



JUVENTUDES: DE LAS REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS A LAS REPRESENTACIONES SOCIALES.¹

Adrián Tijonchuk

adrian_tijonchuk@hotmail.com

Universidad Nacional de General Sarmiento

Resumen:

El presente trabajo se inscribe en torno a las representaciones juveniles a partir dos ejes. Por una parte, aborda las diversas formas de representación mediática de la juventud, asociadas a la inseguridad y el peligro. Por otra parte, las representaciones sociales construidas por los propios jóvenes sobre la juventud y los modos en que ellos consideran que determinados grupos adultos los conceptualizan.

Para esto, se realizó un estudio previo sobre la lectura crítica y el reconocimiento de estigmas en los discursos mediatizados de grupos juveniles. Se realizaron grupos focales y entrevistas semiestructuradas a jóvenes de escuelas públicas y privadas de los partidos de Malvinas Argentinas y José C. Paz, ubicados en el Conurbano Bonaerense.

Un primer abordaje consistió en la descripción de los modos de nominar a la juventud en noticias de tres diarios digitales de alcance nacional, en las versiones impresas de sus respectivas páginas web. Posteriormente, se trabajó sobre el reconocimiento de discursos mediáticos y las percepciones de las formas de representación de la juventud.

Finalmente, damos cuenta de las divergencias y regularidades encontradas entre las construcciones masivas y las representaciones sociales de los jóvenes en torno las formas de ser representados por determinados grupos de adultos y por ellos mismos. El análisis de estas percepciones se lo realiza en permanente relación con los modos de representación mediática de la juventud.

¹ El trabajo se enmarca en la investigación *Sujetos de peligro: las representaciones mediática de los jóvenes asociados a la inseguridad*, inscripto en la investigación *Representaciones mediáticas de la ciudadanía y sus límites: la construcción de la otredad y de la inseguridad*, de la UNGS. Directora: Mgter. Beatriz Alem.

Palabras Claves: juventudes - representaciones mediáticas - representaciones sociales.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo presenta la segunda y última parte de los resultados finales de una investigación llevada adelante entre marzo de 2012 y abril de 2013. Se trata de un trabajo exploratorio y descriptivo desarrollado en dos fases. La primera de estas fases, centrada en las formas de nominar a la juventud en los medios de comunicación; la segunda, con foco en las representaciones sociales de jóvenes sobre los modos de representación mediática vinculados con ellos.

Para la primera fase de investigación, se tomó como caso de estudio lo que los medios denominaron como “el asalto a Etchecopar”². Se trabajó con versiones impresas de la web de tres diarios de alcance nacional: *La Nación*, *Clarín* y *Página 12*. Se tomaron noticias de las dos semanas posteriores al hecho; y de una semana, un mes después. La búsqueda fue realizada bajo el criterio de búsqueda *etchecopar*.

La segunda parte, fue abordada con entrevistas semiestructuradas a jóvenes (varones y mujeres) de escuelas públicas y privadas de los partidos de José C. Paz y Malvinas Argentinas. Además, se realizaron grupos focales sobre la temática *juventud*, en los que se incorporaron dinámicas de lectura y descripción de artículos periodísticos. También se tomaron como muestra testigo observaciones participantes, que se realizaron en una escuela pública de San Miguel, en el marco de un Servicio No Rentado a Terceros de la Universidad Nacional de General Sarmiento³. Dicho proyecto consistía en la realización de talleres de discusión y producción de mensajes gráficos sobre el modo en que los medios muestran a los jóvenes.

² El hijo de Baby Etchecopar, Federico, fue asaltado junto a su novia. Los llevaron a la casa de él en San Isidro y entraron a la vivienda. Fecha del hecho: noche del 12 de marzo de 2012.

³ SNRT “Medios Jóvenes” (2012).

En esta ponencia encontrarán, en primer lugar, una descripción y reflexión sobre la forma en que los medios nominan a los jóvenes y los procesos de estigmatización que de allí derivan. En segundo lugar, se describirán las representaciones sociales juveniles acerca las nominaciones antes descriptas. A partir de ello, se presentará un análisis sobre estas miradas en relación con algunas categorías conceptuales.

Por último, a modo de conclusión, arribaremos a reflexiones en torno al modo en que las representaciones mediáticas intervienen en la construcción de estereotipos y la relación de estas con ciertas representaciones sociales de la juventud. Referiremos aquí a una interpretación de las visiones juveniles sobre las formas de representarlos en los medios. Se busca comprender el vínculo entre las representaciones mediáticas y las representaciones sociales, teniendo en cuenta que los sujetos son parte de un entramado social complejo y dinámico en el que circulan discursos. Discursos socialmente construidos, compartidos e interpretados, tanto por los medios como por los propios sujetos.

ICONIZACIÓN: CONSTRUIR ACONTECIMIENTOS Y SUJETOS

Los medios de comunicación, para este caso los digitales, construyen modelos de sujetos asociados con factores desacreditables. De esta forma, esos sujetos quedan estigmatizados. Sin embargo, este proceso es complejo y requiere, para su comprensión, de una deconstrucción de la forma en que los medios construyen los acontecimientos.

La *estigmatización*, desde la perspectiva de Erving Goffman (2006), se da cuando una persona es portadora de un atributo que la desacredita socialmente. Este descrédito aparece en contraposición con un modelo establecido de *normalidad*. Por esto, el *estigma* es el atributo descreditable que aparece en relación con una idea de normalidad; es decir, se trata de una relación entre atributo y expectativa construida en torno a los sujetos (11-31).

Así como otras categorías sociales, la juventud es objeto de determinadas expectativas. Alrededor de estas, es que se construye una idea de joven asociado a valores de normalidad como lo son el éxito, lo moderno, la belleza, lo saludable. Pero esta serie de expectativas, dice Mario Margulis (2012; 105-109), excluye a muchas



personas de la condición de joven. Desde este trabajo, coincidimos en que existe un modelo juvenil construido en los medios, asociado con la despreocupación por el dinero, con el deporte, la moda. Sin embargo, no podemos afirmar plenamente que, aquellos sujetos que no están incorporados dentro de esta *moratoria social*⁴ de la que habla el autor, son excluidos de la condición de juventud.

A partir del análisis de los artículos seleccionados, pudimos observar por lo menos dos modos en que los medios estigmatizan a la juventud. Con esto, podemos dar cuenta de que aquellos jóvenes que no entran en el modelo de “joven exitoso” no quedan fuera de la condición de joven, sino que están, al menos en parte, dentro de un modelo de juventud estigmatizada.

A través de noticias relacionadas con la inseguridad, los medios establecen una relación directa entre juventud y peligro. Una de las formas de estigmatizar, aparece en el uso de palabras que remiten a lo juvenil para acompañar descripciones de sujetos involucrados en acontecimientos noticiosos. La otra forma, tiene que ver con las estrategias de comunicación de las noticias, con el establecimiento del contrato mediático entre el medio y los lectores. La incorporación de prácticas socioculturales propias de jóvenes para la descripción de los modos de vida de los sujetos en las noticias vincula determinadas condiciones estigmatizantes con la juventud.

En una primera instancia de exploración, pudimos ver que se describían dos tipos de sujetos en noticias sobre inseguridad: víctimas y victimarios. De aquí emergió una primera forma de estigma. Para las víctimas, además de la edad, se utilizaron descripciones performativas que daban cuenta de un sujeto joven, con cierta intención de conmoción. Para el victimario, la edad era acompañada de una nominación vinculada con la agresividad, violencia, delincuencia, robo, etc. De este modo, se remitía a la

⁴ “La noción de “moratoria social” alude a un plazo concedido a cierta clase de jóvenes, que les permite gozar de una menor exigencia mientras completan su instrucción y alcanzan su madurez social y económica. Es un período de permisividad, una especie de estado de gracias, una etapa de relativa indulgencia, en el que no le son aplicadas con todo su rigor las presiones y exigencias que pesan sobre las personas adultas. (...) La moratoria es entonces un concepto que excluye de la condición de juventud a un gran número de jóvenes: aquellos que económicamente no poseen las características anteriormente descritas y que tampoco, en el plano de los signos, responden a la imagen de joven legítimo que los *mass media* han impuesto (...)” (Margulis, M.: 2012; 106-107).

juventud a partir de un único dato: la edad; y de ahí, se relacionaba ese “joven” con factores de peligro, propiciando un proceso de estigmatización.

Esta forma de referir a los jóvenes reduce el concepto de juventud a una cuestión etaria y los vincula erróneamente con la peligrosidad. Desde la perspectiva de Rossana Reguillo Cruz, “conceptualizar al joven en términos socioculturales implica en primer lugar no conformarse con delimitaciones biológicas, como la de edad, porque ya sabemos que distintas sociedades, en diferentes etapas históricas, han planteado las segmentaciones sociales por grupos de edad de muy variadas maneras y que, incluso, en algunos casos este tipo de recorte ni siquiera ha existido” (2012; 26). Los medios, al construir el vínculo edad-juventud-peligro están estableciendo dos mecanismos: *estigmatización* y *anulación del concepto de juventud* como categoría histórico-relacional. Se delimita la juventud a una cuestión de edad y en relación con factores de peligro.

La segunda instancia presentó resultados similares, pero con una merma en el uso de la categoría juventud para la nominación de sujetos. Aquí, lo que se notó fue la incorporación de prácticas socioculturales juveniles (bailanta, salidas, reuniones de esquina, música) para la descripción de los victimarios. La lógica seguía marcando el mismo camino estigmatizante del discurso. El uso de la edad se mantuvo como variable y, más allá de no incorporar, en términos generales, palabras que remiten a la juventud, el proceso de estigmatización viene dado por la relación *prácticas juveniles-delito*.

La identidad social del sujeto se construye en relación con atributos y expectativas cargadas sobre las personas. Goffman (Op. Cit.), diferencia entre *identidad social virtual* e *identidad social real*. La primera, es aquella serie de expectativas y atributos que se le otorgan a un sujeto desde lo social. La segunda, es la serie de características que, en esencia, definen al sujeto en términos sociales. Los medios, al estigmatizar a la juventud mediante la asociación de ésta con factores de peligro, también modifican la identidad social. Es decir, colaboran con la construcción de una identidad social virtual que no, necesariamente, se relaciona con las condiciones de vida y las prácticas socioculturales juveniles en esencia. Los medios cargan de determinados valores la categoría juventud, permitiendo una conceptualización negativa de la misma.

Desde este trabajo, llamamos a este proceso de estigmatización *conceptualización de la juventud como sujeto de peligro*. Se construye una imagen de los jóvenes asociados a factores de peligro, como lo son la delincuencia, la violencia, la agresividad. Toda imagen es un signo, lo cual tiene, por consiguiente, una lectura detrás. En definitiva, aparece una forma específica de nominar y construir un modelo de sujeto en los medios, que predomina en el discurso y permite identificarlo con una serie de valores y modos de actuar determinados, lo que habilita una lectura determinada: el *joven peligroso*.

Para Nick Stevenson (1995) “la referencia del signo está determinada por diferentes códigos culturales, con connotaciones que agregan significados a los contenidos denotados” (pp. 77). Bajo esta línea teórica, si se incorporan prácticas socioculturales para la descripción de sujetos, y esas prácticas –entendidas como signos– son combinadas con factores de peligro, la lectura va adquirir un significado sugerido. El autor afirma que “una lectura hegemónica dominante interpreta el texto con arreglo al sentido privilegiado que el texto sugiere” (Op. Cit.). De esta manera, podemos afirmar, si se quiere, que aquella conceptualización de la juventud construida produce una *iconización de la juventud como sujeto de peligro*. Es decir, más allá del acontecimiento, lo que se construye es una relación directa entre un sujeto y un conjunto de valores. Así como el ícono es el signo que mantiene una relación directa y unívoca entre objeto y representante; la juventud, a partir de los relatos periodísticos de medios digitales, termina por mantener una correspondencia directa con el peligro.

MIRADAS JÓVENES: UNA INTERPRETACIÓN SOBRE LOS MEDIOS

Una *representación social* es “cuando los individuos debaten temas de mutuo interés –por otra parte, un gran número de conversaciones abordan temas metafísicos o existenciales– o cuando se hacen eco de los acontecimientos seleccionados como significativos o dignos de interés por quienes controlan los medios de comunicación” (Moscovici, S.: 1984; 496).

Como vimos anteriormente, los medios de comunicación construyen modelos juveniles. Pero los jóvenes ¿construyen imágenes respecto de las formas de

representación mediática de la juventud? Al intentar responder este interrogante, encontramos algunas divergencias y regularidades en las miradas y posturas juveniles en relación con la manera en que los medios los muestran.

Pudimos dar cuenta de que existe una mirada de los jóvenes sobre los medios. En esas observaciones, ellos reconocen discursos estigmatizantes asociados al delito, la violencia, la agresividad. Sin embargo, esa mirada es una construcción indirecta, ya que los jóvenes no consumen medios de comunicación tradicionales para informarse – televisión, periódicos, revistas, radio–, sino que se informan a través de internet – páginas web no informativas– o a través de los medios que se consumen en sus hogares. Cuando refieren a los orígenes de ciertas representaciones desacreditables sobre la juventud, lo hacen indicando los *medios* o las *noticias*, de manera general.

En este sentido, lo que se percibió fue una atribución generalizada de los procesos estigmatizantes a los medios. Los jóvenes, a través de sus discursos atribuyeron la estigmatización de la juventud a los medios, en términos generales. En contrapartida, no pudieron diferenciar en tipo de medios, géneros, formatos, ni de aquellos elementos que les permitían dar cuenta de tal visión. Sólo en dos oportunidades, indicaron de manera específica, con ejemplos, un programa y un caso en el que ellos observaron mensajes estigmatizantes: el programa *Calles Salvajes* y el caso de un sujeto que sustrajo el auto de su abuela, suceso que provocó posteriormente la muerte de personas.

Esta cuestión, nos da la pauta de que los jóvenes perciben en conjunto y no en particular. Pero también, de que no están por fuera de lo que sucede, de la información que circula, ni desatentos a los discursos sociales que se producen y circulan en torno a ellos. Pues, las representaciones que construyen sobre los medios versan desde la misma perspectiva que los resultados de nuestra primera fase de investigación: se reconoce un proceso de estigmatización de la juventud construida en los discursos mediáticos a partir de la noticias.

A partir de estas percepciones, los jóvenes desarrollan un *sentimiento de bronca*. Expresan que la forma en que los medios los representan no es como son ellos. Acusan que los medios sólo muestran una parte de la juventud que tiene que ver con “lo malo”, mientras que afirman que ser joven no es sólo eso, sino que existen diversas

formas de serlo, y que esas formas no tienen que ver con cuestiones negativas en su mayoría: “los jóvenes también hacemos un montón de cosas buenas”, concluyen con cierta indignación.

Los sujetos somos portadores de diversos signos que dan cuenta de una identidad. Estos signos, dice Goffman, pueden ser *símbolos de prestigio*: aquellos que provocan una valoración positiva, *desidentificadores*: aquellos signos que “sorprenden” al presentarse en una persona porque no consideraríamos que pudiera poseerlo, y los *símbolos de estigma*: los que desacreditan al individuo en términos sociales (2006; 57-59). Según esta categorización, los jóvenes percibirían que los medios hacen foco en los últimos, puesto que expresan que “muestran sólo la parte negativa” de la juventud, omitiendo otras características juveniles que los representan y no son visibilizadas.

Esta cuestión, por un lado, permite vislumbrar un desfase entre la *identidad social real* y la *identidad social virtual* juveniles. Los medios de comunicación, al construir un modelo juvenil cargado de símbolos de estigma, generan una *iconización de la juventud* con la que los jóvenes no se identifican plenamente. Los discursos mediáticos, cargan consigo determinados símbolos que hacen emerger una serie de expectativas respecto de la juventud asociadas a atributos estigmatizantes. Esa imagen mediática del joven peligroso no se condice con la identidad juvenil en esencia. El sentimiento de broca desarrollado por los entrevistados así lo confirma, ya que no se ven reflejados en esas representaciones.

Por otro lado, esta percepción que los jóvenes tienen de los medios da cuenta de una divergencia en la concepción de la juventud como categoría social. Los medios, a través de los procesos descritos, anulan la juventud como construcción histórico-relacional, como así también la diversidad de modos de *ser joven*. Recordemos que “los jóvenes no constituyen una categoría homogénea, no comparten los modos de inserción en la estructura social, lo cual implica una cuestión de fondo: sus esquemas de representación configuran campos de acción diferenciados y desiguales” (Reguillo Cruz, R.: 2012; 26).

Los jóvenes pueden dar cuenta de que existen diversas formas de vivir y transitar la juventud. Reconocen que no todos son iguales, además de advertir que existen diversas maneras de vivir la juventud. Una vez más, asumen una postura crítica respecto

de los medios. Asimismo, reconocen que de esas imágenes mediáticas se desprenden *representaciones sociales* de la juventud, y que éstas son alimentadas por las representaciones mediáticas.

Así, se acercan a la definición que nos ofrece Florencia Saintout, quien dice que “las representaciones (sociales) no son mero reflejo de la realidad, sino una organización significativa de la realidad, un modo de construir la realidad, que a su vez depende del posicionamiento contextual y contingente del sujeto” (2006; 33). Los testimonios de los jóvenes entrevistados dan cuenta de que los adultos y “la gente”, poseen una representación de la juventud que la define como *perdida o en cualquiera*.

Entre los adultos cercanos, la familia, encuentran representaciones tales como “los jóvenes están en cualquiera, pero los de esta familia no son así”. El *no ser así* significa no parecerse al modelo juvenil que aparece en los medios. No obstante, los entrevistados afirman que, aun considerando que ellos no se corresponden con el estereotipo, aparecen determinadas prácticas –tal como la negación del permiso para usar el auto familiar, cuando previamente había permiso– condicionadas por la presencia de lo mediático en el hogar.

Entre las representaciones que los jóvenes agrupan en “la gente”, predomina la percepción de una mirada negativa sobre ellos. Aseguran que las personas tienen un mal concepto de la juventud que podría sintetizarse en “están perdidos”. Ante esta visión, asumen una crítica más hacia los medios como propulsores de estas representaciones porque “así los muestran”. Uno de los entrevistados grafica esto de la siguiente manera: “por ejemplo, nosotros somos de José C. Paz, ¿no? Por ejemplo, vos usas conjunto deportivo, y vas a Capital, a barrios así como Palermo, y te dicen ‘esos son chorros’, ¿entendés? Esto se ven en la tele, en la tele te muestran mucho esas cosas”.

En función de estas representaciones sociales, podemos ver que, más que el predominio de un modelo de joven estigmatizado, lo que sucede es una *transferencia conceptual* del joven como sujeto de peligro. Es decir, aquella conceptualización de la juventud que se generaba en los medios, a partir de los discursos noticiosos se traslada a determinadas representaciones. Los jóvenes, un cuando pueden notar cierto reconocimiento de formas diferentes de juventud, perciben que persiste una

conceptualización desacreditada de ellos en el mundo adulto, tanto familiar como entre “la gente”.

Ahora bien, más allá de que los jóvenes pueden identificar procesos de estigmatización en los medios de comunicación, y que pueden dar cuenta de que la conceptualización del joven estigmatizado permanece en determinadas representaciones sociales, no podemos ignorar que los discursos de ellos se constituyen como representaciones en sí mismas. Y si esto sucede, también deben construir una representación social sobre los propios jóvenes.

En este sentido pudimos percibir lo que llamamos un *doble reconocimiento del otro*. Los jóvenes, cuando hablaron de sí mismos, dieron cuenta de dos maneras de reconocerse. Los procesos de identificación entre ellos y el modelo mediático sentaban bases en la antipatía, por un lado, y en una postura excluyente por otro. Un modo de reconocimiento era *inclusivo*, rechazaban el modelo mediatizado y asumían un convencimiento de que la juventud es diversa y plural: “los jóvenes no somos como los muestran, hay muchas formas de ser joven”.

El otro reconocimiento es *excluyente*: “descontrolados. Si, descontrolados. Pocos son los que están ahí y no son descontrolados”. Asumen el discurso mediático y se separan del espectro juvenil. Los jóvenes incorporaron la *conceptualización de la juventud* construida en los medios. La *transferencia conceptual* atravesó el posicionamiento contextual y contingente de los jóvenes para incorporar a su bagaje representacional una juventud *iconizada* con un sentido de verdad naturalizado. Los jóvenes desarrollaron un esquema de representación complejo y divergente.

En este punto encontramos una contradicción, si se quiere, ya que pudimos dar cuenta de una mirada crítica de los jóvenes sobre los medios y las representaciones; pero, cuando toman distancia de la juventud como objeto de análisis, hasta ellos asumen una postura pegada a los discursos mediatizados. Quizá, la mirada generalizada que tienen sobre “los medios” o “las noticias”, tiene su contrapartida en las posibilidades interpretativas, sin una actitud “desmediatizadora” del concepto de juventud, frente a la complejidad del proceso de producción y circulación de representaciones mediáticas y sociales. Cabría preguntar entonces sí, dado que la juventud es una construcción epocal

y relacional –compleja, diversa, plural, dinámica–, debería asumir la tarea de deconstruir esta conceptualización para transformarla.

CONSIDERACIONES FINALES

A partir del análisis desarrollado en este trabajo, podemos arrojar algunas reflexiones sobre los modos de construcción mediática, la construcción y circulación de estereotipos, las representaciones sociales, como así también sobre la relación entre estos procesos. Sin dudas, los medios colaboran con la construcción de modelos de sujetos y propician procesos de estigmatización. De esta forma, fijan determinadas categorías sociales –como lo es la juventud– a un conjunto de valores y normas o modos de actuar en lo social que tienden, generalmente, a estigmatizar a los sujetos. Esta fijación, termina por constituir una conceptualización de las categorías en cuestión asociadas a una lectura sugerida por el discurso mediático.

Sin embargo, esos discursos mediáticos circulan y se mezclan con una variedad de discursos sociales que conforman una trama. En ese espacio emergen representaciones sociales que incorporan, al conjunto de opiniones y valoraciones respecto de un tema determinado, los discursos mediatizados. Los modelos de sujetos construidos por los medios de comunicación se transfieren a las representaciones sociales compartidas en el espacio común que habitan las personas. Para el caso de esta investigación, observamos que se da una transferencia conceptual de la juventud como sujeto de peligro. Es decir, aquella conceptualización que se construyó en los discursos mediáticos se transfiere a una red representacional en torno a la juventud. Dicha conceptualización, permanece asociada a valores estigmatizantes en estrecha relación con factores de peligro, tal como lo son el delito, la agresividad, la violencia.

Las representaciones sociales que se construyen en torno a la juventud pueden ser variadas; pero, en términos generales, mantienen en su retórica un concepto de juventud asociado a símbolos de estigma, desde el punto de vista de los jóvenes. Aun las representaciones sociales juveniles sobre ellos mismos, en relación con la forma en que los muestran los medios, presentan divergencias de conceptualización.

Por un lado, los jóvenes realizan una crítica a los modos de representación mediática de la juventud, afirmando que esa no es la única forma de ser joven y que existen diversos modos de serlo. Esos “modos de ser” no necesariamente se asocian con símbolos de estigma, sino que la juventud reúne una serie de características que podrían catalogarse en términos sociales como “buenas prácticas”, en las que los entrevistados se incluyen. Por otro lado, asumen una postura excluyente, que les permite separarse del espectro juvenil e incorporar dentro de sus representaciones una visión del joven peligroso. Desarrollan un discurso mediatizado y se alejan del sujeto-objeto construido por los medios, como si ellos ni si quiera fueran jóvenes.

Pareciera, entonces, que estamos ante una nueva forma de otredad. Se percibe un reconocimiento del otro peligroso, pero que no es extraño. Un otro con el que convivimos cotidianamente, con el que nos relacionamos, que está dentro de nuestro hogar, que asiste a las aulas de nuestra escuela, que espera el mismo colectivo que nosotros para trasladarse a algún sitio. Pero aun así, se lo reconoce desde la exclusión de las identidades sociales que se retroalimentan del intercambio que otorga la comunicación de rutina. Se fija al joven como representante de un objeto: la inseguridad ciudadana; se lo “iconiza”.

Pudimos ver que, a partir de un caso noticioso, se puede construir una conceptualización de una categoría social y transferirla a la red de representaciones sociales que circulan en los espacios comunes que transitan los sujetos. Esas representaciones sociales, mediatizadas ahora, incorporan a su bagaje aquella conceptualización, aun cuando ocasionalmente aparecen disidencias o posturas críticas respecto de ella. Pues, las representaciones mediáticas delimitan determinadas conductas sociales instaladas en nuestra sociocultura⁵.

Pero ¿podemos decir que los discursos noticiosos determinan plenamente las representaciones sociales? Diremos que no, sino que dejan marcas en las tramas

⁵ “Lo que estamos señalando es que ciertos casos, producidos aleatoriamente, provocaron una masa mayor de discusión pública y de persistencia en los medios que las discusiones emergentes o propuestas desde las instituciones del Estado o de la sociedad civil. El crecimiento en los medios de la información social o de interés público producida a partir de casos, articulados narrativamente, en detrimento de la dada o propuesta en forma macro o estructural a través de tipos de discurso informativo-argumentativos, marca nuestra sociocultura.” (Ford, A.: 1999; pp. 246).

discursivas sociales. Pues, el sujeto participa tanto de la interiorización de las representaciones como así también de su construcción. Las representaciones sociales son el producto de la relación entre otras representaciones y la subjetividad (Jodelet, D.: 2008).

Por consiguiente, la teoría creada en el campo de la comunicación política por [Elisabeth Noelle-Neumann](#) (1995): *teoría de la espiral del silencio*, podría explicar la profundización del proceso de estigmatización de la juventud. La autora afirma que las personas temen al aislamiento del entorno social, por lo que llevan a prestar atención al conjunto de opiniones que circulan. Para evitar la exclusión, suele haber una tendencia a adherir a la opinión de la mayoría. Cuando determinadas opiniones y comportamientos aparecen en los medios, y se presentan demandando un posicionamiento por parte de los receptores, éstos optan por la mejor posicionada en el medio (fundamentación y mayoría de adeptos por ejemplo) y expresan su adhesión; mientras que, los que optarían por lo contrario, permanecen dubitativos o en silencio. Este proceso, favorece siempre a la reproducción y predominio de los primeros.

En el caso de la representación de la juventud estigmatizada por la asociación con factores de peligro, la espiral mantiene su dinamismo por la ausencia de un contramensaje fuerte que pelee el espacio mediático con los mensajes producidos por los medios de comunicación que asocian a la juventud con el delito, la droga, la violencia, el alcohol. Según Noelle-Neumann (1995), si una de las partes que comparte el escenario comunicacional de los medios permanece ausente o con poca potencia, permite el predominio del otro (pp. 22).

Bajo estos criterios, la transferencia conceptual se incorpora a la espiral en la que circulan discursos cargados de representaciones sociales que reproducen los estereotipos del joven peligroso. El predominio de representaciones sobre este modelo de sujeto, conjuntamente con la ausencia de un concepto consistente de las juventudes múltiples en los medios de comunicación y la propensión de determinados sujetos a adoptar representaciones dominantes por el miedo a la exclusión, refuerzan la dinámica de la espiral. Esta dinámica asume una conducta “centrífuga”, si se quiere, que expande, desde el centro hacia afuera, determinadas representaciones cargadas de un modelo de

sujeto construido. De esta manera, se fija en el imaginario social una conceptualización de la juventud.

No se trata entonces de una influencia directa del medio sobre las conductas o representaciones sociales –en términos de manipulación o dominación–, sino de un proceso complejo que involucra tanto a *los medios* como a *los sujetos*. Ahora bien, lo que no podemos ignorar es la relación asimétrica de poder, entre unos y otros, dada por el alcance de los mensajes.

Es así que los jóvenes no están perdidos, sino encontrados con las representaciones mediáticas y con las representaciones sociales que resultan de la relación entre lo subjetivo, lo intersubjetivo y lo transubjetivo del mundo adulto que los rodea, de su familia, de “la gente”, y de ellos mismos. En este campo común, complejo y dinámico, configuran identidades juveniles diversas. En ese proceso reconocen un *nos/otros*, y también desarrollan una crítica sobre los modos de construcción de ese *nos/otros*, que no implica, necesariamente, la asunción de una actitud tendiente a la transformación de la *iconización de la juventud como sujeto de peligro*.

BIBLIOGRAFÍA:

- 1) Alem, B. (2010) “Representaciones mediáticas de la ciudadanía y sus límites: la construcción de la otredad y de la inseguridad”. Proyecto de investigación en Universidad Nacional de General Sarmiento – Instituto del Desarrollo Humano.
- 2) Alsina, M. (1989) *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós.
- 3) Araya Umaña, S. (2002) *Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión*, San José, Costa Rica: FLACSO. ISSN: 1409-3677.
- 4) Arellano Ceballos, A. (2006) “Reseña de *El discurso de la información. La construcción del espejo social* de Patrick Charaudeau” en: *Estudios sobre culturas contemporáneas* N°23. Colima, México: Universidad de Clima. Pp. 169-171. ISSN 1405-2210.
- 5) Bogdan S. y Taylor, R. (1996) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, 3ra. Edición, Buenos Aires: Paidós.

- 6) Charaudeau, Patrick (2003) *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Barcelona: GEDISA.
- 7) Escudero Chauvel, L. (1997) “¿Quién es el autor de las noticias? Acerca del contrato mediático de la información” en: Revista Sociedad Nro. 11, Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales – UBA.
- 8) Ford, A. (1999) “La exasperación del caso. Algunos problemas que plantea el creciente proceso de narrativización de la información de interés público” en: Ford, A., *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*, Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- 9) Goffman, Erving (2001) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu editores.
- 10) Goffman, Erving (2006) *Estigma. La identidad deteriorada*, Buenos Aires: Amorrortu editores.
- 11) Guber, R. (1991) *El salvaje metropolitano*, Buenos Aires: Lagasa.
- 12) Jodelet, D. (2008) “El movimiento de retorno al sujeto y el enfoque de las representaciones sociales” en: Revista CONNEXION Nro. 89, Francia: Editorial Érès.
- 13) Kessler, G. (2009) *El sentimiento de inseguridad. Sociología del temor al delito*, Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- 14) Kessler, G. (2006) *Sociología del delito amateur*, Buenos Aires: Paidós.
- 15) Maffesoli, M. (2000) “Identidad e identificación en las sociedades contemporáneas” en: Arditi, B. (Ed.) *El reverso de la diferencia. Identidad y política*, Venezuela, Caracas: Nueva Sociedad.
- 16) Margulis, M. (2009) *Sociología de la cultura. Conceptos y problemas*, Buenos Aires: Editorial Biblos.
- 17) Martini, S. (2000) *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- 18) Moscovici, S. (1984) *Psicología Social II*, Barcelona: Paidós.
- 19) Noelle-Neumann, E. (1995) *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Buenos Aires: Paidós.

20) Reguillo Cruz, R. (2000) “Emergencia de culturas juveniles. Estrategias de desencanto” en: *Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación*, Buenos Aires: Norma.

21) Reguillo Cruz, R. (2012) *Culturas juveniles. Formas políticas del desencanto*, Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

22) Ritzer, G. (1996) *Teoría Sociológica contemporánea*, Madrid: McGraw-Hill.

23) Saintout, F. (2006) *Jóvenes: el futuro llegó hace rato. Comunicación y estudios culturales latinoamericanos*, La Plata: EPC Ediciones de Periodismo y Comunicación.

24) Stevenson, N. (1995) *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Amorrortu, Buenos Aires.

25) Tassin, E. (2001) “Identidad, ciudadanía y comunidad política: ¿qué es un sujeto político? En: Quiroga, H.; Villavicencio, Vermeren, P. (comps.) *Filosofías de la ciudadanía. Sujeto político y democracia*, Rosario: Homo Sapiens.

26) Todorov, T. (1992) *La conquista de América. El problema del otro*. Siglo XXI, México, Caps. 1, 2 y epílogo, pp. 13/136; 255/264.

27) Todorov, T. (2008) *La vida en común. Ensayo de antropología general*. Taurus, Buenos Aires.

28) Vasilachis de Gialdino, I. (1992) *Métodos cualitativos I. Los problemas teórico epistemológicos*, Buenos Aires: Centro editor de América Latina.