X Congreso de la Sociedad Argentina de Lingüística. Universidad Católica de Salta, Universidad Católica de Salta, Salta., 2005.

"Juventud": mucho más que una palabra. Modos de representación en el discurso de la prensa escrita tucumana.

María Gabriela Palazzo.

Cita:

María Gabriela Palazzo (Diciembre, 2005). "*Juventud*": *mucho más que una palabra. Modos de representación en el discurso de la prensa escrita tucumana. X Congreso de la Sociedad Argentina de Lingüística. Universidad Católica de Salta, Universidad Católica de Salta, Salta.*.

Dirección estable: https://www.aacademica.org/gabriela.palazzo/8

ARK: https://n2t.net/ark:/13683/pf8d/Vxo

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

Universidad Católica de Salta

Sociedad Argentina de Lingüística

X Congreso Nacional de Lingüística

Organizado por:

Sociedad Argentina de Lingüística
Universidad Católica de Salta

IV centenario de la aparición de El Quijote

ACTAS

5, 6, 7 y 8 de julio de 2005
Salta – Argentina

ISBN 10:987-98411-1-5
ISBN 13:978-987-98411-1-2

Esp. María del Carmen Arce de Blanco (U.N.Ca)

Dra. Flora Guzmán de Tizón (U.N.Ju)

Dra. Marta Ontiveros (U.N.Sa. Tartagal)

Esp. Ana María Postigo de de Bedia (U.N.Ju.)

Esp. Silvia Sastre de Barbarán (U.N.Sa.)

Prof. Nelly Vargas Orellana (U.N.Sa.)

Esp. Lucinda Díaz de Martínez (U.N.Ju.)

Dra. María del C. Tacconi (U.N.T.)

Dra. Ana María Fernández Lávaque (U.N.Sa.)

Dr. Salvio Martín Menéndez (U.B.A)

Mg. Mabel Parra (UNSa, U.C.Sa.)

Esp. M. Elisa Zurita (U.N.C.)

Dra. Liliana Cubo de Severino (U.N.C.)

Dra. Ofelia Dúo de Brothier (U.N.C.)

Dra. Susana Martorell de Laconi (U.C.Sa.)

Lic. María T. Toniolo (U.N.C.)

Dra. Elisa Cohen de Chervonagura (U.N.T.)

Dra. Elizabeth Rigatuso (U.N. del S.)

Lic. Delia Dagum (U.N.Sa.)

Lic. Julia Zigarán (U.N.Sa.)

Lic. Cristina Fajre (U.N.Sa.)

Esp. Juana del Valle Rodas (U.N.Sa.)

Prof. Carmen Sánchez Lanza (U.N.R.)

Dra. Marta Torino (U.N.Sa.)

Dra. Magdalena Viramonte de Ávalos (U.N.C.)

Dra. Susana Boretti (U.N.R.)

Esp. Fulvia Lisi (U.N.Sa.)

Lic. Patricia Salas (U.N.Sa.)

Dra. Constanza Padilla (U.N.T.)

Esp. Olga Armata (U.N.Sa.)

Lic. Cristina Ferrer (U.N.R.)

Prof. Honoria Zelaya de Nader (U.N.T.)

“JUVENTUD”: MUCHO MÁS QUE UNA PALABRA. MODOS DE REPRESENTACIÓN EN EL DISCURSO DE LA PRENSA ESCRITA TUCUMANA.

PALAZZO, MARÍA GABRIELA

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES LINGÜÍSTICAS Y LITERARIAS HISPANOAMERICANAS (INSIL) – UNT – CONICET.

Área temática: Análisis del Discurso: político, jurídico, literario, mediático, etc.

Dirección postal: Don Bosco 3415 (4000) San Miguel de Tucumán

E-mail: gabupalazzo@yahoo.com.ar

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo analizar cómo la prensa escrita tucumana construye y reproduce imágenes y representaciones sociales de los jóvenes tucumanos en el discurso. Para tal fin se presentan los resultados del análisis de un extenso corpus de artículos periodísticos cuyo referente constituye el campo discursivo “juventud” y “jóvenes”.

Partiendo de la hipótesis de que éste es un objeto de análisis heterogéneo y complejo, nos proponemos, desde el análisis del discurso, establecer diferentes categorías dentro de las que los jóvenes son agrupados y definidos, lo que de algún modo delimita su lugar en la dinámica social. Esto supone la adopción una postura ideológica relacionada con las creencias y opiniones dominantes.

En el caso de la prensa escrita, el emisor asume por lo general una posición de saber y poder. Esto está en relación con lo ideológico manifestado – o implicado- en el discurso: lo que se dice acerca de un grupo social determinado proviene de un modo de concebir ese referente; se promueve así una creencia relacionada con el enunciador – representante de un grupo- dominante, en el contexto mayor del periódico. Comprobamos entonces que el discurso periodístico funciona entonces como mediador entre la realidad social y los destinatarios.

0. Introducción

El propósito del presente trabajo es proponer algunas de las categorías de `juventud' con las que opera el discurso en textos de la prensa escrita tucumana. Para tal fin tomaremos como marco teórico los aportes del Análisis del Discurso en general, haciendo referencia también a la Psicología Social y la Sociología como disciplinas complementarias.

La 'juventud', tal como hoy pudiéramos imaginarla – y entendiendo que hay muchas formas de hacerlo- es, como fenómeno, bastante reciente; los investigadores del tema acuerdan en ubicar el origen de los jóvenes como sujetos sociales en la posguerra. Se convierte entonces en una categoría construida, producto del acuerdo social.

En épocas de crisis y cambios adquiere mayor relevancia ya que en ella se proyectan, entre otras cosas, expectativas de las generaciones precedentes y de la sociedad en general.

Interpretamos "juventud" como un concepto cuyas características dependen de las variables que se tengan en cuenta para su conformación. En el uso y discursos corrientes, hablar de "la" juventud o de "los" jóvenes supone un acercamiento que homogeiniza prácticas y vivencias no homogéneas, sino, por el contrario, diversas. Por ello más que referirnos a 'la' juventud deberíamos hablar de 'las' juventudes

Es así como creemos que es necesario abordar distintos modos de concebir al sujeto joven principalmente a través de la observación del accionar de agentes sociales determinados: instituciones, prensa, Internet, grupos sociales definidos, y especialmente desde los jóvenes como productores y destinatarios del discurso.

1. Ese borroso objeto llamado "juventud".

Según Pierre Bourdieu (1990) (1), "la ´juventud´" no es más que una palabra, que responde a una construcción social imaginaria y representativa.

Sin embargo, sostenemos que la juventud es mucho más que "una" palabra; de hecho – y

en esto coincidimos con el autor- el uso de una sola palabra (y en singular) para mencionar un objeto tan escurridizo es un acto evidente de manipulación.

Es decir, desde nuestro punto de vista, las distintas comunidades imaginan a sus jóvenes con sus deberes y derechos, con sus funciones sociales determinadas. Esto se manifiesta en palabras en los diferentes discursos, con lo que podemos encontrar distintas categorías de representación de la juventud. Por otra parte, como concepto es multiforme, heterogéneo y por sobre todas las cosas, contingente, ya que depende y está en estrecha relación con el devenir de las culturas que lo configuran y delimitan.

De ningún modo puede atribuírsele a las juventudes roles predeterminados o una estructura de funcionamiento social fija. Sin embargo, afirmamos que es una construcción discursiva que tiene su basamento en la experiencia de algún modo influenciada en sus prácticas por la iteratividad de determinados discursos sociales.

Los medios de comunicación contribuyen a establecer los derechos y deberes de los jóvenes y a ubicarlos en el sistema social según intereses y metas de distintos grupos que ostentan el poder.

2. Construcción discursiva y representación social de los jóvenes en la prensa.

Las *representaciones sociales* se manifiestan a través de los diversos textos que circulan en la sociedad, tanto orales como escritos.

Entendemos por representación social, siguiendo a Moscovici (1986[1984]) (2) el proceso por el cual se establece una relación entre el sujeto (lo subjetivo) y el objeto. Es una forma de sentido común; un modo de pensamiento social. Una noción que sirve como modelo explicativo de las conductas sociales, y no designa meras actitudes. Este concepto es abarcador de otros como imagen, actitudes, percepciones sociales y estereotipos.

Los medios de comunicación, por su parte, constituyen uno de los agentes sociales más influyentes a la hora de producir y reproducir el pensamiento social en el discurso.

Sostenemos que la prensa construye y reproduce estereotipos juveniles, imágenes y representaciones sociales de los jóvenes tucumanos.

Para construir, necesariamente se debe seleccionar y omitir. Los jóvenes como referentes son frecuentemente tomados por la prensa, en distintas secciones de los diarios, y con intencionalidades diferentes también. Esto supone una postura ideológica relacionada con las creencias y opiniones dominantes.

Por otra parte, y siguiendo los postulados de Van Dijk (1996,1999, 2000), consideramos que el discurso es interacción; el uso de un discurso social es al mismo tiempo un acto social. Así, la noticia como discurso propone una interacción, que no es en co –presencia, pero que establece roles de los participantes de la construcción discursiva.

En el caso de la prensa escrita, la relación emisor-receptor y alocutor-alocutario es asimétrica. El emisor tiene [+conocimiento] que el destinatario; asume una posición de saber y poder producto de esa mediatez y distancia del discurso escrito, por una parte, y del contexto de producción, por otra.

Esta posición de mayor conocimiento está en relación con lo ideológico manifestado – o implicado- en el discurso: lo que se dice acerca de un grupo social determinado proviene de un modo de concebir ese referente; se promueve así una creencia relacionada con el enunciador – representante de un grupo- dominante, en el contexto mayor del periódico. De este modo, el discurso funciona como mediador entre la realidad social y los destinatarios.

Existe una construcción social de la juventud que, como afirma Nauhardt (1997:36) es producto de diversos factores: grupos sociales, ideologías, etc. Para esas construcciones sociales hay discursos particulares que delinearán, por un proceso de selección y omisión,

rasgos “propios de” los jóvenes. De este modo, se conformarán discursos de alienación, censura o valoración positiva de la juventud, los jóvenes, sus conductas y su lugar en la sociedad.

Por otra parte, se define entonces **construcción social** como “el proceso de interacción social por el cual se forman estas ideas y representaciones, y que se constituye como una imagen ideologizada y general sobre determinada idea”.

3. Análisis general del corpus: delimitaciones del lugar social de los jóvenes en el discurso de la prensa.

La discursivización de lo que es un joven “normal” supone distintos agentes que construyen y reconstruyen su imagen; cada uno ellos se manifiesta y expresa en prácticas discursivas propias de su esfera a través de distintos géneros del discurso, de allí que hablemos de **construcción discursiva de la juventud** en la prensa.

Escogimos los dos diarios más leídos de Tucumán, donde frecuentemente se toma como objeto de discurso a la juventud.

Nuestro corpus consta de más de 200 textos de la prensa pertenecientes a los diarios *La Gaceta* y *El siglo*, entre los años 2001 y 2004 en cuyos titulares se mencionan los términos “joven”, “jóvenes”, “juventud” y “adolescencia”, con lo que se conforma el *campo discursivo* correspondiente (Verón, 1987: 14-15) (3).

Una primera observación cuantitativa nos permite afirmar que el tema “juventud” es uno de los más frecuentes en el diario *La Gaceta* no así en *El Siglo*. Otra diferencia la encontramos en las secciones en las que se tematiza este referente. En el caso de *La Gaceta*, la mayor proporción de artículos y notas está en la sección Información General (42 %), seguida por Policiales (13%) y Actualidad (10%), mientras que en *El Siglo* el mayor porcentaje corresponde a la sección Policiales (51%) e Información General (29%).

Esto es un primer índice de la valoración y construcción discursiva de la imagen que tiene la prensa tucumana acerca del lugar social del joven.

En la descripción y análisis cualitativo del corpus confirmamos que la construcción discursiva de la juventud tucumana es producto de construcciones y representaciones sociales. Al respecto coincidimos con Marcos Nauhardt (op.cit.), quien entiende que la construcción social de la juventud "crea dualidades en los papeles de los jóvenes en el medio social", y así se refiere a un **"**péndulo social" que va de la represión al aliento a los jóvenes. Este fenómeno fue constatado en el estudio de nuestro corpus.

Por otra parte, y en relación con la variable ideológica del discurso, tomamos del análisis del discurso el concepto operativo de *creencia* (Van Dijk, 2003) como parte de la memoria social a la hora de analizar las construcciones del objeto "juventud". Así, comprobamos que los textos de *La Gaceta* y *El Siglo*, en tanto formas de construcción discursiva y generadores y reproductores de ideología contienen creencias acerca de lo que los distintos grupos sociales imaginan sobre los jóvenes y la juventud. Pero fundamentalmente topicalizan las normas y valores que consideran válidos o erróneos.

Finalmente, nos referimos a las imágenes que conforman el imaginario en torno a los jóvenes tucumanos y que funcionan como esquemas de conocimiento; en este sentido el discurso recupera de la memoria colectiva los estereotipos de juventud como (4): edad cronológica, período evolutivo, edad social, frescura, vitalidad (romanticismo), paraíso perdido (mito), transgresión/ rebeldía, incompletitud/minoría de edad, producto histórico-social y subcultura (5).

Las imágenes y representaciones sociales discursivizadas van delimitando distintas definiciones de juventud, según el contexto del que se trate. Esto abona nuestra hipótesis de que el discurso de la prensa contribuye a reinsertar y reproducir en la sociedad las creencias sociales más difundidas.

2.1. Categorías de representación de la juventud

Con fines operativos y analíticos distinguimos tres variantes en la categorización del concepto, de acuerdo a cómo se lo utilizaba en diferentes contextos discursivos (6):

a. La edad biológica: en prácticamente todos los textos en análisis, junto con los términos relacionados con la juventud o la adolescencia (7) se especifica la edad como un elemento constitutivo del estado de juventud. Ser joven es tener determinada edad (8) , que oscila entre los 14 y 25 años.

b. El lugar social: esta categoría se refiere al lugar antropológico que ocupan, en este caso, los jóvenes, y que puede rastrearse en la puesta en discurso. Aquí se agrupan las noticias que "ubican" al joven y su papel social en relación con el contexto de crisis mediata o inmediata (9).

De aquí se desprenden dos clases de valoraciones, que a su vez contienen subdivisiones: una valoración negativa, que correspondería a los jóvenes marginados, fuera del sistema y de la ley, imaginados como "problema" (causa) de la inseguridad, la proliferación de vicios, etc. Dentro de esta valoración negativa hay una variante, que no considera a los jóvenes negativamente, sino al lugar social en que los coloca el contexto de crisis económica y de valores. En este grupo están aquellos jóvenes que no pueden concretar sus ideales como sujetos sociales.

La valoración positiva del discurso los ubica como agentes del cambio social y cultural; son también producto de la crisis pero tienen esperanzas y a pesar de la situación conflictiva, pueden llevar a cabo sus proyectos.

Por otra parte, este discurso relaciona juventud con inserción laboral, distinguiendo así la función social de los jóvenes de la de los adolescentes. Cuando el discurso topicaliza la adolescencia es en relación con conflictos evolutivos. Sin embargo, en la selección léxica se usan los términos como sinónimos.

Más allá de esta distinción, observamos otra diferencia semántica entre los diarios que tomamos como muestras: el discurso de los periodistas de *La Gaceta* manifiesta actitudes de paternalismo frente a los jóvenes como conjunto social, mientras que en *El Siglo* se advierte una mayor carga negativa en las valoraciones.

c. La edad social: entendemos este concepto en el sentido sociológico de rol que cumplen en la sociedad las personas. Lo diferenciamos del de "edad biológica" y de "edad psicológica" (competencia conductual) (10). Martín Criado (2003) relaciona la edad social con la "clase de edad", en tanto fronteras entre distintas condiciones asociadas a la edad. Desde este punto de vista observamos que el discurso topicaliza las prácticas juveniles desde la mirada adulta, poniendo énfasis en la diferencia generacional, desde la que el joven es homogeneizado como un sujeto que vive en un estado mitificado de transición a la vida adulta. En relación con esta categoría encontramos la de **identidad**, que se manifiesta discursivamente al aludir a esas prácticas juveniles como signo dual de diferenciación del mundo adulto y de identificación con el grupo. Se tematizan prácticas juveniles diferenciadoras y portadoras de signos identitarios. Existe también al respecto una especie de discurso de extrañamiento frente a estas prácticas en tanto rompen con la convencionalidad de la vida adulta.

Con respecto a las fuentes de las noticias y artículos estudiamos qué tipo de voces se consultan para legitimar el discurso. Por lo general, según el tópico que se trate, se cita a personas que funcionan como agentes sociales autorizados (especialistas, funcionarios, representantes de la comunidad, vecinos). En la mayoría de los casos son *citas de atribución directa* (Fontcuberta, 1993) por estar explícito su origen. Además encontramos que, si bien los jóvenes son el referente del discurso, no siempre son parte del contexto discursivo como fuente autorizada.

3. Conclusiones

De acuerdo a lo descripto y analizado en este trabajo, podemos concluir lo siguiente:

a) La prensa escrita constituye uno de los agentes sociales con mayor poder para producir y reproducir tendencias e ideologías en forma masiva, considerando que su discurso goza de cierta legitimidad y consenso entre la sociedad.

b) En relación con la construcción discursiva de la juventud en Tucumán, los diarios *La Gaceta* y *El Siglo* operan discursivamente de acuerdo a creencias y representaciones sociales, consolidando distintas formas de valorar a los jóvenes tucumanos. Debido a que la construcción discursiva homogeiniza prácticas y participantes del accionar discursivo y social, se trata de un discurso dominante que alcanza a una gran parte de los miembros de la sociedad.

c) El lugar social en el que el discurso coloca a la juventud no es unívoco y en muchos casos es contradictorio. En este trabajo clasificamos distintas formas de representar e imaginar a la juventud y los jóvenes en el discurso periodístico escrito.

d) El análisis del discurso nos proporciona las herramientas metodológicas adecuadas para describir y analizar este tema, de constante actualidad e interés para las ciencias sociales.

Notas

(1) Bourdieu, Pierre (1990): "La *juventud* no es más que una palabra", *Sociología y Cultura,* México.

(2) Moscovici, S. (1986): *Psicología Social, II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona, Paidós. La discusión sobre las representaciones sociales puede encontrarse en T. Rodríguez(2003): "El debate de las representaciones sociales en la Psicología Social" en *Relaciones*, invierno, Vo.24, nº93. México: El Colegio de México, pp.51-80; en M. Mora(2002): " la teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici", en *Atenea Digital nº 2*,otoño 2002, pp.1-25 y en J. Lazo Cividanes: "La ideología:de las representaciones sociales al poder simbólico" *Politeia* v.29 Caracas jul. 2002.

(3)Verón, E. (1987): "La palabra adversativa".En *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Buenos Aires: Hachette.

(4)Cada una de estas imágenes sociales está relacionada con un contexto situacional y de producción determinado. Por ejemplo, la imagen de joven como frescura/ vitalidad aparece en las notas referidas al Día del Estudiante. La imagen de joven como problema o amenaza es frecuente en las crónicas policiales, etc.

(5) Una gran cantidad de investigaciones sobre juventud en la actualidad se aboca al estudio de las subculturas juveniles desde la perspectiva sociológica. Proporcionalmente es notoriamente inferior el análisis pragmático-discursivo.

(6) Un completo estudio descriptivo de las distintas construcciones discursivas de la juventud en las ciencias sociales se encuentra en J. Revilla Castro (2001): " La construcción discursiva de la juventud: lo general y lo particular", *Papers 63/64*, pp.103-122.

(7) Estos términos se usan como sinónimos en todos los casos.

(8)La Asamblea de las Naciones Unidas estableció en 1985, Año Internacional de la Juventud, que ésta comprende las personas que se encuentran entre los 15 y 24 años.

(9) Llamamos "crisis mediata" a la que va más allá de comienzos de este siglo, y "crisis inmediata" a la crisis estructural generada por el gobierno de Fernando De la Rúa, específicamente a la situación crítica de la provincia de Tucumán.

(10) Las distintas edades sociales (niñez, juventud, adultez, vejez) varían históricamente, están definidas por ciertas legitimidades y formas de actuar, y reflejan los efectos de las normas que rigen los comportamientos de los individuos (M. Villa y L. Rivadeneira, 2001).

Bibliografía

Bourdieu, P. (1990) : " La `juventud no es más que una palabra´"en *Sociología y Cultura*, México, 1990 (pp. 163-173)

Fontcuberta, M.de (1993): *La noticia*, Barcelona: Paidós

Criado, M. Universidad de Sevilla GENERACIONES / CLASES DE EDAD BOURDIEU/ PODER / ESPACIO SOCIAL / CLASES / POLITICA [http:.www.cholonautas.edu.pe/pdf/]

Moscovici, S. (1986): *Psicología Social, II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona, Paidós.

Nauhardt, Marcos (1997) : "Construcciones y representaciones. El péndulo social en la construcción social de la juventud". *JOVENes*, México, n.3, ene-mar. 1997. p 36 -47

Van Dijk, Teun (2000): *El discurso como interacción y proceso*, Barcelona, Gedisa.

---------- (2003): *Ideología y discurso*, Barcelona, Ariel.

Verón, E. (1987): "La palabra adversativa".En *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Buenos Aires: Hachette