tanto, implica un enfoque determinado. En otros términos, la noticia, es una selección de acontecimientos y personajes en la que ha intervenido la mediación del profesional y del medio como institución. Por lo tanto, más allá, de la pretendida objetividad, siempre hay “huellas” de la enunciación que son posibles rastrear y que hacen evidente “el lugar” desde el que se ha producido el enunciado.

En definitiva, se trata de plantearse la red de discursos sociales en tanto juego de estrategias a través del cuál quienes producen mensajes y quienes los reciben construyen el sentido de las cosas (la mayoría de las veces de manera inconsciente) configurando una visión del mundo (Castellani, D:1997)

### **b) El análisis del discurso aplicado a las noticias**

Los elementos de análisis que se aportan a continuación se basan en el trabajo de Van Dijk en que explica “cómo las estructuras del discurso (en particular de las noticias periodísticas) se relacionan con procesos cognitivos que intervienen tanto en la producción como en la comprensión de textos”<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Según Donatella Castellani, lo valioso del intento de Van Dijk consiste en señalar cómo las operaciones mentales vinculadas con la producción y comprensión de textos se insertan en el campo más amplio de lo que

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

En esta guía se considerará “discurso” a la cadena de enunciados que se producen históricamente desde un lugar social, y en este sentido, nos referiremos al “discurso de los medios”. Siguiendo el planteo de Van Dijk, se proponen los siguientes niveles<sup>7</sup> para analizar un texto, verbal o escrito.

**Dimensión léxica:** corresponde al uso de las palabras en una situación concreta y para hablar de algo. El significado no se entiende como una propiedad del signo aislado sino como una función del enunciado. “No solo porque las palabras dispuestas una al lado de otra se contagian en algo, sino porque los discursos sociales forman una red dentro de la cual se configura y se explica todo sentido” (Castellani, D. 1997)

**Dimensión enunciativa:** permite identificar el texto con un determinado contexto. Se refiere a los hechos exteriores al texto, es decir, a los que le dan origen y cuyas huellas quedan en el enunciado. (por ejemplo, quién habla, en qué situación, para quién, con qué intención, en qué contexto socio-histórico). En ocasiones, estas huellas son difíciles de recuperar por su sutileza pero siempre son marcas materiales que deja allí quien ha producido el texto.

**Dimensión pragmática:** considera al enunciado como una *acción* que tiene un propósito y que produce consecuencias.

**Dimensión estructural:** se trata de observar la estructura semántica y sintáctica de un texto. Qué elementos unen las diferentes partes de un texto, cómo se manifiesta la coherencia. Seguir las líneas de coherencia, permite la posibilidad de encontrar significados que no están explicitados a simple vista, al tiempo que observar la jerarquía atribuida a los contenidos.

**La dimensión estilística:** se refiere al modo como el texto se relaciona con las circunstancias y con las pautas socialmente fijadas para cada una de ellas. Asimismo, es posible observar las voces de otros que, aparentemente ausentes en ese momento, aparecen a través de la voz del que está hablando. La apropiación de palabras ajenas, las repeticiones, la posición de

---

él llama la *cognición social*, que incluye el sistema de modelos, estereotipos, valores y creencias que existen en la sociedad. En este sentido, la memoria sería el lugar en el cual distintas representaciones producidas por los textos o por otras formas de conocimiento entrarían en contacto y se condicionarían unas a otras. Y los textos, en particular los de los medios masivos, jugarían un papel importante en la reproducción de estereotipos sociales. En Castellani, Donatella. *Lengua, mente y discurso: aproximaciones críticas al estudio del lenguaje*. 1997. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

<sup>7</sup> Si bien el análisis por niveles corresponde a una propuesta de Van Dijk, las dimensiones que aquí se consideran corresponden a una sistematización de Donatella Castellani en el texto anteriormente mencionado.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

dominio o servilismo en el discurso, permiten ir desentrañando el entorno y la intencionalidad de quien detenta el discurso.

**Dimensión retórica:** todo texto, oral u escrito, además de querer comunicar, tiene alguna otra intención (por ejemplo en el caso de las noticias que se tomen como veraces y objetivas). Para lograr su objetivo, el hablante recurre a estrategias verbales, uso de recursos, modos de decir las cosas que no tienen que ver con la información en sí, pero que lo hacen entrar en el campo de la persuasión.

### Otros elementos a considerar

**Nivel connotativo:** Además de las dimensiones descritas anteriormente, se considera de utilidad para los profesionales de la comunicación tener presente el concepto de *connotación*.

A diferencia de lo denotado - que sería el significado propio de un signo, lo que define concretamente aquello a lo que nos estamos refiriendo- la connotación remite a los sentidos agregados, secundarios, que pueden relacionarse o no a un signo en función del contexto, la experiencia de una comunidad o un individuo, o las circunstancias específicas. Se trata de un concepto a utilizar con cautela y siempre teniendo en cuenta que la connotación está ligada al uso y al contexto.

Es fundamental para el profesional de los medios, tener en cuenta que hay elementos que pueden agregar más sentidos al discurso que pretende. Por ejemplo: características sintácticas, morfológicas, fónicas o gráficas -que si bien son denotativos en su respectivo nivel- tienen capacidad para añadir más sentidos al enunciado. De este modo, hay que considerar que en cada medio las posibilidades y limitaciones del formato determinan elementos que pueden actuar a nivel de la connotación. Por ejemplo:

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

<b>Prensa</b>	<b>Radio</b>	<b>Televisión</b>
Tipografía	Entonación	Imágenes
Fotografía	Modalidades de habla en caso de testimonios	Musicalización/sonido ambiente
Sección	Musicalización/sonido ambiente	Espacio dentro de la programación
Espacio (cuantitativo)	Espacio dentro de la programación	
<b>Vocabulario</b>	<b>Vocabulario</b>	<b>Vocabulario</b>

Cuadro 2.

Fuente: elaboración propia

**La construcción de paradigmas:** Desde el punto de vista del análisis estructural de la lengua, un paradigma es una instancia virtual, un repertorio de posibilidades de elección que tiene el hablante y de las cuales puede seleccionar una. Para entrar en este punto, se trata de observar los aspectos de cohesión y coherencia de un texto: la cohesión es el entramado que manifiesta las relaciones lógicas y asociativas que el emisor establece entre las ideas que expresa en su propio enunciado. Siguiendo los hilos de los procedimientos cohesivos de un texto el destinatario podría descubrir algunos aspectos de la visión del mundo del productor del discurso: por ejemplo a través del orden jerárquico en qué dispone los hechos; las relaciones que establece con otros hechos internos o externos al texto y sobre todo, en qué cadena asociativa sitúa los objetos de su discurso. (Castellani, D. 1997)

Personas diferentes establecerán con una misma palabra relaciones asociativas distintas. Es decir, tendrán distintos paradigmas. Por ejemplo: si se elige la forma "emborracharse en masa" para dar cuenta de un evento nocturno en que participan jóvenes, se están dejando de lado otras formas posibles como "beber en grupo", "hacer botellón", "reunirse en espacios públicos", etc. Al definirse el paradigma como una relación con elementos ausentes, se presupone que es algo que permanece oculto, que no es accesible a la observación inmediata. Sin embargo en la comunicación concreta, a lo largo de la cadena discursiva, las relaciones de significado entre diferentes puntos de la cadena van desplegando y poniendo en evidencia los paradigmas.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## 4. Ejemplos de aplicación del análisis de noticias

### a) Prensa

En las noticias de prensa que se han seleccionado nos limitamos a señalar algunos ejemplos a nivel de la “macroestructura” de la noticia, esto es, tomando como elementos de análisis el titular, la entradilla y la foto. Esta elección se realiza teniendo en cuenta que el titular funciona como “gancho” para entrar o no en la lectura del cuerpo de la noticia.

#### Tema: Botellón

#### Diario: Ideal de Granada. Ejemplo de mala práctica.

Entrada	<b>JÓVENES</b>
Titular.	<b>“Con ley o sin ley antibotellón la gente va a seguir bebiendo”</b>
Lead.	Un grupo de jóvenes comenta la nueva medida legal y valora positivamente la creación de botellódromos en la ciudad, pero “siempre y cuando estén bien equipados”
Foto	Una multitud de jóvenes. Pie de foto: <b>mucha basura y molestias. Jóvenes haciendo botellón.</b>
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>En positivo: la nota da lugar a la opinión de los jóvenes</p> <p>En negativo: la frase elegida para el titular indica que los jóvenes están más allá de la ley y lo único que parece interesarles es beber. El pie de foto resalta los aspectos negativos del botellón resaltando la basura y las molestias que se producen, cuando en realidad la imagen no muestra nada de eso. Incluso la multitud podría estar en cualquier otra situación que no fuera exclusivamente el botellón.</p> <p>Sin embargo, el titular y la foto configuran una idea negativa del botellón y por tanto de los jóvenes, a los que aparentemente, les daría igual la existencia o no de una ley.</p>

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>**Diario: Granada Hoy. Ejemplo de mala práctica.**

Entrada	Comienzo del curso
Titular.	<b>Un segundo <u>botellón masivo invade</u> las plazas del Centro</b>
Lead.	Miles de jóvenes <u>deambularon</u> con sus bebidas de un lugar a otro de la ciudad <u>dispersados</u> por un <u>dispositivo de 40 agentes</u> de la Policía Local
Foto	Una multitud de jóvenes bebiendo (en primer plano un joven llevándose una botella a la boca). Pie de foto: Otra vez. El centro vivió una nueva jornada de botellón masivo en sus principales plazas.
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>En negativo: las calificaciones del botellón de masivo e invasión, evidentemente remiten a una situación descontrolada. Los jóvenes son como “plagas” a las que hay que parar porque, según el pie de foto, lo han hecho <b>otra vez</b>.</p> <p>El lead de la noticia aumenta la sensación de descontrol cuando señala: jóvenes deambulando (imagen de borrachera) y policías dispersando ¿qué dispersó la policía?.</p> <p>La noticia refleja una situación de peligrosidad y crea un clima de alarma social.</p>

**Diario. El correo. Ejemplo de buena práctica.**

Entrada	El correo acompañó a un grupo de seis jóvenes vizcaínos mientras practicaban su primer botellón ilegal en La Pérgola.
Titular.	<b>Dos euros por cubata</b>
Foto	Primer plano de bebidas y jóvenes en situación de reunión. Pie de foto: Festín. Los jóvenes prepararon cubatas a base de ginebra y refresco de limón.
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>En positivo: El medio acompaña a los jóvenes en una actitud de querer ser espectador directo. Esto ayuda a no partir de prejuicios y consideraciones pre-establecidas sobre este evento juvenil. Asimismo, titula haciendo referencia a las causas del botellón: es decir, la opción que les queda a los jóvenes de reunirse gastando en relación con sus posibilidades.</p> <p>La imagen elegida transmite tranquilidad y otorga a la bebida un espacio de excusa para la reunión.</p>

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>**Tema: Violencia y delitos****Diario: La Región. Ejemplo de buena práctica**

Entrada	Menores conflictivos
Titular	<b>Educación, pieza clave para la integración</b>
Lead.	En Galicia hay 95 centros para atención a niños y jóvenes <u>en situaciones de dificultad o conflicto social</u>
Foto	Fotos de los centros de atención: refuerza el protagonismo de las instituciones
<b>Nota en la misma página</b>	<p><b>La delincuencia juvenil descendió un 18% en cinco años:</b> especialmente este titular funciona como la consecuencia de implementar una acción educativa, reforzando la importancia del proyecto.</p> <p><b>Intervención judicial</b></p> <p><b>Centros, familias de acogida y puntos de encuentro</b></p>
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>En positivo: Se resaltan acciones educativas para tratar la cuestión de los conflictos juveniles. Indirectamente, el titular señala a la educación como modo de integrar a los jóvenes conflictivos, en este sentido pone las responsabilidades del lado de la sociedad y no de los jóvenes. Además acota la información a un grupo "menores conflictivos" que están en "situaciones de dificultad o conflicto social". El lead facilita pensar en que las causas de la "conflictividad" no corresponden al joven por ser joven, sino a la situación en que pueden estar inmersos.</p> <p>En negativo: el cuerpo de la nota resalta la visión institucional sin dar cabida a la voz de los jóvenes y a sus vivencias en este tipo de programas.</p>



Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>**Diario: Diario de Cádiz. Ejemplo de mala práctica.**

Entrada	Concentración Juvenil
Titular.	<b><u>Vigilantes y policías asisten a una noche de movida sin incidentes</u></b>
Lead.	No posee
Foto:	En primer plano guardias de seguridad controlando el acceso a los autobuses. Pie de foto: Tranquilidad: Personal de seguridad de la empresa Comes vigila la subida de los autobuses en la madrugada de ayer.
Nota en la misma página	Tres detenciones después de una persecución en coche por La Caleta
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>En negativo: Las principales partes macroestructurales de la noticia conforman el paradigma de "juventud igual delincuencia". Si se observa la cadena: concentración juvenil +vigilantes y policías+noche de movida+detenciones después de una persecución.</p> <p>Si bien la noticia es positiva, el hecho de que no haya habido incidentes queda en un segundo plano, porque aparece al final del titular luego de resaltar la presencia de vigilantes y policías que remiten con más fuerza a la noción de delincuencia.</p> <p>Tal como está estructurada la noticia se parte del supuesto de que los jóvenes provocan incidentes. Si el titular hubiese empezado por: Noche de movida sin incidentes se hubiera ofrecido una idea de diversión pacífica de los jóvenes.</p> <p>En positivo: El pie de foto orienta la lectura de la imagen, contribuyendo a una lectura en positivo de la noticia.</p>

**Tema: Ocio y tiempo libre****Referencia 646. Ejemplo de mala práctica**

Entrada	
Lead.	¿Hasta cuando es joven un andaluz? Esta es la duda planteada tras aprobarse una iniciativa para que la Junta ponga en marcha un nuevo carné joven para mayores de 26 años- El PSOE-A, responsable de la propuesta, cree que el límite es 34 años.
Titular.	<b>Juventud, eterno tesoro (parodiando la famosa frase "divino tesoro").</b> Da la sensación de que los jóvenes no quieren dejarla ir

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

	¿acaso los adultos sí?. El mensaje circula en torno al “no crecen porque no quieren”
Foto	Refuerza “eterno tesoro”. El pie de página guía la significación hacia la “actividad principal” de los jóvenes: tocar la guitarra y hacer botellones.
<b>OBSERVACIONES</b>	En negativo: refuerza una imagen pasota e irresponsable de <b>los jóvenes. Titular y foto</b> actúan conjuntamente culpabilizando a los jóvenes y quedan en segundo plano las causas por las que se propone extender el carné joven.

## Tema: Inmigración

### Referencia 947. Ejemplo de mala práctica

Entrada	<b>RADIOGRAFÍA DE LA JUVENTUD EN VALENCIA CIUDAD.</b> Los inmigrantes tienen <u>cada vez más peso</u> en la <u>población</u> de Valencia y, dentro de este colectivo, especialmente los jóvenes extranjeros (más de 51% tienen entre 15 y 35 años). La mayoría son sudamericanos y, aunque <u>se distribuyen</u> en varios distritos, sobre todo en siete, como sus mayores, un informa de la Universitat de Valencia <u>alerta</u> de una cierta tendencia a la <u>concentración zonal</u> que habría que <u>vigilar</u> para evitar exclusión.
Titular	<b>La mitad de los inmigrantes empadronados en Valencia son menores de 35 años</b>
Lead	La Universitat advierte de una tendencia a la concentración que puede desembocar en guetos
Foto	No posee
Nota en la misma página	<b>Accidentes, suicidios y sida, causas de muerte.</b> Refuerza el imaginario del conflicto, aún cuando el cuerpo de la noticia remite a la juventud en general.
<b>OBSERVACIONES</b>	En negativo: En el titular se resalta que el número de inmigrantes jóvenes es considerable. A medida que el lector se acerca a lo que rodea al titular el “peso” de los inmigrantes jóvenes va creciendo. El paradigma que se va conformando alrededor de “inmigrante joven” está dado por las palabras: “concentración”, “peso”, “gueto”, mayoría de sudamericanos y remite a grupo uniformado, cerrado.  Además, a través de la selección de determinados verbos se conforma un paradigma de la peligrosidad: “alertar”, “advertir”, “vigilar” (si bien la frase es vigilar para evitar la exclusión no queda claro a la exclusión de

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

	<p>quién)</p> <p>A partir de la asociación de cadenas nominativas el imaginario social construye algo que no está dicho explícitamente y es el peligro de la conformación de <b>bandas latinas</b></p>
--	--

## Tema: Participación

Diario: Ideal de Granada. Ejemplo de mala práctica

Entrada	No posee
Titular.	<b>Los jóvenes reivindican un futuro digno</b>
Lead.	El sindicato de Estudiantes cortó ayer el tráfico en la Gran Vía y Reyes católicos para que discurriera la manifestación que congregó a un centenar de jóvenes exigiendo un futuro digno: menos paro, una vivienda y más inversión en materia educativa fueron algunas de las reivindicaciones demandadas. Los jóvenes también exigieron la retirada del Plan Bolonia.
Foto	De la manifestación
<b>OBSERVACIONES</b>	En negativo: ejemplo de la connotación que produce el espacio dedicado a la noticia. En este caso predomina la fotografía y se limita a indicar en el cuerpo el motivo de la manifestación que amplía la idea del titular. No se otorga espacio a la voz de los jóvenes, ni a la concreción de sus malestares. La falta de tratamiento plantea el tema como algo pasajero, incluso espontáneo y poco planificado. Refuerza la idea de jóvenes poco comprometidos.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## Tema: Empleo.

### Diario: El Periódico de Aragón. Ejemplo de buena práctica

Entrada	Mercados de empleo saturados, falta de experiencias, incapacidad de las economías para crear trabajos decentes...La situación laboral de los jóvenes ha empeorado en los últimos años; muchos no encuentran trabajo
Titular.	<b>Juventud no remunerada</b>
Lead	No posee
Foto	Jóvenes en un aula. Pie de foto: tras años de formación, la mayoría de jóvenes se enfrenta a un primer empleo precario y sin contrato. .
Nota en la misma página	<u>Más</u> desigualdades. El desempleo juvenil afecta más a las mujeres.
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>El titular destaca la situación de desventaja que tienen los jóvenes a la hora de ver remunerado su trabajo. La entrada de la noticia ofrece un marco en el que encuentra explicación el desempleo juvenil. Y la foto y su pie refuerzan la idea de que los jóvenes están formados y sin embargo su situación en el empleo es de precariedad.</p> <p>La nota anexa cierra la idea de que los jóvenes sufren una situación de desigualdad al titular <b>Más desigualdades</b>.</p> <p>La información muestra la situación de los jóvenes en torno al empleo centrándose en causas ajenas a ellos mismos. Es decir, no culpabiliza al colectivo, sino que lo trata como "víctima" de la organización social pero dejando en claro que se trata de un grupo con formación.</p> <p><u>En negativo</u>: se puede resaltar que se habla de la juventud en general, reforzando la idea de que es un colectivo con las mismas oportunidades, cuando en realidad también hay grupos de jóvenes sin la posibilidad de acceder a una formación.</p>

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>**b) Radio y Televisión****Tema: Botellón****Ejemplo de mala práctica**

Medio	Radio Nacional
Temática	Ley antibotellón
Tratamiento	<p>El <b>presentador</b> al momento de introducir una noticia sobre la Ley Antibotellón, utiliza la siguiente expresión: <b>“El botellón nos está matando a todos de una forma u otra”</b>.</p> <p>Se trata de una expresión completamente alarmista que relaciona el botellón con una práctica altamente peligrosa para el conjunto de la sociedad (puede matar). Una noticia introducida en estos términos genera confusión y conmoción en la opinión pública.</p> <p>Los medios generan opinión de forma improvisada, sin explicaciones ni argumentaciones, que luego la gente asume como su opinión personal y mal predispone al diálogo y a la búsqueda de soluciones. Consecuentemente, asumir el botellón como un problema de semejante naturaleza conlleva la discriminación y el enfrentamiento con quienes lo protagonizan imposibilitando los acuerdos.</p>

**Ejemplo de mala práctica**

Medio	Radio Nacional
Temática	Botellón
Tratamiento	<p>Se relaciona directamente botellón con drogadicción y violencia.</p> <p><b>Especialista invitado a opinar:</b> <i>“el joven en la noche cuando hace botellón se siente el emperador, en estos espacios se genera y promueve el consumo de sustancias. El consumo de alcohol y la violencia aumenta en estos casos sensiblemente”</i>.</p> <p>Se genera alarma social, en tanto el botellón conlleva el consumo de drogas y la predisposición a la violencia. En esta opinión, el joven (se siente emperador) a través del botellón está <u>desafiando</u> a la sociedad, a sus reglas. Y por ende, se está reclamando un orden que <u>deberán imponer</u> (la supuesta actitud desafiante de los jóvenes no permitiría otras soluciones) las autoridades.</p> <p>Un especialista, debería propinar datos y argumentos de peso y no</p>

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

	interpretaciones de sentido común ¿sólo se consume droga y se genera violencia en los botellones? ¿la droga no circula en otros entornos?.
--	--

## Tema: Inmigracion

### Ejemplo de mala práctica

Medio	Radio Autonómica
Temática	Presencia de Latin Kings
Tratamiento	<p>Los <b>testimonios</b> de personas en la calle que utilizan los periodistas en la noticia sobre los Latin Kings, no aportan nada constructivo en el debate, sino que sirven para aumentar la intolerancia y los prejuicios de la opinión pública. Ej:</p> <p><u>Vecina del barrio Palos de la Frontera:</u> “<i>este barrio esta <b>plagado</b> de sudamericanos, pero plagado. Por la <b>indumentaria</b> que llevan se sabe que son pertenecientes a <b>bandas organizadas</b>, porque la verdad es que cuando les ves cruzas a la otra acera</i>”.</p> <p>Por su parte, la periodista también en sus preguntas deja entrever que tiene una postura previa al respecto. No está informando sino que está reforzando pre-conceptos sobre el potencial criminal y peligroso de estos grupos.</p> <p><u>Periodista:</u>“ <i>¿La gente se aparta porque ellos (latin kings) van provocando?¿Dan miedo?</i></p> <p><u>El presentador</u> concluye la nota diciendo: “<i>los <b>latin kings</b> en Madrid son considerados directamente <b>delincuentes</b></i>”.</p> <p>Finalmente se desprende de esta información una idea circular que contiene los siguientes elementos:</p> <p><b>Inmigración=plaga=latingKings=bandas violentas=peligro=rechazo a la inmigración</b></p>

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>**Ejemplo de mala práctica**

Medio	Radio - Desconexión
Temática	Presencia de Latin Kings
Tratamiento	<p>- En el tema de la inmigración y jóvenes, en noticias como ésta se observa la generalización que se tiende hacer acerca de las conductas negativas de este colectivo.</p> <p><u>Periodista:</u> “se busca que los <b>extranjeros de origen latino</b> tengan otras vías para sentirse arropados en vez de formar parte de los latin kings, que para ellos es como su familia, es cuestión de que se integren en nuestra sociedad, dejando a un lado la violencia”.</p> <p>Quizá la intención del periodista haya sido resaltar la necesidad de integración que tienen determinados grupos de inmigrantes. Sin embargo, desconoce el tema y termina por involucrar a <b>todo inmigrante latino</b> en los latin kings</p>

**Tema: Toxicomanía****Ejemplo de mala práctica**

Medio	Televisión- Nacional
Temática	Consumo de drogas. Tráfico en colegios
Tratamiento	<p><u>Los presentadores</u> utilizan un tono de voz para producir “escándalo” con expresiones como: “<i>imágenes muy espectaculares</i>”. En ocasiones dirigen la lectura de imágenes originando una interpretación que no tiene que ver con lo que dicha imagen denota.</p> <p><u>Periodista:</u> “La ministra dice que la situación es alarmante, y nuestro programa ha ido a confirmarlo y hemos visto el descaro con el que alrededor de los colegios se trafica con droga”.</p>

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

	<p>Esta noticia es un buen ejemplo de cómo en la TV se recurre a la escenificación de la cara más negativa y problemática del universo juvenil. Las imágenes que se muestran tienden a generalizar y crear estereotipos de jóvenes.</p> <p>El universo juvenil es presentado desde sus límites extremos y el medio actúa como juez determinando cuáles son los problemas que representan estos jóvenes para la sociedad (botellón, drogadicción...). Dentro de esta perspectiva de “extremos”, que son minoritarios, la mayoría de los jóvenes no se identifican, pero construyen su imagen en tanto generación que terminan por creerse.</p> <p>En este caso, se le da protagonismo a los jóvenes, pero sacando provecho de su imagen negativa y dando voz a jóvenes problemáticos (uno de los entrevistados, parece estar bajo el efecto de las drogas durante la entrevista).</p> <p>Al final de la nota cuando hablan de la iniciativa del control policial en Murcia, se dice que gracias a esta medida el consumo ha disminuido. Pero no citan la fuente o referencia que demuestre esta afirmación.</p>
--	--

### Ejemplo de mala práctica

Medio	Televisión Nacional
Temática	Consumo de drogas.
Tratamiento	<p>En este caso, también se le da protagonismo a los jóvenes, explotando su imagen negativa y conflictiva. (los entrevistados están en el momento de la entrevista, bajo el efecto de las drogas).</p> <p><u>Joven entrevistado 1</u>: “<i>acá hay demanda, esto es como el que vende palomitas en el cine</i>”</p> <p><u>Joven entrevistado 2</u>: “<i>me voy a casa a dormir, no se si ahora son las 8 o 9 de la mañana, necesito descansar para el lunes ser una persona normal</i>”.</p> <p>Con esta nota sólo se resalta la inmadurez de la juventud y se culpabiliza al joven de su comportamiento. En ningún caso se intenta dar una explicación al fenómeno.</p>



Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## Tema: Formación

### Ejemplo de mala práctica

Medio	Radio- Nacional
Temática	Ley de Educación
Tratamiento	<p>La información no da cuenta de la opinión de los jóvenes. Es decir, se deja fuera/ se silencia al protagonista directo. La voz de los estudiantes no tiene protagonismo: ¿se presupone que no tienen nada importante para decir?</p> <p>Durante el análisis de las noticias, se observó que en muchos casos los medios no citan comentarios de los protagonistas jóvenes y casi siempre los actores que hablan son las instituciones, especialistas y en general, los actores adultos.</p>

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## Tema: Ocio y tiempo libre

### Ejemplo de buena práctica

Medio	TV Nacional
Temática	Ley de Educación Información y tecnología
Tratamiento	<p>Ejemplo de un reportaje muy completo acerca del tema de jóvenes enganchados a las nuevas tecnologías, en donde se les da protagonismo y se presenta el problema desde sus diferentes dimensiones sociales.</p> <p>El joven no es mostrado como el único responsable del problema, sino se analiza que ocurre en el conjunto de la sociedad.</p> <p>- <u>Joven enganchado a juegos en red</u>: <i>“es mas fácil manejar una maquina que no tiene sentimientos y que no sabes como va a reaccionar, que ante una persona real. Entonces como en el ordenador yo no tenía que dar respuestas a nadie, ni tenía que comportarme con un modelo establecido, lo podía hacer a mi manera y daba más rienda suelta a lo que es mi verdadera personalidad.</i></p> <p><i>En el momento piensas que es una cosa buena, es decir, si yo me divierto y no estoy machacando los pulmones o molestando el hígado por qué iba a ser malo?</i></p> <p><i>Como llegué a ser tan bueno jugando, pues entré en algunos círculos eso te da prestigio.”</i></p> <p>- <u>Joven enganchado a video juegos</u>: <i>“no creo que llegaría a cambiar a un amigo por un vídeo juego, pero pude a ver llegado a eso,(...) ahora prefiero a los amigos que a los video juegos , porque los videos valen 60 euros y un amigo vale más que eso, y es más no creo que se puedan vender”.</i></p> <p><i>“mis padres no entienden bien esto, porque anteriormente no tenían estos adelantos”</i></p>

### Ejemplo de buena práctica

Medio	TV Nacional
Temática	jóvenes estudiantes de Rap
Tratamiento	En esta noticia se muestra la imagen del joven desde sus inquietudes creativas por medio de la formación. También la importancia de la

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

	<p>expresión utilizando como recurso una de sus aficiones.</p> <p>Se les da protagonismo en la noticia y se les presenta “alegres y naturales” dentro de sus prácticas. Se ofrece otro contexto al rap en tanto expresión musical también ligada en el imaginario social a la marginación.</p> <p><u>Periodista</u>: “ <i>a estos chavales aptitudes no les faltan, pero es que rapear no es tan fácil como parece.</i>”</p> <p><i>“estos poetas del S.XXI ya pueden presumir de haber grabado su primera composición musical”.</i></p> <p><u>Joven 1</u>: “<i>decidí hacer un tema más personal, hablar un poco de mi, de todo el tiempo que llevo en el hip.hop y lo que significa para mi</i>”.</p> <p><u>Joven 2</u>: “<i>hice una canción dedicada a mi madre, que es más profunda y entonces no puedo ir tan rápido, para que los sentimientos calen</i>”.</p> <p>En esta noticia el joven se presenta como creativo, respetuoso y sensible.</p>
--	--

## **5. Recomendaciones generales para propiciar un buen tratamiento de los jóvenes en los medios**

Propiciar buenas prácticas en el ámbito del tratamiento mediático de los jóvenes, requiere que los responsables de los medios de comunicación se planteen como objetivo principal:

- Abordar a los jóvenes en tanto colectivos diversos, con funciones y capacidad para intervenir activamente en la vida social.

Para ello es necesario desnaturalizar el enfoque sobre los jóvenes en tanto clase de edad, evitando los estereotipos y prejuicios que se han construido socialmente.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

**a) Principios elementales para sistematizar la información a difundir:**

- Manejar un código de ética a fin de elaborar las noticias respetando la dignidad humana, los derechos y la intimidad de las personas.
- Considerar al joven un destinatario activo de los mensajes producidos
- Ejercer la libertad de expresión teniendo en cuenta la responsabilidad social de los medios en la conformación de las visiones del mundo de los jóvenes y sobre los jóvenes
- Evitar imágenes degradantes que vulneren los derechos individuales de las personas jóvenes
- Evitar partir de los prejuicios que circulan sobre la irresponsabilidad y falta de madurez de los jóvenes. La infantilización produce rechazo y no promueve la identificación.
- Evitar hablar de la juventud como colectivo homogéneo e igualitario: enmarcar las noticias en su contexto y sobre todo en el grupo social al que pertenecen los jóvenes involucrados para no extender determinados hechos o situaciones a todo el grupo. En ocasiones el concepto de juventud y generación sirve para construir la imagen de grupo homogéneo.
- Destacar las noticias positivas que protagonizan los jóvenes. Informar de manera equilibrada sobre hechos positivos y negativos.
- Evitar estereotipos basados en status de clase, procedencia o nacionalidad, y clase de edad.
- Valorar y ponderar siempre el fondo de la noticia, buscando informar dentro de un marco de equilibrio y veracidad, evitando el amarillismo y la generación de morbo.
- Dotarse de fuentes de información fiables y verificables, evitando producir información sustentada en rumores que lleven a propiciar comportamientos negativos para la sociedad
- Evitar criminalizar al colectivo favoreciendo la relación: joven-peligrosidad-toxicomanía-delincuencia. Contrarrestar el punto de vista paternalista de las instituciones con la opinión de los propios jóvenes
- Otorgar un espacio a la voz de los jóvenes: permitir expresar sus opiniones e intereses

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

- Dar voz a los expertos y las instituciones especializadas pero teniendo en cuenta también la evaluación que de las situaciones o hechos realizan los jóvenes.
- Evitar culpabilizar al joven y ofrecer un marco de causas que expliquen su situación en los hechos.
- No abordar las prácticas juveniles como productos de una cultura propia sino teniendo en cuenta que forman parte de una cultura que involucra al resto de los grupos sociales, con los cuales interactúa, incorporando algunas cosas y rechazando o cuestionando otras
- En este sentido, el joven no tiene un esquema de valores propio por tener determinada edad, sino que los ha configurado en su experiencia social que influye y se reconoce en esos valores.
- Evitar caer en el tópico de la juventud conformista y “despolitizada” enmarcando esta actitud dentro de comportamientos sociales de los cuales los jóvenes no son únicos representantes
- No perder de vista el análisis del estatus de clase: a pesar del discurso ampliamente difundido de la “desaparición de clases sociales”, los comportamientos de los jóvenes siguen explicándose desde esta perspectiva
- Tener en cuenta que hay una serie de asociaciones que construyen una imagen negativa de los jóvenes. Por ejemplo: adolescencia-irracionalidad-estadio turbulento-excesos-desviación a la norma-irresponsabilidad.
- Coordinar esfuerzos e intercambiar puntos de vista con las instituciones dedicadas a los jóvenes. Estar al tanto de estudios, proyectos y objetivos de comunicación de instituciones.
- Fomentar una relación positiva con los medios de comunicación ofreciendo espacios de información en función de sus intereses y expectativas.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## **6. Utilidad y objetivos de un Manual de Buenas prácticas**

Un manual de buenas prácticas, en este caso, para el tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación, aspira a llamar la atención sobre la importancia de fomentar y demandar una práctica de comunicación responsable por parte de los medios masivos de comunicación.

En páginas anteriores se ha señalado que las condiciones de producción de la información sometidas fundamentalmente a la imposición de la inmediatez<sup>8</sup>, dejan al profesional de los medios escaso tiempo para someter su trabajo a un control riguroso de los contenidos y mucho menos a un análisis de las posibles interpretaciones y la consecuente formación de las visiones del mundo que, a partir de él, puedan originarse. Por ello, es responsabilidad de los analistas de la comunicación ofrecer un espacio para la reflexión, la autocrítica y el análisis de los productos comunicativos a fin de desnaturalizar los procedimientos a través de los cuales se elabora la información que circula en la sociedad.

El profesional de los medios, adquiere una habilidad y destreza para elaborar la información que, en muchas ocasiones, repercute en la estandarización de ciertas reglas que se tienen como efectivas para captar la atención del público. Sin embargo, esto tiene como contrapartida un menor interés por analizar la multiplicidad de miradas que se ponen en juego a la hora de “dar forma” a un determinado contenido. Precisamente, el análisis<sup>9</sup> que da origen al manual de buenas prácticas elaborado a partir de esta investigación detecta un modelo más o menos genérico en el enfoque y construcción de la información relativa a los jóvenes, basado en resaltar el punto de vista de las instituciones que suele visionar al joven desde su conflictividad, reduciéndolo a una actitud de pasividad.

El Manual de Buenas prácticas se propone como una herramienta que pueda ofrecer pautas claras y prácticas al profesional de los medios, no sólo indicándole recomendaciones sino ofreciéndole un modelo de análisis con el que someter a crítica su producción. Al mismo tiempo, la concepción metodológica de este manual lo convierte en una herramienta práctica para ser utilizado por los servicios de documentación u otros servicios institucionales dedicados a estipular pautas de calidad en la información.

---

<sup>8</sup> Además del ritmo en la producción de noticias hay que tener en cuenta la flexibilidad laboral que afecta al sector profesional de los medios de comunicación, donde un periodista es obligado a cubrir diversas temáticas, viendo su trabajo sometido a la valoración por volumen y no por calidad.

<sup>9</sup> “La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación. Un análisis mediacional de las noticias sobre juventud publicadas en prensa, radio y televisión durante los meses de octubre y noviembre de 2006”.

*Versión PDF para imprimir desde*

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

El objetivo último es aportar herramientas para lograr un tratamiento de los jóvenes que se ajuste mejor a la diversidad del colectivo, a sus intereses y a la diversificación de sus roles dentro de la sociedad actual. En otros términos, se pretende “positivizar” la imagen que los medios proponen de los jóvenes, propiciando una reapropiación de su imagen que de lugar a una inserción activa del joven dentro de la sociedad. De alguna manera, se intenta dejar de pensar en cómo “integrar” al joven dentro de una sociedad con unas reglas y normas pre-establecidas y abrir espacios que le permitan intervenir en la transformación de dichas normas.

Evidentemente, los medios de comunicación social son aliados fundamentales a la hora de propiciar cambios en las mentalidades. Por ello se considera preciso brindar al profesional de los medios una serie de conocimientos sobre la realidad juvenil y unas herramientas analíticas que le den la oportunidad de abordar los acontecimientos relacionados con los jóvenes alejado de los estereotipos y los puntos de vista que criminalizan al colectivo. Por el contrario, se pretende que los responsables de los medios de comunicación sean conscientes de la actitud paternalista con que suelen tratar la problemática juvenil y puedan promover cambios en el sentido de “escuchar” también la voz de los jóvenes considerándolos parte activa de las dinámicas sociales.

En cualquier caso, los medios de comunicación deben estar abiertos a un enfoque dinámico de la sociedad, que permita atender a los cambios estructurales que se producen y a las afectaciones que esto tiene a nivel de las subjetividades. A cada joven le toca serlo en determinada época, bajo unos condicionamientos histórico-sociales y políticos frente a los cuáles tiene que construir su rol de joven. Por lo tanto, las causas y consecuencias de los problemas que los involucran deben explicarse en función del contexto y no con argumentos tópicos que refuerzan estereotipos y homogenizan al colectivo a través de los rasgos más negativos.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

## 7. Referencias Bibliográficas

1. Catellani, D. (1997). *Lengua, mente y discurso. Aproximaciones críticas al estudio del lenguaje*. Buenos Aires: Olavarría.
2. Espín, Manuel (2002). La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación: de la noticia al espectáculo. En Rodríguez González, F. (ed.) *Comunicación y cultura juvenil*. Barcelona: Ariel.
3. Farnós de los Santos, Teresa (2004). TV, cine y videojuegos. Memorias de la VIII Reunión Internacional sobre Biología y Sociología de la Violencia. Violencia y Juventud. Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia. Valencia, 14 y 15 de octubre de 2004.
4. García González, Aurora (2005) La juventud en los medios. *Revista de Estudios de Juventud* (68).
5. Gil Calvo, Enrique (1985). *Ocio y prácticas culturales de los jóvenes*. Madrid: Injuve.
6. González Blasco *et al.* (2000). *Jóvenes españoles 2000*. Madrid: Acento.
7. González Rodríguez, B. y Rego Rodríguez, E. (2006). *Problemas emergentes en la salud mental de la juventud*. Madrid: Injuve.
8. Igartúa, J.; Muñiz, C.; Otero, J. A. (2006). El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing. *Revista Global Media Journal*, 3 (5).
9. Igartúa, J. y Muñiz, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y la televisión españolas. *Zer* (16).
10. INJUVE (2000). *Informe juventud en España 2000. Avance de resultados*. Madrid: Instituto Nacional de la Juventud.
11. INJUVE (2001). *La juventud en cifras 2000-2001*. Madrid: Instituto de la Juventud.
12. INJUVE (2007). Jóvenes en los medios. La imagen mediática de la juventud desde su propia mirada. Injuve- FAD. Primer Foro: Jóvenes, drogas y comunicación. rtve – Ministerio de Sanidad – FAD.



Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

13. INJUVE (2005). *Informe 2004 Juventud en España*. Madrid: Instituto de la Juventud.
14. INJUVE (2007a). Informe anual Jóvenes 2006. En:  
<http://zeus/injuve/contenidos.item.action?id=409080779&menuId=1627100828> [consultado el 18 de julio de 2007]
15. INJUVE (2007b). Observatorio de la juventud en España. Disponible en:  
<http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.type.action?type=157114324&menuId=157114324&mimenu=Observatorio%20de%20la%20Juventud%20en%20España> [consultado el 20 de julio 2007]
16. INJUVE (2007c). Plan Interministerial de Juventud 2005-2008. Disponible en:  
<http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.type.action?type=157114324&menuId=157114324&mimenu=Observatorio%20de%20la%20Juventud%20en%20España> [consultado el 20 de julio 2007]
17. INJUVE (2007d). Sondeo de opinión y situación de la gente joven (2006, 2ª encuesta). Percepción generacional, Valores y actitudes, Calidad de vida y Felicidad. En: <http://www.injuve.mtas.es/injuve> [consultado el 18 de julio de 2007]
18. INJUVE. Sondeo de opinión y situación de la gente joven 2003 (2ª encuesta). Violencia, Inmigración, Teléfono móvil e Internet. En: <http://www.injuve.mtas.es/injuve/> [consultado el 18 de julio de 2007]
19. INJUVE (2007e). *Jóvenes en los medios. La imagen mediática de la juventud, desde su propia mirada*. Madrid: Instituto de la Juventud.
20. LEY 7/2006, de 24 de octubre, sobre potestades administrativas en materia de determinadas actividades de ocio en los espacios abiertos de los municipios de Andalucía. (Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, núm. 215, de 07/11/2006 y B.O.E. núm. 286, de 30/11/2006)
21. Martín Criado, Enrique (1998). *Producir la juventud*. Madrid: Istmo.
22. Martín Serrano, Manuel y Velarde, Olivia (2001). *Informe de Juventud 2000*. Madrid: Instituto de la Juventud.
23. Martín Serrano, Manuel (1986). *La producción social de comunicación*. Primera Edición. Madrid: Alianza Editorial.

Versión PDF para imprimir desde

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones>

24. McCombs, M. E. y Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* (36). p. 176-187
25. Megías Quirós, I. et al. (2005) *Jóvenes y sexo: el estereotipo que obliga y el rito que identifica (FAD)*. Madrid: Instituto de la Juventud.
26. Megías Quirós, I. y Rodríguez San Julián; E. (2007). *Jóvenes en los medios*. Madrid: FAD. Obra Social de Caja Madrid. INJUVE.
27. Méndiz Noguero, Alfonso (2005). La juventud en la publicidad. *Revista de Estudios de Juventud* (68).
28. Palomero Pescador, J.E. y Fernández Domínguez, M. R. (2001). La violencia escolar: Un punto de vista global. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado* (41). pp. 19-38.
29. PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS (2007). Guía de buenas prácticas para medios de comunicación y profesionales de la información. En: [www.pnsd.msc.es/prensa/BuenasPracticas.htm](http://www.pnsd.msc.es/prensa/BuenasPracticas.htm) [consultado el 18 de julio de 2007]
30. Revilla Castro, Juan Carlos (2001). La construcción discursiva de la juventud. *Papers* (63/64).
31. Rodríguez González, F. et al. (1989). *Comunicación y lenguaje juvenil*. Madrid: Fundamentos.
32. Semetko, H. y Valkenburg, P. (2000). Framing European Politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50 (2). pp. 93-109.
33. Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.
34. Van Dijk, T. A. (2003). Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina. Barcelona: Gedisa.
35. ----- (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
36. ----- (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.
37. Vera, J. (2005) Medios de comunicación y socialización juvenil. *Revista de Estudios de Juventud* (68)..
38. ----- (2000). La mediación pedagógica de los medios de comunicación. *Pedagogía Social*, 5 (2).