

**UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
JOSÉ SIMEÓN CAÑAS**



**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL
SEMINARIO DE PERIODISMO**

REALIDAD INSOSPECHADA

Representación de los jóvenes salvadoreños en la sección F5 de La Prensa Gráfica

PROFESORA: Ivón Rivera

GRUPO 5

Estudiantes:

Johnny Omar Benítez

Miriam Marlene Chávez

Alejandro Labrador

Julio de 2008

ÍNDICE

	Pág.
1. Introducción.....	3
a. Tema.....	3
b. Resumen.....	3
c. Planteamiento del problema.....	3
d. Justificación.....	4
e. Fundamento teórico.....	5
f. Objetivos.....	6
g. Metodología.....	6
2. Realidad insospechada.....	7
3. Otros hallazgos.....	16
4. Conclusiones.....	16
5. Bibliografía.....	24

INTRODUCCIÓN¹

Desde julio del año 2007 La Prensa Gráfica modificó su sección “Extremo” y la convirtió en el espacio “F5”, área exclusiva para jóvenes. Su nombre fue tomado de la tecla F5 de las computadoras, que implica actualizar. Lo que se pretende en esta sección es estar actualizado, al día, con los temas que, supuestamente, le interesan a la juventud salvadoreña. Pero cuáles son esos temas, qué se dice sobre ellos y cómo afectan a estos niños-adolescentes. El fin de este trabajo es averiguar ¿cuál es la representación que se hace de los jóvenes salvadoreños en la sección F5 de La Prensa Gráfica?

Tema de investigación: “Representación de los jóvenes salvadoreños en la sección F5 de La Prensa Gráfica”

Resumen

La sección “F5” de La Prensa Gráfica es una incorporación reciente del periódico como espacio actualizado para hablar de y con los jóvenes del país. La presente investigación pretende identificar cuál es la representación que se hace de los jóvenes salvadoreños en la sección “F5” de La Prensa Gráfica. Esta identificación se basa en un análisis de contenido sobre las publicaciones hechas en dicha sección durante los meses de noviembre y diciembre de 2007 y de enero, febrero, marzo y abril de 2008, para obtener elementos que puedan brindar categorías de análisis con base en una fundamentación teórica que se detalla más adelante.

La búsqueda y categorización de estos elementos debe permitir conducir a una caracterización y explicación de cómo ocurre la representación propuesta desde dicho medio de comunicación.

Planteamiento del problema

La Prensa Gráfica (LPG) es uno de los periódicos con mayor circulación y cobertura del país. El acceso a sus contenidos se puede dar a través de su distribución en los catorce departamentos o por medio de su versión electrónica. Por sus años de existencia y perfil institucional, LPG se constituye como un importante medio de comunicación con altas probabilidades de influir, a través de su discurso, en las opiniones y actitudes de sus audiencias.

^{1 1} El presente documento surge como resultado del proceso de investigación llevado a cabo en la materia Seminario de Periodismo de ciclo 01 de 2008. La investigación fue llevada a cabo por estudiantes egresadas de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas como parte de los requisitos a cumplir para obtener su grado de licenciatura.

Con relación a la sección que analizamos, importa decir que a partir de agosto del 2007, la antigua sección “Extremo” fue sustituida por “F5” como una versión actualizada de espacio para jóvenes, especialmente de colegios e institutos.

Las implicaciones de este cambio y la importancia del medio dado su papel de generador de opinión y proveedor de significaciones marcan los puntos de partida en el interés por conocer cuál es el tratamiento informativo que se da en las notas, cuáles son las actitudes que se configuran o atribuyen y cuáles son las representaciones y metáforas que se emplean para conocer y describir a los jóvenes desde las páginas de la sección “F5”.

Hasta el momento no se han realizado análisis del contenido de esta sección, pues para efectos académicos durante ciclos anteriores y debido a su reciente incorporación al periódico (a partir del mes de agosto de 2007), no se contaba con suficientes publicaciones que sustentaran una investigación. La presente propuesta es una primera aproximación.

Justificación y uso de resultados

El estudio de las representaciones de jóvenes en El Salvador tiene una vigencia latente sustentada en gran medida por el índice demográfico que este segmento poblacional representa. Según la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples del Ministerio de Economía realizada en el año 2002, los jóvenes entre 15 y 19 años representan un 9.6% de la población total del país con proyecciones ascendentes en el futuro. Así mismo, el Censo de Población y Vivienda salvadoreño efectuado en 2007 refleja que el grupo de edad más numeroso se ubica entre los 10 y los 14 años.

Contar con el panorama de este grupo etéreo a partir de un medio de comunicación como La Prensa Gráfica permite recoger, en un ensayo, la caracterización alimentada desde de la visión concreta del medio y desde sus propios procesos de discriminación y construcción social. Este tipo de seguimiento, clasificación y posterior caracterización, requiere de una sistematización y una sustentación teórica que aspira a ponerse en práctica como la conclusión de una carrera universitaria que justifique la adquisición y sobretodo la puesta en aplicabilidad de conocimientos que desde la academia se traslapen a la práctica profesional.

El valor de esta investigación también está fundamentado por los constantes cambios que marcan la dinámica social y las nuevas ofertas de productos mediáticos que concluyen en representaciones sociales y mediáticas. Estas representaciones son capaces de generar conocimiento y categorizar grupos. En perspectiva, interesa explicar(nos) la realidad de los jóvenes salvadoreños, desde lo que se dice en los medios de comunicación.

Fundamento teórico

El estudio de las representaciones sociales y mediáticas, así como el uso de las metáforas en los discursos, como formas de conocimiento hacia los diferentes procesos sociales han sido causa de múltiples análisis y estudios. Sus conclusiones apuntan a la influencia que las “visiones de mundo” que se presentan desde los medios, pueden no sólo generar estas particulares formas de conocer sino también influir en la actitud de las audiencias.

La construcción que se hace de los grupos sociales en el contexto actual se alimenta de los análisis que en su momento diferentes autores realizaron sobre identidades, representaciones y uso de metáforas en diferentes medios de origen europeo, especialmente escritos.

Tomamos, por un lado, de los conceptos de representación social elaborados por Serge Moscovici y citados por Leopoldo Tablante en su trabajo sobre representaciones sociales, medio y las representaciones temáticas (Tablante, 2005), quien recorre a otros autores considerados predecesores en la investigación social (tales como: Mead, LeBon, Wundt, Durkheim). Como afirma Leopoldo Tablante, la representación social ayudará a que nos afirmemos en certezas sobre el funcionamiento de las cosas. Además, las teorías de representación mediática en las cuales se hace énfasis en “la importancia fundamental de la imagen en la representación, desde su difusión, su propagación, su propaganda, su dimensión cognitiva y su dimensión pragmática” son parte del sustento para buscar elementos que dibujen la representación de los jóvenes en F5 (Tablante 2005, p.132). El trabajo que desarrolla Vasilachis de Gialdino sobre “la identidad de los niños pobres en la prensa escrita” (de Gialdino, 2003), donde hace hincapié en las acciones que implícita o explícitamente privan la identidad de los niños y adolescentes, sirve de guía al presente trabajo para encontrar elementos de exclusión en la construcción de representaciones. Las “identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas”, de Víctor Sampedro Blanco (Sampedro, 2004), donde se asegura que los medios establecen el régimen de visibilidad y reconocimiento público de las identidades colectivas, es un referente para poder desarrollar conclusiones finales. Las nociones de metáforas de De Bustos y Jaime Nubiola, quienes caracterizan la metáfora a partir del foco y el marco planteado por Max Black (De Bustos, 2000), permiten realizar un mejor análisis de las metáforas y sus implicaciones sobre las representaciones hechas en la sección F5. Para la etapa final de conclusiones, también se retoman, mayoritariamente, presupuestos teóricos de las publicaciones “Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto” (Reguillo, 2000), “El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada” (Reguillo, 2002), “De los medios a los goces ciudadanos. La comunicación en la producción de la seguridad ciudadana” (Rincón, 2005) y “De los medios a los goces ciudadanos. La comunicación en la

producción de la seguridad ciudadana” (Rincón, 2005). Estos aportes brindan el respaldo teórico necesario que abona a la explicación de las conclusiones finales.

Objetivos

El objetivo general de es xplorar e identificar cuál es la construcción de representación social del joven salvadoreño en la sección F5 de La Prensa Gráfica. Como objetivos específicos se pretende: identificar las temáticas que están ligadas a los jóvenes salvadoreños desde el discurso planteado por La Prensa Gráfica en la sección F5, identificar las características y las atribuciones con que se asocian a los jóvenes salvadoreños en la sección F5, investigar las metáforas y sus implicaciones empleadas por La Prensa Gráfica en la construcción social de la representación de los jóvenes salvadoreños en la sección F5, detectar el espacio de representación en torno al cual se ubican a los jóvenes en la sección F5 y clasificar la información recolectada para determinar el tratamiento y posibles implicaciones de la misma en la representación de los jóvenes salvadoreños a través de F5.

Metodología

Se hará un análisis de contenido sobre 125 notas publicadas en la sección “F5” de la Prensa Gráfica a partir del mes de noviembre de 2007 hasta el mes de marzo de 2008. Estas publicaciones se obtuvieron de la página de Internet del periódico y no aparecen todos los días. El análisis permitirá la clasificación de los datos obtenidos en “cuadros de vaciado de información” para establecer categorías respecto a la representación que la sección “F5” hace de los jóvenes salvadoreños.

En este sentido, el análisis de contenido que se haga tendrá como eje de búsqueda el reconocimiento de herramientas del lenguaje que denoten características, adjetivos, actividades, ocupaciones, escenarios y conductas con las cuales el medio se refiere a los jóvenes. Estos elementos de búsqueda, a la vez, constituirán nuestras variables de investigación.

La identificación del tipo de temas abordados y de las diferentes variables utilizadas en la sección y, además, la frecuencia con la que aparezcan, nos servirán para sistematizar los datos obtenidos. Así, pues, el abordaje que haremos se sustentará en un modelo cualitativo de apreciación y recopilación de información, y tendrá una sistematización cuantitativa que facilitará la interpretación y el manejo de los resultados obtenidos que lleven a responder ¿Cuál es la representación que se hace de los jóvenes salvadoreños en la sección F5 de La Prensa Gráfica?

Los resultados que se presentan a continuación demostrarán que el joven salvadoreño de la sección F5 no es el personaje que pertenece a la vida cotidiana de todo adolescente del país. Al contrario, esta parte del periódico mostrará una realidad insospechada.

REALIDAD INSOSPECHADA. REPRESENTACIÓN DE JÓVENES SALVADOREÑOS EN LA SECCIÓN F5 DE LA PRENSA GRÁFICA

Los jóvenes son representados, en la sección F5 de La Prensa Gráfica (LPG), de forma excluyente y limitada, señalando únicamente aspectos positivos y relacionándolos exclusivamente con actividades lúdicas con predominio en el espacio virtual y destacándolos como grupo demográfico consumista.

Las instancias del lenguaje usadas para definir este tipo de representación están determinadas por las temáticas en las que se ubican a los jóvenes, las atribuciones y calificativos que se les dan, las actividades que se les atribuyen, las habilidades y preferencias que se les señalan, los espacios donde se visualizan y las instituciones con las que se les vincula. A continuación, se desarrollan, en ese orden, los elementos y hallazgos encontrados en el discurso planteado desde la sección F5.

Vivir para divertirse

En las notas analizadas, los temas abordados se limitaron a vida colegial, tecnología e Internet, ánimo y videojuegos. Esta última, se desarrolla únicamente sobre momentos de recreo, despedidas de clases e intramuros. Todos estos temas tienen una orientación absolutamente lúdica.

Dentro de estos ejes, la temática con mayor porcentaje fue, con el 41.1%, la de vida colegial, siempre desde un enfoque de entretenimiento. De 125 notas, 49 abordaban eventos como intramuros y fiestas colegiales, actividades ecuménicas, festivales, etc. . La actividad estudiantil se limita a acciones y roles de entretenimiento propio. Las únicas actividades que tienen una proyección externa son aquellas relacionadas con las festividades religiosas (católicas) como la Semana Santa y la elaboración de alfombras. (“Devoción en el Colegio Cristóbal Colón”. LPG, 18 de marzo 2008; “Los alumnos mostraron sin temor su fe”. LPG, 21 de marzo 2008; “Jóvenes unidos por la devoción y la fe”. LPG, 22 de marzo 2008, entre otros.)

En segundo lugar, se ubican los temas relacionados con tecnología e Internet, con el 22% del total. El tipo de representaciones que se hacen en la sección F5 sobre el Internet y las tecnologías, están sobretodo relacionadas con la idea de que estos medios sirven, para entretener o para llevar a cabo actividades lúdicas y de esparcimiento. Ejemplo de ello son notas que hablan sobre “Blubet, lo ‘in’ en la Web” (LPG, 7 de noviembre de 2007), “Chero ¿reales o virtuales?”

(LPG, 11 de diciembre de 2007), “La generación del mp3” (LPG, 5 enero 2008), “Lo más hot en la web” (LPG, 8 enero 2008), “My space, ¿protegido o aislado?” (LPG, 16 enero 2008), “Videos guanacos en Youtube. El nuevo entretenimiento de los jóvenes” (LPG, 14 de marzo de 2008). “Participá y certíficáte como especialista en Microsoft Office”(LPG, 5 de abril de 2008).

Luego, con una predominancia similar, se encuentran los temas relacionados con el ánimo (19.2%) y la cultura oriental (3.2%). En este tema se recalca un gusto exagerado respecto a este fenómeno oriental. Por ejemplo: “Si tu sueño es viajar al viejo oriente”, “¡Información para los amantes de la cultura oriental!” (LPG, 12 de marzo de 2008), “Si tu colección más valiosa es sobre ánimo japonés” (LPG, 31 de marzo de 2008);

En último lugar, pero con una relevancia significativa, la temática de los videojuegos está presente en la sección F5 en un 16.3%. En el caso de los videojuegos, la tendencia está orientada a mostrar avances o “extras” sobre juegos que no han salido aún en el mercado salvadoreño pero que, de cualquier forma, generan expectativa hacia “lo nuevo”, lo “último” y hacia las mejoras en efectos visuales y secuencias de juego.

En esta dinámica se recrea a los jóvenes y adolescentes como aficionados que deben estar al tanto de cada una de las nuevas opciones del mundo del videojuego. Frases como: “‘Halo wars’ viene con todo para ser una leyenda entre los aficionados a los videojuegos” (LPG, 27 de marzo 2008), “Más moderno que nunca y lleno de nuevos retos” (LPG, 3 de abril 2008), “El juego estará pronto en el país...la espera continúa” (LPG, 11 de abril 2008).

Tal como lo plantea Leopoldo Tablante (2005, p.139), la idea de que los medios de comunicación se convierten en “los principales diseminadores de imágenes e ideas”, explica porqué relacionar a los jóvenes con estas temáticas brinda un marco de referencia para sus lectores sobre los espacios y las actividades que resultan típicas o “normales” para un joven. De esta manera, el joven se presenta improductivo al estar relacionado únicamente con temas de entretenimiento y diversión, no parece capaz de aportar ni mucho menos proponerse como agente de cambio y sujeto activo de la sociedad. Su espacio de acción se reduce al entretenimiento. Por ejemplo: “No pudo faltar el tradicional *CarShow*”(LPG, 3 de marzo 2008), “Se realizó el típico juego de fútbol entre los alumnos” (LPG, 7 de marzo 2008), “Se realizó el tradicional baile de promoción”,(LPG, 6 de abril de 2008), etc.

La propuesta que se ofrece del joven salvadoreño desde un enfoque mayoritariamente lúdico deja de lado la necesidad de abrir espacios para que los jóvenes adquieran cierto nivel de conciencia del entorno en que viven. Si los medios no son capaces de proponer espacios o actividades para que los adolescentes y jóvenes se vuelvan críticos ante la realidad que les rodea, la expectativa de un desarrollo integral para todos los sectores demográficos seguirá manteniéndose a

la espera. Esto es tomando en cuenta la importancia que desempeñan los medios de comunicación y el tipo de construcción social que pueden crear a través de las publicaciones que hacen. Sary Colange Cole se refiere a este aspecto cuando describe que la familiaridad de los acontecimientos reales que recibimos a través de los medios “nos habilita a darnos razones sobre lo que vemos y sacar conclusiones de alcance general” (Cole, 1999, p.45; en Tablante, 2005, p.148).

Los jóvenes son buenos, pero pocos

En las atribuciones y calificativos que aparecen en F5 no hay aspectos negativos en las representaciones hechas de los jóvenes. El 98% de los atributos con los que se categoriza a los jóvenes son positivos. Esta caracterización del joven es visualizada en adjetivos predominantes en la sección tales como: “creativo y de mente positiva” (LPG, 4 enero 2008), “moderno” (LPG, 10 enero 2008), “la alegría de los estudiantes por volver a ver a sus compañeros” (LPG, 15 enero 2008), “jóvenes voluntarios” (LPG, 26 enero 2008), “capaz y seguro, no lo pensó dos veces” (LPG, 1 febrero 2008), “agilidad y rapidez, saber ocupar tu cerebro y tus manos” (LPG, 25 febrero 2008).

Las únicas connotaciones negativas que se atribuyen a esta etapa de la vida tienen que ver con advertencias y no con atributos. Por ejemplo: “evitar los embarazos en la adolescencia y las dificultades de ser una madre soltera” (LPG, 19 enero 2008). Esta es la única nota en un período de seis meses que contiene este tipo de aspecto “no deseado” en la vida de los jóvenes, según la sección.

Para Van Dijk, “las categorizaciones y las calificaciones aplicadas a las personas se asocian con determinadas jerarquizaciones a nivel de la organización de la sociedad en su conjunto y suponen diferencias de poder que son legitimadas por quienes, como los medios de prensa, tienen acceso privilegiado al discurso” (Van Dijk, 1993, p.255; en Vasilachis de Gialdino, 1997, p.132). De esta manera, la categorización y calificación absolutamente positiva de los jóvenes otorga privilegios a quienes sean capaces de cumplir este estándar de perfección moral, negando el espacio a sectores vulnerables, con necesidades arraigadas en una trama social mucho más compleja o con menores oportunidades de acceso a la educación y el esparcimiento. Es válido considerar que esta idoneidad del joven, con características ciento por ciento positivas, es utópica en sociedades con marcadas necesidades como la salvadoreña y con vinculantes características propias de una etapa de vida vulnerable a la experimentación y el riesgo.

Desde la sección F5 se insiste en la construcción del joven salvadoreño sin mayores cuestionamientos o críticas hacia el tipo de cultura juvenil o estudiantil predominante.

Presentar las actividades y roles de los adolescentes y jóvenes salvadoreños sin mayor cuestionamientos o críticas, puede considerarse como el resultado de la importancia que juega el

valor de consumo, más que el valor de educación o formación que los medios de comunicación implícitamente asumen cuando se dirigen a las audiencias. Aunque habrá que tomar en cuenta, además, el carácter lúdico o de entretenimiento con el que se presenta la sección y, en este sentido, delimitar hasta qué punto puede considerarse responsabilidad del medio, y en específico, de la sección, el no ser crítico respecto a realidades que afectan actualmente a gran parte de los adolescentes y jóvenes salvadoreños. Tampoco se puede obviar la oportunidad de proponer desde este tipo de espacios y construir en virtud de más sectores sociales.

Destacar es en singular, no hacerlo es en plural

Una característica importante en las atribuciones y calificaciones de los jóvenes es la forma en la que la sección nombra los grupos de diferente manera, dependiendo la actividad a la que se le vincule. En esta línea, encontramos que cuando los jóvenes destacan por algún logro hay una constante para nombrarlos en singular: “El joven aprendiz de inventor” (LPG, 20 de noviembre de 2007), “Lo hicieron sobresalir como el mejor estudiante del país” (LPG, 14 de noviembre de 2007), “El ganador absoluto” (LPG, 23 febrero 2008), “el seleccionado” (LPG, 20 febrero 2008).

Cuando los jóvenes no son objeto de algún reconocimiento, el predominio en la forma de nombrarlos es en plural, destacándolos como colectividad: “Nunca faltan los que desde que comenzaron las clases ya sabían cuáles materias iban a dejar” (LPG, 12 de noviembre de 2007), “Los cipotes de la meca de las longanizas y butifarras” (LPG, 16 febrero 2008), “Los bichos” (LPG, 9 febrero 2008), “emocionados concursantes” (LPG, 25 febrero 2008), “Los cipotes, las chavas y la bichada” (LPG, 9 enero 2008), “Los más chivitos del salón” (LPG, 23 enero 2008), “Rostros juveniles” (LPG, 26 enero de 2008).

Esta forma de representación abona a la idea de desigualdad y privilegio por aquellos que logran obtener algún mérito y de esta forma sobresalir del resto. Este aspecto resulta importante porque legítima, desde su lenguaje, la pasividad que implica ser parte de un colectivo, por lo tanto, el tener éxito es privilegio de unos pocos. A este respecto, Vasilachis de Gialdino habla de “las representaciones sociales hacen aparecer el sometimiento como libertad, imponiendo a quienes se socializan con esas representaciones no sólo una definición y jerarquía de valores con ropaje de otros socialmente aceptados que los encubren, sino, además, un modelo de sociedad y de relaciones entre sus miembros que consagra la desigualdad” (de Gialdino, 2003, p.198).

Con esta constante de particularización del logro, no resulta difícil proponer el mínimo esfuerzo en cada área de acción, pues el éxito de la misma no es para todos.

Vale por cuanto puede comprar

En la representación hecha de los jóvenes, la pasividad y la oferta, que se propone como un elemento de interés para el joven, otorgan un estatus de consumista. Sobre todo porque se visibiliza al joven en relación a actividades que requieren cierto poder adquisitivo.

Los jóvenes son nombrados como adictos o fanáticos a las novedades del mercado: “ Los fanáticos están siempre con sed de gráficos cada vez más reales” (LPG, 1 de noviembre de 2007), “Fanáticos de la música japonesa y el anime” (LPG, 11 enero 2008), “Los fans y los videojugadores” (LPG, 3 enero 2008), “IGeneration o Generación del MP3” (LPG, 8 enero 2008), “Los fanáticos de los ‘Sims’ “ (LPG, 30 enero 2008), “Animemaníaco” (LPG, 21 febrero 2008), “Fanáticos de los Legos” (LPG, 25 febrero, 2008), ““Si tu onda (preferencia, gusto, afición) es la computación...” (LPG, 1 de marzo de 2008).

En el caso del internet, este se relaciona en la mayoría de ocasiones con las Nuevas Tecnologías de la Información (NTI), así como también con herramientas y mecanismos digitales. En esta clasificación entran también el conjunto de medios de entretenimiento digital (Wii, Playstation, X Box). Como se dijo anteriormente, las notas relacionadas a este tópico completaron un 22%, casi una cuarta parte de las notas analizadas.

Es importante hacer notar que una consola de Nintendo Wii ronda el precio de los 550 dólares en el mercado local, y una de PSP puede costar cerca de 250 dólares. Estas cifras rebasan de sobremanera el salario mínimo establecido en El Salvador (\$192.30 para el sector comercio, según el Ministerio de Trabajo y Previsión Social, www.mtps.gob.sv). De esta forma se puede decir que el segmento de jóvenes representado en F5 es aquel que tiene poder adquisitivo arriba del promedio. Hablar de juegos de video que pueden ser reproducidos en consolas cuyo precio oficial es más alto que un sueldo mínimo demuestra que la sección no está pensada para jóvenes que no tienen ese ingreso.

Bajo estas condiciones, el poder adquisitivo del joven, reflejado en las actividades con las que se les vincula, se convierte en una característica que dibuja el perfil propuesto en la representación de F5, dejando de lado e invisibilizando a quienes no pueden acceder a este tipo de entretenimiento. En palabras de Vasilachis de Gialdino, “las acciones de privación de identidad, las diversas formas de discriminación constituyen, también, mecanismos de control social a través de los cuales se construye y se consolida la identidad social como identidad que el individuo no construye existencial y libremente en un contexto determinado en tiempo y espacio, sino que le es impuesta” (de Gialdino, 2003, p.199).

No se encuentran historias ni propuestas de jóvenes que luchen por costearse sus necesidades primarias o por ayudar a sus grupos familiares, el predominio de jóvenes con capacidad

adquisitiva y en actitud pasiva hacia la oferta, vinculante al consumismo, niega la identidad de los primeros como jóvenes dentro de F5.

Ser joven es ser competidor

Las acciones de los jóvenes están puestas sobre un plano de constante competencia, en donde el joven parece que siempre debe luchar contra otros en la realización de sus actividades o en la consecución de sus metas.

En este sentido, se encuentran titulares y textos en las notas como los siguientes: “Ciencia, tecnología y premios” (LPG, 2 de noviembre de 2007), “A sobresalir unos años más” (LPG, 13 de diciembre de 2007), “Ya arrancó la competencia Microsoft ¿Estás listo?” (LPG, 1 de marzo de 2008), “Participá y certificate” (LPG, 5 de abril de 2008), “Aceptaron el reto” (LPG, 9 de abril 2008). Los jóvenes son nombrados como “los participantes...los contendientes” (LPG, 25 febrero 2008). Las acciones que se les atribuyen están puestas en este trama competitiva y de consecución hacia un objetivo: “Logré una de mis metas, aprender a manejar” (LPG, 1 enero 2008), “Unite a la misión y completa el reto” (LPG, 10 enero 2008), “Participá y demostrá quién es el más rápido” (LPG, 9 febrero 2008), “Demostraron su entrega...se lució” (LPG, 23 febrero 2008).

Las temáticas de Tecnología e Internet y Vida Colegial están cargadas de invitaciones a jóvenes para que entren con “ventaja” a un mundo competitivo. En la primera de las temáticas, es habitual que se invite al joven a adquirir conocimientos sobre las Nuevas Tecnologías de la Información (NTI), principalmente en cuanto al manejo de paquetes informáticos y tecnología digital (consolas de juego, cámaras fotográficas y de video, etc.)

En ese sentido, los roles asignados a los jóvenes en la sección F5 se cuentan en la siguiente frecuencia: 32% competidor, 30% como estudiantes, 24% participante y 14% aficionado o fanático.

Las metáforas juegan un papel importante para destacar esta connotación a las actividades y el modo en que se insertan los jóvenes dentro de F5. “Se internaron en el antiguo mundo de las gráficas 2D y los controles cuadrados”, (LPG, 1 de noviembre de 2007), “Un dulcito para ellos” (LPG, 14 de noviembre de 2007), “Cual si fueran cenicienta” (LPG, 16 de noviembre de 2007), “El pequeño escenario se llenó de talento con estos ruseñores” (LPG, 23 febrero 2008), “El reto...sobrevivir tus primeros días como el nuevo y salir bien librado de la experiencia” (LPG, 14 enero 2008), “Los que parecían patitos feos en el 2007 ahora parecen cisnes” (LPG, 15 enero 2008), Jóvenes a la caza de la licencia” (LPG, 25 enero 2008), “La carrera contra las calorías” (LPG, 4 enero 2008).

Por otra parte, las referencias a las NTI como recursos para preparar competitivamente a jóvenes y adolescentes se manifiesta en textos como: “Las competencias (sobre Microsoft Office) sacan adelante al país” (LPG, 1 de marzo 2008), “Ser joven no es más que un canal lleno de oportunidades para el desarrollo”, “Microsoft busca fortalecer en el desarrollo tecnológico y académico a los jóvenes y adolescentes en el ámbito computacional y de programación”, “A los bichos interesados en prosperar” (LPG, 5 de abril de 2008). “El uso de este tipo de programas es primordial, más si sos estudiante” (LPG, 4 de abril de 2008).

El dominio del plano competitivo en las acciones que los jóvenes realizan es una postura marcada y sugerida ante las circunstancias que les afectan, y que se propone desde el discurso de La Prensa Gráfica. Esta tendencia ha resultado frecuente y repetitiva en las notas analizadas. En palabras de Tablante, “la repetición en su flujo de ciertas imágenes y ciertas ideas nos impulsan a darles sentido, a inscribirlas en una lógica y compartirlas con nuestros semejantes” (Tablante, 2005, p.163). Es decir, la lógica competitiva es presentada como parte del día a día del joven construido en F5, no como una competencia en colectivo, sino como una competencia de uno contra uno, o uno contra todos.

El sociólogo Roger Silverstone afirma que la recurrencia de los temas que ofrece la televisión es como la vida misma: “La televisión es la vida cotidiana. Estudiar una de estas esferas es, al mismo tiempo, estudiar la otra” (Silverstone, 1992, p.284; en Tablante, 2005, p.164). Así, la recurrencia de este enfoque sobre las actividades de los jóvenes se plantea como una propuesta de actitud en su vida cotidiana.

Ser bueno, ¿para nada?

Las habilidades, conocimientos y preferencias de los jóvenes en F5 siempre está marcada por características de consumo y lúdicas. Destacan calificativos como “si sos fresa, te gusta el rock o sos románticón” (LPG, 9 enero 2008), “Tu doble del jet set...te parecés algún artista o cantante” (LPG, 12 enero 2008), “La nena de mi vida” (LPG, 11 febrero 2008). También se ejemplifica con acciones tales como: “Love party, una fiesta para celebrar el mes del amor en City Night Discoteque” (LPG, 16 febrero 2008), “Participa en nuestro Lego-Duelo” (LPG, 9 febrero 2008), “Tómale una instantánea a tu amor” (LPG, 11 febrero 2008), “Creá tu propia caricatura, gracias a la tecnología lo podés hacer en pocos segundos” (LPG, 18 enero 2008), “Voluntarios que trabajarán por el placer de ayudar” (LPG, 26 febrero 2008), “...decorar el escritorio de tu computadora” (LPG, 22 enero 2008), “Husmeando en internet” (LPG, 12 febrero 2008).

La nota titulada “Exprésate en F5”, del 21 de enero, insiste en el contenido que proponen para invitar a los lectores a no perderse la sección: “Queremos que te involucrés con nosotros, que compartás tus hobbies, tus fotos, tus historias” (LPG, 21 Enero 2008).

El sentido de espectación y afición creado en las formas de nombrar a los jóvenes permiten relacionar ese tipo de preferencias dadas por la sección a una actitud de consumo de nuevas tecnologías. El constante uso de palabras como “fanáticos” y “maníacos” a “la espera de” los ubica plenamente dentro de este contexto. En el caso de los videojuegos, por ejemplo, se insiste hacia “lo nuevo”, lo “último” y hacia las mejoras en efectos, como características de marca que estimulan la compra: “El juego estará pronto en el país...la espera continúa” (LPG, 11 de abril 2008).

El empleo de estos términos los sitúa dentro de categorías desde las cuales se pueden desprender actividades antes señaladas. Según Hester, “las categorías de miembros son clasificaciones o tipos sociales que pueden ser empleados para describir personas [...] Estas distintas clases de categorías pueden estar ligadas, en ocasión de uso, para formar clases, colecciones o mecanismos de categorización como miembro” (Hester, 1998, p.134; en de Gialdino, 2003, p.124). Para Widdicombe, la aplicación de categorías puede acarrear problemas inferenciales a quienes esas categorías les son directa o indirectamente aplicadas, como cuando la categorización como miembro es usada para inferir desfavorablemente de alguien (Widdicombe, 1998, p.53; en de Gialdino, 2003, p.124).

Creciendo en un mundo virtual

En las notas analizadas, el espacio de representación del joven está dominado por el espacio virtual. A este correspondió el 46% de las ediciones, el 33% al espacio privado y el 21% al espacio público.

Las referencias a estos espacios están dadas desde el lenguaje con redacciones tales como: “Varios cheros y cheras se han vuelto expertos en la socialización virtual” (LPG, 11 de diciembre de 2007), “Esta comunidad de esparcimiento online” (LPG, 28 de noviembre de 2007), “Embellecer gracias a la tecnología” (LPG, 5 enero 2008), “Podés metamorfearte a los artistas” (LPG, 12 enero 2008), “Navegar con seguridad y explorar mejores modos de verificar las identidades de los miembros de las redes sociales” (LPG, 16 enero 2008), “Podés personalizarte y entrar al mundo de Springfield o South Park Colorado como un miembro más de la comunidad” (LPG, 18 enero 2008), “Construyendo tu propia ciudad...dispondrás de un modo de juego libre en el que podrás mezclar las construcciones hechas en diferentes épocas” (LPG, 30 enero 2008), “Serás un shooter en primera persona y que usaras katana para defenderte de los enemigos” (LPG, 26 febrero 2008), Los jóvenes periodistas pueden estar en cualquier lado gracias a la tecnología” (LPG, 8 febrero 2008).

Leopoldo Tablante sostiene que “las representaciones mediáticas contienen las imágenes y las ideas de arranque para reforzar nuestras creencias o para hacernos un conocimiento ingenuo y espontáneo de los objetos que componen nuestra realidad exterior” (Tablante, 2005, p.162). Bajo este argumento, el espacio de representación de lo jóvenes en F5 no pertenece a los espacios tradicionales como la ciudad, están ubicados en los espacios que se han creado a partir de las nuevas tecnologías. Quienes se desarrollan en ámbitos diferentes tienen una mínima proporción de espacio dentro de la sección, o, en el peor de los casos, ni siquiera aparecen.

Las instituciones: una forma de limitar y excluir

Las instituciones que aparecen en las notas analizadas son: Secretaría de la Juventud, Academia Británica Cuscatleca, Colegios Unidos del Mundo, el Museo David J. Guzmán, Colegio Cristóbal Colón, Externado San José, Instituto Nacional de Antiguo Cuscatlán, Universidad Don Bosco, Universidad de El Salvador, Centro Escolar “Romero Albergue”, Embajada de Japón, Universidad “Dr. José Matías Delgado”, Colegio Santa Cecilia, Academia de Alta Cocina “Le Bouquet” Colegio Ricaldone, Colegio Don Bosco, Ministerio de Educación, entre otras.

Con estas referencias, se infiere en jóvenes que pueden ubicarse geográficamente en la zona metropolitana de San Salvador. En este sentido, se hablará generalmente de instituciones educativas privadas y no de institutos nacionales o centros escolares de la red pública, aunque estos aparezcan en menor medida. De esta forma, los jóvenes que pertenecen a instituciones o que se vinculan con instituciones que se ubiquen fuera del área metropolitana de San Salvador no son considerados para aparecer en F5.

Los espacios de representación también incluyen aquellos lugares con los cuales están vinculadas las acciones y actividades que los jóvenes desarrollan. Así, encontramos referencias a zonas como el centro comercial La Gran Vía y almacenes Simán, patrocinadores de concursos de legos: “Los Legos te esperan” (LPG, 20 febrero 2008). También se registran referencias a países como Japón, Canadá, Estados Unidos, Suiza, España, Inglaterra y Francia: “A buscar carreras afuera” (LPG, 29 enero 2008).

Las implicaciones que puedan hacerse desde este punto de vista están plasmadas en el apartado de las conclusiones. Ahí, citamos el razonamiento de Vasilachis de Gialdino (2003) cuando afirma que la “reproducción de las relaciones sociales vigentes en las sociedades occidentales está condicionado por la aceptación generalizada de formas de jerarquización basadas en la posesión de diversos tipos de bienes materiales y simbólicos”. Interesará explicarse cómo influye la existencia de esa jerarquía social a la hora de presentar mediáticamente a los jóvenes.

OTROS HALLAZGOS

La sección F5 protagoniza las acciones, no los jóvenes

A pesar que la sección ha expresado su naturaleza interactiva y de conceder un rol participativo a sus públicos (los jóvenes), en el tratamiento de sus contenidos los jóvenes son puestos en un plano pasivo y es la sección quien pasa a tomar protagonismo de las acciones: “Nos dimos a la tarea de realizar un pequeño recorrido por diferentes lugares para brindarte opciones de cómo invertir tu dinero” (LPG, 28 noviembre 2007), “Es por eso que F5 se dio la tarea de salir a las calles y averiguar qué opinan los jóvenes acerca de esta propuesta que, según anunció el Gobierno, se hará efectiva en el 2008” (LPG, diciembre 2007), “. Por eso F5 salió a preguntarle a los cheros y cheras qué quieren recibir esta noche especial” (LPG, diciembre 2007), “F5 ha hecho malabares” (LPG, noviembre 2007), “encontramos varios sitios web en donde encontrarán buenas bromas” (LPG, diciembre 2007), “Hemos clasificado los sitios de acuerdo a tus necesidades, pues hay para hacer bromas telefónicas, para la computadora y para hacerlas de manera personal (y no son nada complicadas)” (LPG, noviembre 2007).

La participación de los jóvenes está destinada a aparecer en recuadros con nombres de secciones tales como: “Vos escribís”, “Tu álbum”, “El detallazo”, “Página del día”, que son espacios en los cuales los jóvenes son invitados a escribir dando a conocer cosas que a ellos les gustan, fotos, invitaciones, motivan a ver páginas web, etc. Sin embargo, este tipo de recursos no es constante en las publicaciones y aparece esporádicamente.

La presentación de todos los hallazgos anteriores conlleva a la realización de una serie de premisas que demuestran cómo los jóvenes de El Salvador son sometidos a un contexto ajeno al de ellos, poniéndolos lejos de su verdadera realidad o evitando de mostrar un entorno circundante más real para ellos. En ese sentido, se ha llegado a las siguientes conclusiones.

CONCLUSIONES

La realidad *marginal* de los jóvenes salvadoreños

Según Van Dijk, “la mayor parte de nuestro conocimiento social y político y de nuestras opiniones sobre el mundo proceden de las docenas de reportajes e informaciones que leemos cada día” (Van Dijk, 1993). Bajo este tipo de construcción de representación, leer sobre los jóvenes en El Salvador en la sección F5 es encontrarse con un grupo demográfico consumista, interesado en las novedades del mercado; improductivo, pues está asociado solo a actividades de ocio y con habilidades para el manejo de las nuevas tecnologías, pero sin sacar mayor provecho de ellas más que para entretenerse.

En el presente apartado de conclusiones, las diferentes ideas esbozadas son el resultado del contraste entre, las “realidades” atribuidas a los jóvenes desde la sección F5 y, por el otro, la realidad de los jóvenes presentada en estadísticas y datos oficiales; así como la realidad de la recreación simbólica que se hace de los jóvenes a partir de los medios de comunicación –jóven antagonico, apocalíptico, revoltos, marginal–.

En este sentido, las conclusiones principales parten de la idea de que F5 discrimina gran parte de la(s) realidad(es) en la(s) que los jóvenes están envueltos. Como lectores, pero también como estudiosos del sentido y uso de la comunicación, nos encontramos ante una realidad excluyente del joven salvadoreño.

Joven apocalíptico o superficial

Los jóvenes son todo menos problemáticos, son todo menos apocalípticos. La realidad con la que muchos autores se han encontrado, en la que los jóvenes son enmarcados desde una visión “epidemiológica” (Reguillo, 2000), “marginal” (Rincón, 2005), “victimaria” (Rey, 2005) o “apocalíptica (Eco, 1993), es una verdad que tendremos que obviar al sentarnos como lectores de la sección F5 de La Prensa Gráfica.

Esta visión apocalíptica del joven, por su parte, es entendida por los autores citados desde una mirada a largo plazo o en perspectiva. Para el caso, dirán que la configuración del neoliberalismo como poder económico y político en el continente americano haría que los jóvenes comenzaran a ser presentados como los responsables de la violencia en las ciudades. La alta participación de jóvenes como víctimas y victimarios tendría gran presencia, a partir de entonces, en los medios de comunicación. Una idea a resaltar en este punto es lo que plantea Kessler: “Si para ciertos análisis la violencia juvenil es la evidencia de una mayor proporción de jóvenes que delinquen, otras voces argumentan que es el resultado de un mayor ensañamiento del poder judicial y policial contral la juventud” (Kessler, 2004 en Rey, 2005).

Los temas relacionados con la realidad probada y mostrada estadísticamente e informativamente en los medios de comunicación no aparecen reflejados en la sección que estudiamos. Diferentes expresiones de subculturas juveniles como los *chavos banda*, los *cholos* y los *punks* en México; las *maras* en Guatemala y El Salvador, los grupos de sicarios, bandas y *parches* en Colombia; los *landros* de los barrios en Venezuela, los *favelados* en Brasil (Reguillo, 2000) y sus consecuentes complejidades a nivel social y psicológico, también son reflejos de la sociedad que no existen en el imaginario de la sección F5.

La visión de “rebeldes”, “estudiantes revoltosos”, “subversivos”, “delincuentes” y “violentos” se sustituyen por calificativos como “cool”, “chicos y chicas de vanguardia”, “genios”,

“creativos”, “devotos”, “integrales”, “estudiosos”, “divertidos” y son todos, atribuciones que hacen referencia a ámbitos y expectativas ligados con el consumo de productos o servicios excluyentes.

El problema en si, no es la sustitución de unos calificativos o de unas atribuciones por otras. La paradoja la retrata bien Rincón al decir que “No deja de resultar paradójico el deterioro en el ámbito económico y laboral y una crisis generalizada en los territorios políticos y jurídicos, mientras que se fortalecen los ámbitos de las industrias culturales para la construcción y reconfiguración constantes del sujeto juvenil (Rincón, 2003). El vestuario, la música, el acceso a ciertos objetos emblemáticos constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción de las identidades juveniles y lo que en publicidad se conoce como “conceptos” de vida. (Reguillo 2001).

En el caso de El Salvador, por ejemplo, el hecho que los principales afectados por VIH en El Salvador sean jóvenes entre 15 y 30 años, según el Programa Nacional de ITS/VIH/SIDA del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (2004) no aparece ser un tema de importancia en la agenda informativa de la sección. En seis meses de análisis no se hizo referencia ninguna vez a la temática del SIDA. De igual forma, que los principales victimarios y a la vez víctimas de la violencia y delincuencia en El Salvador sean los jóvenes no parece ser un indicador de la situación crítica que viven actualmente en el país. De hecho, un estudio elaborado por la Coalición Centroamericana de Prevención de la Violencia Juvenil de 2007, señaló que en el país y según el Instituto de Medicina Legal, 1,522 jóvenes, adolescentes y niños entre 15 y 24 años fueron asesinados en 2006. Esta violencia, según el mismo informe, afecta principalmente a los hombres jóvenes. De cada cien mil habitantes, la tasa de homicidios para hombres entre 20 y 24 años en el 2006 fue de 261.2. Por otro lado, indicadores de trabajo infantil en El Salvador (28.2% de niños entre 13 y 20 años manifiestan haber trabajado en más de una ocasión para ayudar en la economía familiar) también siguen mostrando una realidad insospechada en la sección F5.

En cambio, pues, la sección F5 aborda temas que no parecen estar en sintonía con la aseveración que hiciera Ulrick Beck (en Reguillo, 2000) “Los jóvenes practican una denegación de la política altamente política y asumen lo que en las grandes esferas no quieren asumir”. De hecho, si nos limitamos a la realidad de los jóvenes expresada en la sección no encontramos denegación de algún tipo, mucho menos política.

La sección F5 se centra, como ya se dijo antes, en temáticas que implican una forma de vida inspirada en valores de consumo y apariencia. Así pues, temas de videojuegos, de vida colegial (intramuros, despedidas de clases, etc.), nuevas tecnologías e Internet y Anime son los principales tópicos abordados. En el tratamiento de estos temas, a los jóvenes se le asignan actividades, acciones y roles que jamás entran en conflicto con la realidad. De igual forma, el enfoque de los

temas no considera ningún tipo de crítica o reflexión de fondo, que pueda cambiar los paradigmas que rigen la cotidianidad de los jóvenes para asumir posturas más coherentes con su propia realidad y con las amenazas y dificultades latentes que pueden afectarles. La sección F5, generalmente, se limita a narrar y explicar las actividades que desarrollan los jóvenes sin reparar en contrapartes o “peros” de la realidad que se presenta.

Si la sección F5 no es capaz de proponer nuevas formas de mostrar la realidad, la cual a su vez sea llamativa e interesante para los jóvenes, la construcción mediática del joven seguirá postergando la idea de que los jóvenes, en realidad, no son actores de cambio social. Son más bien, seres pasivos que deben limitar sus preocupaciones al consumir y al buen parecer. Las problemáticas que afectan directamente a este sector poblacional seguirán mostrándose como lejanas o realidades paralelas que bien pueden seguir su curso normal y de las cuales son “otras” personas las que tienen que producir los cambios.

Concluye Rincón (2005), en referencia a la postergación en la búsqueda de resultados efectivos: “En un continente mayoritariamente juvenil en el que el país mas ‘viejo’ de la región es Uruguay con un promedio de edad de 31 años, y el mas joven Nicaragua, con un promedio de 16 años; y con un crecimiento poblacional que se ubica entre el 2 y 3 % para la mayoría de los países de la región, la pregunta por los modos en que los y las jóvenes viven, experimentan e interpretan un mundo lesionado por múltiples conflictos y enfrentado a la paradoja de una globalización que parece acentuar fuertemente los valores locales, se hace urgente”.

Vasilachis de Gialdino (2003), en la búsqueda de explicar el origen de la representación marginal de los jóvenes, aterriza diciendo que “las categorizaciones y las calificaciones aplicadas a las personas se asocian con determinadas jerarquizaciones a nivel de la organización de la sociedad en su conjunto y suponen diferencias de poder que son legitimadas por quienes, como los medios de prensa, tienen acceso privilegiado al discurso”. De esta manera, la categorización y calificación absolutamente positiva de los jóvenes otorga privilegios a quienes sean capaz de cumplir este estándar de perfección moral, negando el espacio a sectores vulnerables, con necesidades arraigadas en una trama social mucho más compleja o con menores oportunidades de acceso a la educación y el esparcimiento. Es válido considerar que esta idoneidad del joven con características ciento por ciento positivas es utópica en sociedades con marcadas necesidades como la salvadoreña y con vinculantes características propias de una etapa de vida vulnerable a la experimentación y el riesgo.

Jóvenes como partícipes de actividades excluyentes

Las “jerarquizaciones” dentro de la organización de la sociedad de las que habla Vasilachis de Gialdino (2003) también pueden hacer referencia a la superposición de un discurso hegemónico

que, justamente, se transmite desde las instancias que ocupan los estratos más altos de dicha jerarquía social.

En este caso, el discurso oficial –gubernamental– que deposita gran énfasis en el uso de herramientas informáticas y tecnológicas, así como del aprendizaje del idioma Inglés, se ve reproducido en un número sustancial de publicaciones de la sección F5. Por ejemplo, los titulares: “Arranca la competencia Microsoft” (LPG, 1 de marzo 2008), “Participá y certificate como MOS-Microsoft Office Specialist – (LPG, 5 de abril 2008), “Aceptaron el reto Microsoft” (LPG, 9 de abril 2008).

Así pues, la insistencia promovida desde el gobierno salvadoreño desde el Ministerio de Educación en programas como Compite y EDUCO, que están enmarcados en el plan de educación 20-21, contemplan un gran énfasis en el área de conocimientos informáticos y el dominio del Inglés. Cabe decir que la idea de buscar la excelencia en esas áreas, en si misma, no representa algo que pueda recriminarse. El problema es, como lo han señalado varios especialistas desde diferentes organizaciones (FEPADE, FUSADES, CEPAL, PNUD, etc.) que los programas tienen que preocuparse primero por hacer de las escuelas, centros de estudio con altos índices de afluencia y continuidad escolar.

Así mismo, la red pública de enseñanza debe ser capaz de cumplir con los estándares internacionales en materia de suficiencia de lectura, satisfacción escolar, permanencia, etc. El Segundo Estudio Regional Comparativo y Explicativo (SERCE, 2008) ubica a El Salvador debajo del promedio en los logros obtenidos en asignaturas concretas a nivel latinoamericano. De forma subyacente, el estudio muestra que mientras hay grandes esfuerzos por habilitar salones de cómputo y estudios lingüísticos en las escuelas, persisten grandes deficiencias en aptitudes y competencias básicas de aprendizaje que aún siguen sin elevar las estadísticas². En suma pues, los intentos por producir mano de obra acorde a las exigencias del mundo globalizado, deben ir acompañados de herramientas y perspectivas que formen integralmente a los estudiantes y no únicamente a la sombra de ciertos intereses de producción que benefician, en el largo plazo, a muy pocos.

Otra de las conclusiones del seguimiento informativo hecho a la sección F5 tiene que ver también con el tipo de atribuciones que se le otorgan. Los tipos de temas abordados construyen la idea de que la sección **F5 está orientada a un tipo de joven, con cierta capacidad adquisitiva**, con aspiraciones y expectativas concretas, vinculadas con un estado de improductividad y pasividad ante la realidad social, económica y política del país.

² Para mayor referencia del SERCE: <http://www.oei.es/noticias/spip.php?article2919> .
Y también: <http://www.laprensagrafica.com/nacion/1084482.asp>

Reguillo (2000), para describir esta condición del ser joven establece que “la juventud como hoy la conocemos es propiamente una "invención" de la posguerra, en el sentido del surgimiento de un nuevo orden internacional que conformaba una geografía política en la que los vencedores accedían a inéditos estándares de vida e imponían sus estilos y valores. La sociedad reivindicó la existencia de los niños y los jóvenes como sujetos de derechos y, especialmente, en el caso de los jóvenes, como sujetos de consumo.

Concretamente, en la sección F5 se habla de jóvenes que pueden ubicarse geográficamente en la zona metropolitana de San Salvador. Esto también tiene que ver con que la distribución de La Prensa Gráfica se centra en extensiones urbanas.

Justamente, continúa Reguillo (2000), la producción de bienes y mercancías dirigidas a los jóvenes desde una industria globalizada, no ofrecen tan sólo productos, sino "estilos de vida". La posesión o acceso a determinados tipos de productos implica acceder a una particular manera de experimentar el mundo, que se traduce en adscripciones y diferenciaciones identitarias restringidas a un espacio geográfico y demográfico concreto.

En este sentido, para hablar de uno de los ejes principales en torno al cual se desarrolla la temática de la sección F5, la invitación constante a la actualización en consumo de videojuegos plantea una realidad restringida a un grupo de población que económicamente se encuentra arriba del promedio y cuyas expectativas, además, pueden encerrarse en una consola de juegos y no en la necesidad de trabajo o seguridad.

Hablar de juegos de video que pueden ser reproducidos en consolas que tienen un precio oficial más alto que el de un sueldo mínimo (la última edición de la consola PlayStation –PS3- puede costar alrededor de US \$250 dólares) demuestra que la sección no está pensada para jóvenes que no tienen un ingreso económico sostenible. Tampoco está pensada para jóvenes que no tienen relación con la realidad digital (cámaras fotográficas, reproductores mp4, mp3, computadores, etc.) De igual forma, los videojuegos más nuevos pueden alcanzar precios arriba de los US \$50 dólares por unidad. No se trata pues de un tipo de recreación que pueda considerarse barata o de fácil acceso para todos los jóvenes.

Cabe decir que aunque El Salvador, para 2007, sea el segundo país de América Latina más beneficiado de las remesas económicas provenientes del extranjero (18% del PIB)³ y que aunque dichos envíos son un seguro líquido para los salvadoreños, el consumo de productos digitales (videos, softwares informáticos, juegos, etc.) no es una necesidad de primer orden para los salvadoreños. Según lo mostró el ensayo: Uso productivo de las Remesas Familiares del Banco

³ Informa de CEPAL “Impacto de las remesas para América Latina, 2007”. Naciones Unidas, El Salvador. 2008.

Central de Reserva (2005) el uso primordial de las remesas enviadas por familiares de salvadoreños en Estados Unidos se considera coyuntural o superfluo y consiste en pago de alimentos, pago de casas, ropa y calzado. En segundo lugar, las remesas sirven para sufragar necesidades a largo plazo de las familias. Así, los salvadoreños utilizan las remesas para comprar terrenos o propiedades, comprar ganado o poner negocios. Es más usual, señala el estudio que los productos tal cuales sean enviados directamente en lugar del dinero.

De cualquier forma, las temáticas relacionadas a los jóvenes abordadas en la sección F5 no representan temáticas acordes a las necesidades principales de las mayorías populares, cuando todavía existen índices alarmantes de deserción escolar, de violencia social, así como también de desnutrición en algunas zonas del país. El problema concreto es que las temáticas que debieran ser abordadas para crear otro tipo de expectativas de vida en los jóvenes, a parte del consumo y el ocio, no son incluidas en la agenda informativa.

En otro orden, pero siempre en relación con la exclusividad de las temáticas planteadas por la sección F5 hemos considerado también el tipo de espacios a los que se hacen referencia, ya fueran públicos, privados o virtuales.

La **predominancia de espacios privados** como instituciones educativas privadas, centros comerciales, empresas, y no tanto institutos nacionales, centros escolares de la red pública o espacios urbanos públicos como plazas o calles, es una muestra más del tipo de actividades o roles que se otorgan a los jóvenes. La restricción a un espacio privado puede entenderse desde la perspectiva de Reguillo (2002) como el “aislamiento y sujeción de que en la intimidad de lo privado estamos más seguros”.

Los espacios utilizados por los jóvenes también sufren un traslado importante hacia los espacios virtuales. Se hace un enorme énfasis en entornos que tienen que ver con tecnologías digitales e informáticas. Los videojuegos y las series de anime japonés son los entornos más importantes.

Los espacios virtuales a los que se hacen referencia tienen que ver con la plataforma del Internet y también con videojuegos y el anime. De hecho, estos tres temas tienen un componente digital de gran importancia. En el caso del anime, la mayoría de series son trabajadas digitalmente, es decir, a través computadoras y programas de animación digital. No de forma análoga. Por su parte, los videojuegos, desde su creación hasta su presentación, hacen referencia a un mundo digital. Son, de hecho, una manifestación concreta de la era digital con la que van creciendo las nuevas generaciones. Y por supuesto, las nuevas tecnologías y el Internet que han sido la brecha para entrar a la era digital.

Una implicación de la sustitución de espacios reales por virtuales, así como también de la reducción a espacios privados para la interacción social, es que el joven se circunscribe a las actividades que pueden desarrollarse en privado y no en relación o interacción con las otras personas. Rincón (2005) hablará de que este aislamiento rompe el entramado social y construye lo que él llama como ciudadanías imaginadas o cartografías ciudadanas. En estos mapas imaginados, lo real no es lo que conocemos por nuestra experiencia, es lo que conocemos por “lo que dicen que alguien dijo” y también, en gran medida, por lo presentado por los medios de comunicación.

“La sociedad es una experiencia individualmente experimentada, socialmente construida y culturalmente compartida” (Reguillo, 2000). La sociedad pues, limitada a lo privado y a lo virtual, como dice Rincón, produce una serie ilimitada de “guetos” que se oponen unos a otros, cada ciudadano es una individualidad que excluye a otra.

Otra situación de exclusión se da al momento en que la sección F5 tampoco refleja la condición de muchos jóvenes salvadoreños que ya forman parte de la maquinaria productiva del país. El tono superficial con que se abordan los temas de la realidad de los jóvenes parece excluir que en muchas regiones los adolescentes (“niños” según el ordenamiento jurídico vigente) son protagonistas de la dinámica económica de sus hogares o de la propia. La visión de improductividad juvenil tiene relación con la superficialidad con que se muestra a los jóvenes en la sección. Se tiende a considerar a los jóvenes como un sector que no aporta (cuando menos) económicamente a la sociedad y se mencionan únicamente actividades ligadas a la recreación y al esparcimiento y no a una realidad, como la laboral, que tiene muchos matices que considerar.

Para el caso del sector juvenil activo económicamente debería considerarse, por ejemplo, el tipo de espacios laborales que se abren ante las posibilidades de formación tanto académica como práctica, también el tipo de remuneración que obtienen por las labores desempeñadas o también, el tipo de superación profesional que pueden obtener al trabajar en un área determinada.

Sin embargo, todas estas variables no fueron presentadas en ningún momento de los seis meses de monitoreo de la sección. El enfoque más encontrado fue de tipo lúdico o de entretenimiento. Se contraponen, entonces, dos posturas acerca del joven. Una, en la que se le considera un actor social improductivo, dependiente de la economía familiar, pasivo y superficial; y la otra, en que el joven es parte de un sector demográfico que sí aporta a la economía nacional y se le adjudican tareas y labores a los que otros segmentos no tienen alcance. Es común encontrar en los periódicos y catálogos de ofertas de empleo que la edad es un factor de suma importancia a considerar por los aplicantes. El joven, desde este último punto de vista, es muchas veces dueño de su propia dinámica económica y no un ser dependiente.

BIBLIOGRAFÍA

- Bustos, Eduardo de (2000). La metáfora. Ensayos transdisciplinarios. Madrid: FCE.
- VI Censo de Población y Vivienda. El Salvador, 2007. Disponible en: <http://www.censos.gob.sv/sitepoblacion/index.html>
- Informe de la Coalición Centroamericana para la Prevención de la Violencia Juvenil (2007). San Salvador: IUDOP.
- Juris, Jeffrey (2002). "Violencia representada e imaginada. Jóvenes activistas, el Black Bloc y los medios de comunicación en Génova". Génova: Universidad de California, Berkley. Disponible en <http://www.investigaccio.org/ponencias/juris4.pdf>
- Nubiola, Jaime (2000). "El valor cognitivo de las metáforas". Publicado en P. Pérez-Illarbe y R. Lázaro (eds.), Verdad, bien y belleza. Cuando los filósofos hablan de los valores. Cuadernos de Anuario Filosófico No. 103. Pamplona, p 73-84.
- Reguillo, Rossana (2002). "El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada". Publicado en [Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura](#), No 29, p 63-79.
- Reguillo, Rossana (2000). "Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto". Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Rey, German (2005). "El cuerpo del delito. Representación y narrativas mediáticas de la seguridad ciudadana". Colombia. Disponible en http://www.fes.org.ar/PUBLICACIONES/El_Cuerpo_del_Delito_GRey.pdf
- Ricón, Omar (2005). "De los medios a los goces ciudadanos. La comunicación en la producción de la seguridad ciudadana". Bogotá. Disponible en <http://www.c3fes.net/pensamiento.htm>
- Sanpedro Blanco, Víctor (2004). "Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas". Publicado en CIDOB D'AFERS INTERNACIONALS, No 12, p 136-149.
- Segundo Estudio Regional Comparativo y Explicativo (SERCE). 2008. Disponible en: www.unesco.cl/medios/biblioteca/documentos/analisis_curricular_serce.pdf
- Tablante, Leopoldo (2005). "Representaciones sociales, medios y representaciones mediáticas". Revista Temas de Comunicación, 12. Caracas: Escuela Técnica Popular Don Bosco, p. 117-164.
- Vasilachis de Gialdino, Irene (2003). Pobre, pobreza, identidad y representaciones sociales. Barcelona: Editorial Gedisa, SA, p. 167-220.