



## **Análisis de la construcción mediática sobre la juventud en España. El tratamiento en las noticias de prensa, radio y televisión durante el 2006**

### **Analysis of Media Construction of the Spanish Youth. News Treatment in the Press, Radio and Television during 2006**

**María Cristina Pinto Arboleda<sup>(\*)</sup>**  
Universidad Complutense de Madrid - España  
[mcpintoa@gmail.com](mailto:mcpintoa@gmail.com)

---

#### **Resumen**

*Determinar la relación entre la representación de los asuntos juveniles en los medios de comunicación de masas y la situación general de los jóvenes españoles, se convirtió en uno de los principales ejes de análisis para el desarrollo de una investigación realizada por encargo del Instituto de la Juventud en España (INJUVE). En específico, el Instituto se interesó por el estudio de la imagen de los jóvenes en estos medios; así como también por observar cómo se les presenta ante el público y en qué circunstancias son noticia o forman parte de ella. El presente artículo, describe los objetivos, planteamiento metodológico y principales resul-*

#### **Abstract**

*This research has been commissioned by the Spanish Instituto de la Juventud (INJUVE). The aim of the research was to determine the relationship between the mass media representations of youth issues and the youth's general situation. Specifically, the Institute was interested in the study of the youth's image in the media, as well as in observing how they are presented to the public and under which circumstances they appear in the news. This article describes the objectives, methodology and main results of the investigation. In particular, the young people's representations elaborated by the Spanish mass media were analyzed*

*tados obtenidos de la investigación. Concretamente, se analizaron las representaciones juveniles que construyen los medios de comunicación en España, a través del estudio de las noticias aparecidas en prensa, radio y televisión durante el año 2006.*

**Palabras clave:** jóvenes, representaciones, análisis de contenido, análisis mediacional de noticias.

*through the study of a sample of the news which appeared in the press, the radio, and the television during 2006.*

**Keywords:** youth, social representations, content analysis, mediation analysis of news.

---

## INTRODUCCIÓN

El estudio de las relaciones que se establecen en nuestras sociedades, entre los sistemas sociales y la comunicación pública a través del análisis del cambio social, se planteó como la principal premisa para realizar esta investigación. Esto como resultado de la manifiesta participación de la comunicación pública en general y de los medios de comunicación de masas, los cuales juegan un papel estratégico como cauces informativos institucionales que gozan de gran influencia y notoriedad entre las audiencias.

Diversas investigaciones se han centrado en el análisis de los cambios sociales tomando como eje principal los productos comunicativos de los medios de comunicación de masas (noticias), como *reflejo* de los cambios que se producen en un determinado entorno social. Estos medios se encargan de difundir una determinada visión de los hechos ofreciendo unas representaciones de la realidad que se ajusten a los intereses de la audiencia.

El Instituto de la Juventud (Injuve), en el intento de indagar un poco más sobre esta realidad, se interesó por el estudio de la imagen de los jóvenes en estos medios; por intentar conocer cómo se les presenta ante el público y en qué circunstancias son noticia o forman parte de la noticia. Con esta finalidad, encargó un análisis de un corpus de información previamente seleccionada.

En los discursos mediáticos noticiosos, las referencias a la juventud tienen una presencia constante, tanto como colectivo juvenil en general, como las personas jóvenes en particular. Motivo por el que nos interesamos en aplicar una metodología que permitiera aproximarse a las diferentes representaciones de la juventud y del colectivo de jóvenes que desde los medios se ponen a disposición de las audiencias, con el objetivo de conocer las visiones de lo juvenil con las que los receptores conforman su universo cognitivo, y que en muchos casos orientan sus acciones sociales cuando valoran, juzgan, opinan, etc., sobre la realidad juvenil.

Con el objetivo de analizar dichas representaciones juveniles que se muestran en los medios, para nuestra investigación se realizó un estudio de las noticias aparecidas en prensa, radio y televisión durante un periodo de tiempo determinado, concretamente entre los meses de octubre y noviembre de 2006.

Se estudiaron las características generales de los medios abarcados y los personajes que intervienen en las noticias, con especial atención a la participación de los jóvenes y a la visión que de ellos ofrecen los relatos informativos seleccionados. Con el estudio de dichos relatos se ha tratado de conocer el papel que juegan los jóvenes en las noticias dirigidas a ellos o que versan sobre ellos.

Para complementar el análisis, pareció oportuno comparar los datos obtenidos a partir del análisis de las noticias, con información obtenida de diversos estudios, encuestas y publicaciones sobre los diversos aspectos juveniles abordados por el Instituto de la Juventud.

Si bien es cierto que el corpus manejado en la investigación no permite una generalización de los resultados al conjunto de medios de comunicación, no obstante se observan ciertas pautas de actuación que hacen prever la existencia de algunos patrones mediacionales en los modos de tratar, organizar y difundir la información sobre la juventud.

El *objetivo general* de esta investigación, consistió en identificar los distintos modelos mediadores a través de las prácticas institucionales que condicionan la producción de información destinada a las audiencias de los medios de comunicación de masas.

De forma *específica*, se pretendía dar respuesta a otras cuestiones más concretas, tales como:

- Conocer la adscripción temática de los acontecimientos juveniles por parte de los mediadores comunicativos; es decir, dar cuenta de cuáles son aquellos temas con los que se vincula más frecuentemente a los jóvenes, o en definitiva, conocer el porqué los jóvenes son noticia o forman parte de ella en un momento dado.
- Analizar los ámbitos geográficos y los entornos espaciales en los que se desarrollan más frecuentemente los acontecimientos juveniles, tratando de observar el proceso de selección espacial que llevan a cabo los distintos mediadores sobre la espacialidad de la realidad juvenil.
- Determinar el grado de participación de los distintos personajes en la noticias, especialmente la que se atribuye a los propios jóvenes. ¿Intervie-

nen los jóvenes en las noticias para jóvenes?, ¿lo hacen de forma activa o pasiva?, ¿en qué proporción, con respecto a la aparición de otros personajes no-jóvenes en las mismas noticias?

- Observar cuáles son los perfiles juveniles que con mayor frecuencia se reflejan o reproducen en los medios, a fin de vislumbrar la existencia de algún tipo de patrón predeterminado en función del tema de las noticias o del tipo de medio en que éstas se publican.

### 1. PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE NOTICIAS

En función de los objetivos generales y específicos establecidos previamente, se diseñó un primer modelo de protocolo de recogida de datos, que sirvió para efectuar la primera toma de contacto con el contenido de la muestra de noticias facilitada por el Instituto de la Juventud.

Las etapas posteriores de la investigación fueron la recogida de la información, directamente desde las noticias originales, y el tratamiento de dichos datos, previa exportación a un paquete estadístico que se empleó para tales fines. Finalizado este proceso, se elaboraron el informe de resultados y las conclusiones del estudio.

De forma complementaria al proceso descrito, y con el objeto de realizar un análisis más completo acerca de la imagen de los jóvenes en los medios, pareció oportuno intentar contrastar los resultados obtenidos de la investigación con fuentes de información e investigación del Instituto de la Juventud, teniendo en cuenta que dicha entidad es el referente más representativo de cuantas instituciones se ocupan del análisis y el estudio de las problemáticas juveniles en España<sup>1</sup>.

- *Universo*: por encargo del Injuve, a partir de los fondos disponibles en el listado de medios de la empresa TSN Media Intelligence, esta misma entidad llevó a cabo un vaciado de las noticias que habían sido publicadas en prensa (diarios y revistas), radio y televisión durante los meses de octubre

---

<sup>1</sup> Especialmente útiles han resultado los apartados dedicados a los medios de comunicación que habitualmente tienen cabida en las investigaciones del Observatorio de la Juventud de España. Nos referimos a trabajos como los *Sondeos de opinión y situación de la gente joven, Juventud en Cifras* o la propia *Revista de Juventud*, como también a otros estudios e investigaciones financiados por el Instituto de la Juventud.

y noviembre de 2006 y cuya temática versaba sobre jóvenes, o en las cuales intervenían jóvenes. El volumen de noticias seleccionadas, que comprendía diversas ediciones y emisiones de carácter nacional, autonómico y local, ascendía a 2.747 títulos, de las cuales 1.885 eran noticias de prensa escrita, 509 grabaciones de radio y 353 de televisión.

- *Muestra*: el tamaño de la muestra es de 547 noticias, distribuidas de forma proporcional.

**Tabla 1. Distribución de la muestra de noticias según el tipo de medio.**

1. Medio en el que se publica la noticia		
	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
Prensa	377	69%
Radio	101	18%
Televisión	69	13%

- *Procedimiento de muestreo*: se realizó un muestreo aleatorio, teniendo en cuenta el medio donde se publicó la noticia y el tema principal asignado a esa noticia. La selección de las diferentes unidades muestrales se hizo de forma aleatoria.

- *Error muestral*: el error de muestreo que se comete para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95,5%, siendo  $P=Q$ , y en el supuesto de un muestro aleatorio simple es de  $\pm 3,83\%$ .

- *Trabajos realizados con la muestra*: el método empleado para la realización del estudio consistió en el vaciado de la información de los documentos originales a partir de su lectura, audición o visualización y su volcado a una base de datos, en la cual se diseñó un protocolo específico para esta tarea.

Posteriormente, tras la organización y clasificación de dichos contenidos, se llevó a cabo la exportación de los datos a un paquete estadístico para su tratamiento, cuya información permitió el diseño del Plan de Explotación, el análisis y la extracción de resultados y conclusiones.

### 1.1. Elaboración de un Protocolo de Análisis

Siguiendo los objetivos propuestos en la investigación, se diseñó un protocolo para optimizar el vaciado de los documentos originales. Esta elaboración tenía en cuenta que se recogiese toda la información potencialmente relevante de la noticia en sí como de la información contenida en la noticia acerca de los personajes, y muy especialmente de los personajes jóvenes.

El protocolo de recogida de datos se distribuyó en dos cuestionarios diferentes: uno con la información de las noticias y otro que recopila los datos de los personajes que intervienen en ellas.

El protocolo de recogida de información se estructuró en 5 apartados o bloques de datos generales:

a) *Campos de control*: la creación de un primer bloque de campos de control respondió a la necesidad de tener identificadas y controladas en todo momento las noticias que conforman el corpus de la investigación, minimizando los posibles errores.

b) *El medio en el que se publica la noticia*: con datos relativos a los medios de comunicación responsables de la noticia (prensa, radio, televisión), como también el ámbito de difusión de los mismos.

c) *La noticia*: este bloque de datos, destinado a la recogida de diversa información acerca de la noticia en sí misma, se subdividió en otros cuatro apartados que determinan otras tantas perspectivas de análisis: el ámbito de la noticia, el tema, la espacialidad y el encuadre noticioso.

Por una parte, interesaba conocer la cobertura de la noticia, es decir, saber a qué población estaba destinada la información publicada. Se recogió también la temática de la noticia a dos niveles: el tema general, que se agrupó empleando la lista de categorías temáticas utilizada por el Servicio de Comunicación del Injuve y, de forma complementaria a éste, cuál era el aspecto o tema específico dentro de la noticia con el cual se vincula a los jóvenes. Esta especificación permitiría posteriormente, además de concretar un poco más el tema principal de la noticia, determinar cuáles son los contenidos con los que se enfatiza más la presencia de los jóvenes.

d) *Los personajes*: este bloque de análisis relativo a los personajes contemplaba una batería de preguntas con las que se pretendía indagar tanto en las características sociodemográficas de los personajes como en su función y actividad en la noticia y en el relato. Interesaba especialmente la aparición y/o participación de personajes jóvenes, aunque se han recogido todos y cada uno de los intervinientes, tanto si figuraban de forma activa como pasiva e independientemente de la categoría de dicho personaje.

e) *Observaciones*: se definió un apartado general de observaciones con el objeto de disponer de un espacio en el que poder anotar cualquier incidencia, dificultad en el análisis, sugerencias de cara a la modificación del cuestionario, etc.

## **2. RESULTADOS**

El conjunto de noticias recogido para esta investigación incluyó 2.747 unidades, que porcentualmente quedaron distribuidas en la muestra de la siguiente manera: prensa 69%, radio 18% y televisión 13%.

El corpus de noticias seleccionadas correspondía mayoritariamente a medios de ámbito regional o autonómico (75%). En menor medida se trataba de noticias pertenecientes a medios de cobertura o ámbito geográfico nacional (20% de los casos) y fueron muy escasas las noticias recogidas de ámbito local (5%).

### **2.1. Los ámbitos temáticos a los que se adscriben los acontecimientos noticiosos juveniles**

Como ya se ha comentado, se recogió la temática de la noticia a dos niveles: el tema general, utilizando la lista de categorías temáticas empleada por el Servicio de Comunicación del Injuve, y complementariamente el tema específico con el que se vincula a los jóvenes, para poder determinar cuáles son los contenidos en torno a los que se enfatiza y concretar en mayor medida la presencia juvenil en los medios. Al mismo tiempo se trató de determinar los puntos de vista específicos de la temática general.



El análisis temático ha sido frecuentemente utilizado en los estudios sobre productos comunicativos de los medios de comunicación, y más concretamente en el estudio de las noticias.

Los conceptos de tematización y la teoría de la agenda setting<sup>2</sup> remiten al poder que ejercen los medios para influir y determinar el grado de atención que los públicos prestan a determinados temas. La agenda de temas surge de la actividad de los profesionales de la información en el marco de las organizaciones en las que desempeñan su labor comunicativa.

La selección de acontecimientos sobre determinados temas, a la vez que se silencian o evitan otros, determina la importancia o el orden de prioridades que orienta la atención y la opinión pública. Las audiencias son sometidas por los medios a un proceso de aprendizaje en el cual los contenidos públicos de las noticias muestran un repertorio de temas sobre los que se entretienen, dialogan, discuten, etc.

La codificación se llevó a cabo agrupando los temas de la forma en que se muestra a continuación.

---

<sup>2</sup> La teoría de la agenda setting, remite al concepto acuñado por McCombs y Shaw (1972) desde la investigación sobre los efectos de los medios de difusión en la opinión pública. Las investigaciones desde esta perspectiva teórica prueban la elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los temas que interesan a sus audiencias.

**Tabla 2. El tema general de la noticia, utilizando la lista de categorías temáticas empleada por el Servicio de Comunicación del Injuve**

<b>Área de Emancipación: empleo y vivienda</b>	Vivienda Empleo
<b>Área de Participación</b>	Solidaridad y voluntariado
<b>Área de Convivencia y diversidad</b>	Violencia Valores y ciudadanía Inmigración Relaciones familiares
<b>Área de Hábitos de vida saludable y medio ambiente</b>	Botellón Salud Toxicomanías Tráfico
<b>Área de Ocio, cultura y tiempo libre</b>	Economía y consumo Estilos de vida Información y tecnología Ocio y tiempo libre
<b>Área de Formación</b>	Formación
<b>Otros</b>	General

De la aplicación del citado listado, que es el que habitualmente utiliza el Injuve para categorizar, agrupar y tratar la información desde su servicio de prensa, se ha observado que el tema que más noticias incluye es el del botellón<sup>3</sup> con el 19% de noticias, seguido de las noticias de violencia (13%) y de vivienda (10%). Las noticias de ocio y tiempo libre suponen el 9% de las seleccionadas, las de formación el 8% y las de empleo y de toxicomanías el 7% respectivamente.

Los grupos de noticias menos numerosos corresponden a temas como economía y consumo (6%), salud (4%), solidaridad y voluntariado

<sup>3</sup> En España se denomina botellón a la reunión de gente joven en espacios públicos donde una de las prácticas habituales es la ingesta de bebidas alcohólicas.

(3%), información y tecnología (2%), valores y ciudadanía (2%), estilos de vida (2%), tráfico (2%), inmigración (1%) y relaciones familiares (1%).

La selección temática de noticias por parte de los distintos medios ofrece algunas diferencias que muestran las primeras claves mediacionales de producción informativa institucional:

- En la prensa aparecen un mayor número de noticias sobre botellón (25%), sobre ocio y tiempo libre (9%) y sobre vivienda (10%).
- En la radio aparecen sobre todo noticias sobre violencia y delitos (29%), sobre vivienda (13%) y sobre toxicomanía (10%).
- En la televisión los acontecimientos juveniles más frecuentes corresponden a violencia y delitos (16%) y a botellón (10%). Cabe resaltar que en el formato televisivo la escenificación del universo juvenil cobra especial importancia. Es el medio por excelencia para reforzar los estereotipos en temas como consumo de alcohol y de sustancias adictivas, por su gran impacto mediático.

Área de hábitos de vida saludable y medio ambiente (32%) [Botellón + Salud + Toxicomanías + Tráfico]

En este apartado se puede observar el tratamiento que los medios hacen del tipo de prácticas sociales que influyen en la calidad de vida de las personas jóvenes.

Merece especial atención citar el hecho de que en España la principal causa de muerte en grupos de población joven (15 a 29 años), está relacionada en un porcentaje mayoritario con factores asociados a causas externas a la salud (63%). Según la información incluida en el apartado de *Juventud en Cifras* del Observatorio de la Juventud en España (Injuve), en 2004 casi la mitad de fallecimientos de jóvenes se deben a accidentes de tráfico (33% del total de muertes), seguidos de los suicidios y las lesiones auto inflingidas que llegan a suponer casi un 11% del total.

Como se planteaba en el Plan de Juventud 2005-2008, el estado de salud no parece un problema demasiado grave entre los/as jóvenes españoles/as. El porcentaje de noticias recogidas sobre salud es de un escaso 4% y se centra en enfermedades relacionadas con adicciones que, en

los últimos tiempos, han ido adquiriendo un carácter cada vez más general. Se recoge un 7% de noticias que abordan exclusivamente toxicomanías, especialmente acontecimientos sobre las drogodependencias juveniles. En general se detecta un tratamiento superficial del problema donde destaca el enfoque jurídico-policial por encima del socio-sanitario. Asimismo, suele abordarse como un problema juvenil cuando alcanza a la totalidad de la población.

El botellón es el tema que más destacan los medios de comunicación (19%) en el tratamiento informativo de los jóvenes. La mayor parte de las noticias recogidas sobre botellón se ocupan sobre la Ley antibotellón (generalmente de la promulgación de leyes en las diferentes comunidades autónomas) y sobre los marcos jurídicos de su aplicación. Asimismo, tiene un lugar de importancia la respuesta que diversas instituciones pretenden dar a este fenómeno en tanto lo consideran un problema de orden público<sup>4</sup>.

En estas noticias, los jóvenes suelen jugar un especial protagonismo, aunque en numerosos casos aparezcan tratados negativamente en tanto se enfatiza en los conflictos surgidos a causa de las borracheras. Pocos son los medios que utilizan información de estudios e investigaciones sobre el tema y, por lo tanto, pasan por alto que, por ejemplo la evolución del consumo de bebidas alcohólicas en la gente joven ha disminuido en aproximadamente cinco puntos dentro de un periodo de ocho años (1998-2004) y diez puntos en el grupo de edad de 25 a 29 años.

El hecho de que los medios no concedan apenas espacio a los temas de salud reproductiva y sexual no se corresponde con la realidad juvenil en cuestiones como los embarazos no deseados y los abortos, que ha venido incrementándose paulatinamente entre la población juvenil femenina en los últimos años.

Los accidentes de tráfico (2%) son un problema social de especial trascendencia entre la juventud española. La accidentalidad vial entre los jóvenes frecuentemente aparece ligada a la asociación de varios comportamientos de riesgo: consumo de alcohol y drogas, actividades de ocio

---

<sup>4</sup> Hay que tener en cuenta que la sobredimensión muestral de noticias relacionadas con este tema, responde a dos hechos: por un lado, el tiempo que abarca la muestra coincide con el comienzo del curso académico (octubre) y el reencuentro con compañeros suele ser motivo de celebración. Por otro lado, la discusión y aprobación en Andalucía de la Ley Antibotellón en el mes de octubre de 2006.

nocturno, conducción imprudente entre los jóvenes, etc. España ocupa uno de los peores lugares en la Unión Europea en materia de seguridad vial. Ello supone que los accidentes sean la primera causa de muerte en los jóvenes de 18 a 24 años y que uno de cada cuatro muertos en accidente de tráfico registrado en España es menor de 25 años, cuando esta población representa sólo el 17% de los conductores.

Área de ocio, cultura y tiempo libre (19%) [Economía y consumo + Estilos de vida + Información y tecnología + Ocio y tiempo libre]

Respecto a las actividades de ocio, cultura y tiempo libre, los medios generalmente cumplen una función de tipo valorativo. El consumo de diferentes bienes y servicios se promociona como una actividad positiva. Se ha podido observar por ejemplo, el valor que dan las noticias al tipo ideal de joven como aquel que accede a una hipoteca y trabaja para asumir su responsabilidad.

En este ámbito, se aprecia el interés por tratar el tema juvenil como nicho de mercado especialmente por parte de las entidades bancarias, a partir de la oferta de productos específicos para jóvenes (tarjetas de descuento, hipotecas jóvenes, etc.). De este modo, las noticias sobre economía y consumo (6%) están relacionadas sobre todo con la intervención institucional privada (iniciativas de entidades financieras para jóvenes), seguidas de las intervenciones de las instituciones públicas (fomento público de las actividades empresariales).

El ocio y tiempo libre (9%) aparece como un eje transversal en los procesos de desenvolvimiento de los jóvenes, y se asocia con múltiples actividades de distinta naturaleza y características: ocio nocturno, consumo de alcohol, uso de TIC, ocio relacional. Dicha transversalidad implica algunas dificultades a la hora de acotar tanto las actividades como los espacios y temáticas desde las que se aborda el ámbito del ocio juvenil.

La mayoría de las noticias seleccionadas para esta investigación sobre ocio y tiempo libre hacen referencia a la intervención de los poderes públicos en la promoción de actividades de ocio: actividades culturales, fomento de la actividad deportiva, jornadas sobre ocio alternativo, etc. Sin embargo dichas actuaciones, en muchos casos, han concluido en fracaso debido principalmente al desconocimiento de las necesidades reales de ocio de los jóvenes, a la falta de dotación de medios e infraestructuras, y al re-

chazo de los propios jóvenes, que ven en dichas iniciativas un tipo de ocio dirigido y controlado del que rehúyen.

En cuanto al abordaje de los estilos de vida juveniles, en principio se detectan pocas noticias (2%), y están referidas a conflicto entre actores (violencia entre jóvenes, bandas juveniles, problemas de inmigración, etc.). Las nuevas realidades sociales promovidas por la inmigración son abordadas por los medios destacando los sucesos delictivos que parecen amenazar las formas tradicionales de convivencia.

#### Área de Formación (8%)

Dentro de esta área, la mayor parte de las noticias seleccionadas por los medios tratan también sobre la intervención de las instituciones en el fomento y la promoción de la formación (especialmente la reglada). Esta visión mediática de la juventud sí parece estar en mayor consonancia con la preocupación que muestra una buena parte del colectivo juvenil por cumplir con las normas de la educación reglada (les preocupa el fracaso escolar, poder elegir carrera, el abandono escolar por falta de medios, la formación para el empleo, etc.).

Los medios siguen construyendo un discurso casi exclusivamente institucional sobre la formación de los jóvenes, centrándose únicamente en los estudios formales. En este sentido, contribuyen a invisibilizar capacidades y conocimientos profesionales provenientes de una educación no formal.

#### Área de emancipación: empleo y vivienda (17%) [Empleo + Vivienda]

El trabajo, el empleo y los múltiples aspectos relacionados con este ámbito de la actividad son los problemas que generan más inquietud entre los jóvenes españoles. Dichas preocupaciones aparecen acentuadas entre los 25 y 29 años.

Las informaciones relativas a este tema se centran en la situación y características del empleo juvenil. También es importante el número de noticias sobre la intervención institucional pública en este ámbito de la promoción y fomento del empleo juvenil.

Los datos aportados desde el Injuve ofrecen un panorama no demasiado halagüeño de la realidad juvenil en materia de empleo. Los jóvenes que se dedican en exclusiva al trabajo suponen el 39% del colectivo, a la mitad de los cuales su salario no les permitía ser totalmente independientes económicamente. La cuestión de la emancipación familiar es una de las principales preocupaciones personales de los jóvenes.

La mayor parte de las noticias sobre vivienda seleccionadas por los medios en esta investigación hacen referencia a la respuesta de las instituciones públicas (políticas públicas de vivienda, ayudas para jóvenes, etc.), aún cuando la realidad es que dicha intervención es más bien escasa.

Los medios se limitan, en muchos casos, a dar cuenta de la respuesta institucional y privada desde una perspectiva exclusivamente económica, con soluciones financieras como los planes de hipotecas juveniles, y no de sus repercusiones sociales. En el tratamiento mediático del tema se presenta como natural que esta responsabilidad social del Estado se le traspase completamente al joven.

#### Área de participación (3%) [Solidaridad y Voluntariado]

Esta área estratégica de participación juvenil tiene que ver con la importancia que en los últimos tiempos están adquiriendo las nuevas prácticas solidarias y de voluntariado entre los jóvenes españoles y su canalización a través de asociaciones y organizaciones. Desde los medios no se concede excesiva importancia (reflejada en el espacio y tiempo informativos) a estas prácticas juveniles.

Los medios parecen reflejar el modelo tradicional de participación solidaria y de voluntariado juvenil y la gestión pública de las actividades en este ámbito (campañas de jóvenes cooperantes y de lucha contra el racismo y la intolerancia). La realidad juvenil a tenor de las demandas de los propios jóvenes, parece trazar nuevos caminos en los que los jóvenes adquieren un mayor protagonismo social (uso de redes, TIC, etc.) que supera los marcos institucionales de actuación y ofrece espacios reales y virtuales considerados más flexibles. Estas nuevas formas de participación no tienen cabida en el discurso mediático juvenil.

Área de convivencia y diversidad (18%) [Violencia + Valores y Ciudadanía + Inmigración + Relaciones familiares]

En el tratamiento de temas relacionados con la convivencia y diversidad, los relatos mediáticos tienden a transmitir una imagen de los jóvenes excesivamente homogeneizadora y estereotipada. El joven sigue asociado a valores negativos (a través de la exaltación de la violencia) pero muy poco se dice de sus valores en términos positivos o su compromiso social (las noticias sobre valores y ciudadanía sólo representan un 2% de la muestra). Sin embargo, desde el Observatorio de la Juventud en España (Injuve) se señalan como principales causas sociales por las que la juventud española está dispuesta a comprometerse, aquellas relacionadas con la paz y la solidaridad.

Entre los valores a los que los jóvenes españoles conceden mayor trascendencia aparecen la tolerancia, la solidaridad y el respeto a los demás. Esto se corresponde con una preocupación por las desigualdades y las injusticias sociales: inmigración y racismo.

A través de este trabajo se observa que en las noticias relacionadas con inmigrantes jóvenes, no se tiene presente la opinión de los miembros de este colectivo, generando la sensación de que su punto de vista no es de importancia para la sociedad española. A este tratamiento se suma el hecho de que cuando se les menciona suele ser para denunciar alguna conducta negativa.

Los medios desconocen o ignoran la participación social de los jóvenes en España, donde son mayoría quienes afirman haber pertenecido o pertenecer a algún tipo de asociación (60%), lo que demuestra un importante nivel de interés por estas formas de participación social. Según el *Informe Anual de Jóvenes 2006*, los jóvenes en general participan poco en la política o en la vida religiosa institucional. Prefieren otras formas alternativas de participación más individualizadas y personalizadas. Este proceso de desinstitucionalización hacia las formas tradicionales de participación político-religiosa, separa al joven no de la política o de la religión, sino de las organizaciones políticas y de la iglesia.



*2.1.1. Los acontecimientos juveniles del mundo sociopolítico y del mundo cotidiano*

Una vez llevado a cabo el análisis temático de las noticias seleccionadas por los medios para esta investigación, se pueden agrupar en torno a un doble modelo de adscripción temática:

**Tabla 3. Adscripción temática de los acontecimientos juveniles del mundo sociopolítico y del mundo cotidiano**

<b>Respuesta institucional pública</b>	<b>Situación y realidad juvenil</b>
Botellón	Violencia
Vivienda	Empleo
Ocio y tiempo libre	Toxicomanía
Formación	Salud
Economía y consumo	Información y tecnología
Valores y ciudadanía	Estilos de vida
Tráfico	Relaciones familiares
Inmigración	

*Las noticias que se construyen a partir del discurso institucional público.* Se trata en mayor medida de noticias sobre la regulación social a nivel supraestructural: formación, valores y ciudadanía, inmigración...; y estructural: economía y consumo, ocio y tiempo libre, vivienda.

*Un segundo grupo de noticias trata sobre acontecimientos relacionados con la situación y realidad juvenil.* Corresponden sobre todo a temáticas como violencia, toxicomanías, empleo, salud, información y tecnología y relaciones familiares.

Este modelo de tratamiento de la información lo podemos relacionar con los dos mundos identificados por Manuel Martín Serrano cuando estudió los relatos en la prensa y la televisión en la dictadura y la democracia en España: el mundo sociopolítico y el mundo de la vida cotidiana (Martín Serrano, M., 1986: 416).

Aconteceres pertenecientes al mundo sociopolítico. “El problema recurrente del que se ocupa el relato sociopolítico es la fragilidad de las instituciones humanas. Esa vulnerabilidad compromete la permanencia de los modos de organización social. El objetivo mediador de la comunicación sociopolítica es que la acción social se canalice y se regule a través de la organizaciones institucionales”.

Aconteceres pertenecientes al mundo cotidiano. “En el relato del acontecer cotidiano la cuestión que se reitera es la debilidad de la naturaleza humana que contradice la preservación del orden moral. El objetivo mediador de la comunicación sobre la cotidianeidad es modelar los impulsos y los deseos para que se acomoden a las normas éticas”.

Veamos a continuación la aplicación de este modelo al análisis de las noticias sobre acontecimientos recogidos por los medios de comunicación.

*Aconteceres pertenecientes al mundo sociopolítico.* Los relatos relativos al mundo sociopolítico tratan de intervenir entre el orden social y el cambio histórico, proponiendo visiones del mundo que traten de legitimar las instituciones sociales (sobre todo políticas) y sus actuaciones.

En los relatos juveniles identificados en nuestra investigación priman las cuestiones políticas, normativas y axiológicas que rigen los procesos de socialización de la juventud (formación, valores, ocio y tiempo libre...); incluso en un caso tan aparentemente cotidiano como es la práctica del botellón, lo que se resalta por encima de todo en los medios es el marco jurídico de la ley y su aplicación, por encima de la propia práctica juvenil.

La información recogida en nuestro análisis muestra la intervención de las instituciones en la ordenación de la comunidad a nivel general. El proceso desencadenante de la mediación en el caso de la comunicación institucional viene en pos, generalmente *del incidente* (el botellón, la violencia...), *del problema* (la vivienda, el ocio juvenil), *del malestar*, *del conflicto*. La emergencia se menciona para que pueda ser detectada, pero además suele

existir referencia, explícita o implícita a los mecanismos por los que podrá ser *superada, vencida* o al menos *controlada* (Martín Serrano, M., 1986: 423).

*Aconteceres pertenecientes al mundo cotidiano.* Estos relatos intervienen entre las necesidades de los sujetos particulares y las constricciones sociales, asegurando las visiones del mundo en las que se legitiman los valores, las peculiaridades históricas, políticas, culturales y materiales de la comunidad.

Como señala el citado autor, los relatos sobre estos acontecimientos cotidianos tratan de orientar las interacciones hacia la satisfacción de metas socialmente aceptables. En esta comunicación a propósito de la cotidianidad, la mediación se pone en marcha cuando surge el enfrentamiento, la incomunicación, el no entendimiento en el interior de un grupo o entre miembros de grupos distintos que están funcionalmente llamados a la cooperación. Algún conflicto interpersonal, que se toma de un acontecer real o ficticio, es la materia que provee de los temas en los que se especializan estos relatos.

“El tratamiento comunicativo del desacuerdo muestra cómo los colectivos amenazados por la discordia movilizan a todos o bien a algunos de sus componentes, en aras de su propia continuidad. El conflicto endogrupal sirve como banco de pruebas para someter a examen la asignación de tareas, derechos y obligaciones y habitualmente para volver a legitimar los usos ya establecidos” (Martín Serrano, M., 1986: 425).

En este sentido, la legitimación del modelo social subyace detrás de los relatos sobre acontecimientos pertenecientes a la vida cotidiana de los jóvenes. De alguna forma, los relatos noticiosos proponen un ejercicio ejemplarizante a las audiencias, mostrándoles aquello que no es tolerable en la sociedad.

Dicha función de ejemplos que cumplen estas noticias juveniles, en última instancia no tratan de resolver los conflictos, sino afectar sobre las creencias del grupo, preservando o tratando de satisfacer objetivos y necesidades que trascienden a los propios jóvenes.

**Tabla 4. El mundo sociopolítico y el de la vida cotidiana que conforman la representación juvenil en los medios**

<b>MUNDO SOCIOPOLÍTICO</b>	<b>MUNDO VIDA COTIDIANA</b>
Marcos normativos y axiológicos juveniles	Situación y realidades juveniles (prácticas sociales)
Botellón Vivienda Ocio y tiempo libre Formación Economía y consumo Valores y ciudadanía Tráfico Inmigración	Violencia Empleo Toxicomanía Salud Información y tecnología Estilos de vida Relaciones familiares

### *2.1.2. La imagen de la juventud subordinada al mundo adulto*

Como hemos venido señalando, la juventud junto con otros colectivos sociales son frecuentemente asociados en los medios con comportamientos de marcado carácter negativo: el conflicto, la violencia y las adicciones, entre otros.

Aplicando este análisis al tratamiento que los medios hacen de los jóvenes y del universo juvenil observamos una similar estrategia discursiva cuando aborda especialmente el tratamiento de acontecimientos relativos a la vida cotidiana de los jóvenes.

*a) Diferenciación de la esfera juvenil y la esfera adulta.* Los discursos sociales circulantes sobre la realidad juvenil generalmente son elaborados desde el mundo adulto (también los de los medios de comunicación). Dichos relatos tienden a disociar claramente el mundo adulto del mundo juvenil.

“Esta situación ha sido posible por la tendencia a pensar la juventud como un todo diferenciado respecto de los adultos, los cuales han de velar por los jóvenes como grupo y cuidar de que lleguen a ser adultos responsables que cumplan con el papel que les toque asumir. En definitiva, ase-

gurarse de que la reproducción social se realice adecuadamente” (Revilla Castro, J. C., 2001: 104).

b) *Culpabilización de la juventud.* Siguiendo la idea manifestada en el final del punto anterior, han aparecido numerosos discursos sociales que ponen el énfasis en la juventud como etapa de tránsito, como proceso de formación social e identitaria para la vida adulta. A pesar de esas expectativas depositadas en los jóvenes, los medios tienden a mostrar frecuentemente una imagen de los jóvenes excesivamente lúdica y descomprometida; donde prima el placer como criterio moral y donde se muestra a los jóvenes como culpables de su situación de inestabilidad debido a su irracionalidad.

c) *Temas negativos.* El refrendo a la visión culpabilizadora de la juventud en los medios aparece asociado a determinados acontecimientos negativos o conflictivos que son seleccionados por los medios.

Los temas abordados mayoritariamente de forma negativa gozan de una cierta tradición en el tratamiento mediático de los sucesos juveniles (violencia, toxicomanías, excesos varios...), aunque también tienen cabida otros acontecimientos juveniles asociados a nuevas problemáticas como por ejemplo las asociadas a la salud de los jóvenes.

El universo juvenil es presentado desde sus límites extremos; por un lado, se juzga el lado negativo con sus problemas para la sociedad (violencia, drogadicción...) y por el otro, se resalta lo positivo con protagonistas héroes dentro de lo que se establece como meritorio (voluntarios, jóvenes implicados, ganadores de becas o convocatorias). Dentro de esta perspectiva de extremos, que son minoritarios, la mayoría de jóvenes no se encuentran identificados, lo que vendría a constatar una construcción discursiva adulta de la juventud alejada de la propia representación que los jóvenes tienen de sí mismos (Megías, I. y Rodríguez, E., 2007: 124).

### 2.1.3. *El encuadre noticioso de las noticias juveniles*

El análisis del tratamiento informativo de los sucesos juveniles ha sido abordado desde la teoría del encuadre (*framing*)<sup>5</sup>. Dicho enfoque pone

---

<sup>5</sup> Desde esta teoría, se conciben las noticias como la representación de un hecho que depende de determinado enfoque o encuadre (*frame*). Igartúa, Muñiz y Otero (2006) señalan las caracterís-

el énfasis en el estudio de las formas en que los profesionales de la información enfocan un tema y fijan una agenda de atributos sobre el mismo. En nuestro caso se ha pretendido examinar el tratamiento informativo de las noticias sobre jóvenes en relación a los distintos encuadres periodísticos o noticiosos<sup>6</sup>.

Los resultados de la aplicación de la teoría del encuadre a nuestra investigación muestran que la mayor parte de las noticias remiten a la *Atribución de responsabilidades, donde la responsabilidad y posible solución es atribuida a un gobierno, individuo o a una institución* (60%).

Les siguen las noticias de *Interés humano con el que se “dramatiza” o “emociona” la información* (17%); las que tratan sobre *Consecuencias económicas a las que hacer frente* (9%); las informaciones sobre *Conflicto entre individuos, grupos o instituciones* (6%) y aquellas que tratan sobre *moralidad y principios religiosos o prescripciones morales* (5%).

Estos datos vienen a reforzar el discurso institucional sobre la juventud, donde la responsabilidad de los asuntos juveniles recae generalmente en las instituciones sociales, casi siempre en las instituciones públicas; aunque en los últimos tiempos, como se señala desde el estudio *Los jóvenes en los medios*, la responsabilidad de múltiples cuestiones juveniles se proyecta en la institución familiar y los medios asumen un rol evaluativo, que juzga sobre qué sector de la sociedad recae la responsabilidad de los desordenes juveniles (Megías, I. y Rodríguez, E., 2007: 129).

---

ticas implicadas en el análisis del encuadre: a) enfocar un tema de una cierta manera o perspectiva; b) fijar una agenda de atributos; c) seleccionar un conjunto de palabras o expresiones clave para confeccionar un discurso; d) manipular la saliencia de ciertos elementos o rasgos (dotar de énfasis a algunos de ellos) y e) elaborar una “idea organizadora central” para construir la historia informativa.

<sup>6</sup> Semetko y Valkenburg (2000) determinaron la existencia de cinco encuadres que permiten desarrollar de una manera efectiva el análisis de los contenidos de los medios: atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución; conflicto entre individuos, grupos o instituciones; interés humano con el que se “dramatiza” o “emociona” la información; moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales; consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente.

## 2.2. Selección y tratamiento de los datos de referencia de las noticias

Los medios de comunicación llevan a cabo una selección de los acontecimientos sobre los que van a informar (en este caso los acontecimientos juveniles considerados de mayor interés). Los mediadores (las empresas de comunicación pública y sus representantes, los periodistas) inician entonces una tarea de elección de los datos de referencia pertinentes según los intereses y necesidades de las audiencias. Con dichos datos de referencia confeccionarán las expresiones (que deberán ajustarse al espacio/tiempo destinado para la noticia) que serán difundidas en forma de productos comunicativos (noticias, reportajes, etc.).

En esta investigación también hemos llevado a cabo un proceso de mediación a la hora de acotar la tipología de datos con los que las noticias sobre juventud confeccionan la referencia informativa. Para el análisis de dichas noticias hemos considerado adecuado centrarnos en las siguientes categorías de información:

- Análisis de la espacialidad en la que se desarrollan los acontecimientos sobre juventud:

Las referencias a la espacialidad se analizaron teniendo en cuenta, por una parte, el estudio de los espacios públicos y privados en los que se desarrollan las noticias sobre jóvenes y por la otra, el estudio del ámbito territorial y espacial concreto en el que se sitúan los acontecimientos en los que participa la juventud.

El tipo de resultados obtenido determinó un marcado carácter público y localista de la información mediática sobre la juventud. Así mismo, los acontecimientos juveniles seleccionados por los medios remiten a espacios públicos de ámbito local y autonómico; y es menos frecuente que se traten acontecimientos nacionales y muy raramente que remitan a informaciones de ámbito internacional

- Análisis de la temporalidad en que transcurren los acontecimientos noticiosos: el marcado carácter presentista de las noticias sobre juventud ofrece una visión parcial de los acontecimientos juveniles, que es reflejo tanto del “ambiente juvenil” como de las formas de producción de información institucional.

- Análisis de los personajes que participan en los acontecimientos juveniles: la producción de la referencia de las noticias relativas a los jóvenes confecciona sus relatos sobre todo con la participación de personajes institucionales (73%); en menor medida se incluyen personajes jóvenes (23%); y los personajes particulares no jóvenes son relativamente escasos.

Los personajes que forman parte de la referencia de los acontecimientos juveniles de los medios de comunicación son mayoritariamente de carácter institucional; las organizaciones y sus representantes ven legitimadas sus actuaciones sociales por medio de la información pública (noticias).

El hecho de que la inmensa mayoría de actores que participan en los medios no sean personajes jóvenes, consolida la idea de que la intervención y puesta en común del universo juvenil en los medios, refleja la infravaloración que hacen las diferentes instituciones sociales (entre los que se incluyen los medios de comunicación de masas) de la importancia de la participación activa juvenil.

- Análisis de las acciones que desempeñan los personajes en los relatos noticiosos: las acciones ejecutivas de los personajes (relativas al hacer) ofrecen una visión más positiva hacia la juventud, que la que subyace de las acciones expresivas (relativas a la comunicación).

En otras palabras, el discurso mediático juvenil se construye mayoritariamente con las opiniones de las instituciones sobre los comportamientos de los jóvenes. Siendo relativamente frecuente que esas opiniones (acciones expresivas) refuercen una visión negativa de la juventud.

### **3. CONCLUSIONES**

Del análisis de las informaciones sobre la juventud aparecidas en los medios que se seleccionaron para esta investigación se pueden extraer algunas conclusiones o consideraciones de interés para entender el tratamiento informativo de estas noticias, y para tratar de identificar las claves en torno a las que se construyen las representaciones sociales del colectivo juvenil entre la opinión pública:

El tratamiento informativo que realizan los medios de los asuntos que atañen a los jóvenes, parece inscribirse en un punto de vista paterna-



lista, donde la institución (social o gubernamental) es la encargada de generar un marco de orden y “racionalidad” para hacer frente a los sucesos juveniles.

Entre los ámbitos temáticos en torno a los que se construye el universo mediático juvenil destacan los acontecimientos sobre hábitos de vida saludable (especialmente el botellón, y en menor medida toxicomanía, salud y tráfico), y de ocio, cultura y tiempo libre (donde destacan las actividades de ocio y en menor proporción las de economía y consumo, estilos de vida e información y tecnología).

El tratamiento de estos dos ámbitos en los medios es sustancialmente opuesto. Los temas de ocio aparecen valorados de forma positiva en los relatos. Detrás de este tratamiento favorable en ocasiones se esconde una representación superficial de la juventud, basada en cuestiones más o menos intrascendentes de la vida juvenil.

Por su parte, la adscripción temática de la información juvenil por parte de los medios ofrece un modelo de mediación basado en un tratamiento de los acontecimientos desde una doble perspectiva:

a) Respuesta institucional: la producción mediática de información sobre determinados acontecimientos juveniles (botellón, vivienda, formación, valores y ciudadanía, inmigración, economía y consumo, ocio y tiempo libre...) se elabora desde la respuesta institucional ante dichos acontecimientos. El carácter institucional de estos relatos noticiosos trata de señalar los cambios que se producen en el entorno social dentro del marco normalizador que ofrecen las instituciones.

b) Situación de la gente joven: las noticias juveniles sobre violencia, toxicomanías, empleo, salud, información y tecnología, relaciones familiares, son referidas desde la perspectiva del suceso o acontecimiento juvenil. Estas noticias se centran en señalar el conflicto teniendo por objeto en última instancia la adaptación a las normas establecidas.

Estos relatos del mundo cotidiano de los jóvenes aparecen sobre todo ofreciendo una visión negativa de las prácticas sociales juveniles. Donde se muestra sobre todo el conflicto entre actores como clave del hecho noticioso.

Podemos concluir que el discurso noticioso juvenil en los medios de comunicación refuerza la visión de las instituciones públicas sobre el mundo de los jóvenes y por ello tienden a resaltar la intervención de diversos ámbitos gubernamentales en la búsqueda de soluciones a los problemas del entorno juvenil. Este predominio de la respuesta institucional contribuye a consolidar un modelo estable del mundo adulto frente a la irresponsabilidad e inestabilidad del mundo juvenil.

El relato noticioso sobre los jóvenes mantiene a los jóvenes en una constante minoría de edad y subordinada al mundo adulto hasta que demuestre capacidades y competencias sociales que le permitan la autonomía social plena. Dichas capacidades y competencias raramente son destacadas desde los medios que insisten en ofrecer una visión donde predomina la incompetencia social de la juventud.

La producción de la referencia en cuanto a los personajes que intervienen en los acontecimientos juveniles, vuelve a remarcar el carácter institucional de los relatos noticiosos y la subordinación del colectivo juvenil al adulto. En primer lugar, la mayor parte de los personajes son de carácter institucional (sus representantes y portavoces), que tienden a legitimar la presencia y actuación de las instituciones a las que representan a través de los relatos informativos. Es decir, la referencia informativa sobre los sucesos juveniles se conforma mayoritariamente con personajes que no pertenecen al colectivo juvenil. Esta información refleja la infravaloración de dicho colectivo por las diferentes instituciones sociales, incluidos los medios de comunicación.

Estas consideraciones o conclusiones sobre la producción de información por parte de los medios ofrecen algunos de los patrones mediacionales utilizados por los medios de comunicación pública para elaborar las representaciones del mundo juvenil. Los discursos noticiosos sobre los jóvenes ofrecen siempre una visión parcial de la realidad; pero en muchos casos sirve como la principal referencia para que las audiencias confeccionen sus representaciones del universo juvenil.

## BIBLIOGRAFÍA

BACA LAGOS, Vicente (1998): *Imagen de los jóvenes en los medios de comunicación de masas*. Madrid: Injuve, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

ESPÍN, Manuel (2002): "La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación: de la noticia al espectáculo", en RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, F. (ed.): *Comunicación y cultura juvenil*. Barcelona: Ariel.

GIL CALVO, Enrique (1985): *Ocio y prácticas culturales de los jóvenes*. Madrid: Injuve.

GONZÁLEZ BLASCO *et al.* (2000): *Jóvenes españoles 2000*. Madrid: Acento.

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, B. y REGO RODRÍGUEZ, E. (2006): *Problemas emergentes en la salud mental de la juventud*. Madrid: Injuve.

IGARTÚA, J. J. y MUÑIZ, C. (2004): "Encadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y la televisión españolas", *Zer*, nº 16, primavera 2004.

IGARTÚA, J., MUÑIZ, C. y OTERO, J. A. (2006): "El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing", *Revista Global Media Journal*, vol. 3, nº 5.

INJUVE (2003): *Sondeo de opinión y situación de la gente joven (2ª encuesta). Violencia, Inmigración, Teléfono móvil e Internet*. Disponible en: <http://www.injuve.mtas.es/injuve/> [consultado el 18 de julio de 2007].

INJUVE (2004): *Observatorio de la juventud en España*. Disponible en: <http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.type.action?type=157114324&menuId=157114324&mimenu=Observatorio%20de%20la%20Juventud%20en%20España> [consultado el 20 de julio 2007].

INJUVE (2006): *Informe anual Jóvenes 2006*. Disponible en: <http://zeus/injuve/contenidos.item.action?id=409080779&menuId=1627100828> [consultado el 18 de julio de 2007].

INJUVE (2006): *Sondeo de opinión y situación de la gente joven (2ª encuesta). Percepción generacional, Valores y actitudes, Calidad de vida y Felicidad*. Disponible en: <http://www.injuve.mtas.es/injuve> [consultado el 18 de julio de 2007].

LEY 7/2006, de 24 de octubre, sobre potestades administrativas en materia de determinadas actividades de ocio en los espacios abiertos de los municipios de

Andalucía (Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, nº 215, de 07/11/2006 y B.O.E. nº 286, de 30/11/2006).

LÓPEZ BLASCO, Andreu *et al.* (2005): *Informe 2004 Juventud en España*. Madrid: Injuve. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

MARTÍN CRIADO, Enrique (1998): *Producir la juventud*. Madrid: Istmo.

MARTÍN SERRANO, Manuel (1986): *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza (1ª ed.).

MARTÍN SERRANO, Manuel y VELARDE HERMIDA, Olivia (2001): *Informe de Juventud 2000*. Madrid: Injuve, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

MEGÍAS QUIRÓS *et al.* (2005): *Jóvenes y sexo: el estereotipo que obliga y el rito que identifica* (FAD). Madrid: Injuve.

MEGÍAS QUIRÓS, Ignacio y RODRÍGUEZ SAN JULIÁN, Elena (2007): *Jóvenes en los medios*. Madrid: FAD / Obra Social de Caja Madrid / INJUVE.

PALOMERO PESCADOR, J. E. y FERNÁNDEZ DOMÍNGUEZ, M. R. (2001): "La violencia escolar: Un punto de vista global", *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, nº 4, 2001, pp. 19-38.

REVILLA CASTRO, Juan Carlos (2001): "La construcción discursiva de la juventud", *Papers*, nº 63-64, Madrid.

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, Félix *et al.* (1989): *Comunicación y lenguaje juvenil*. Madrid: Fundamentos.

SEMETKO, H. y VALKENBURG, P. (2000): "Framing European Politics: a content analysis of press and television news", *Journal of Communication*, 2000, nº 50 (2), pp. 93-109.

TUCHMAN, G. (1983): *La producción de la noticia*. Barcelona: Gustavo Gili.

**PARA CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

PINTO ARBOLEDA, María Cristina (2009): “Análisis de la construcción mediática sobre la juventud en España. El tratamiento en las noticias de prensa, radio y televisión durante el 2006”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 4, primer semestre de 2009, pp. 247-275. ISSN electrónico: 1989-0494. Universidad Complutense de Madrid.

Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars>

**(\*) La autora**

María Cristina Pinto A. es comunicadora social y periodista egresada de la Universidad Externado de Colombia. Experta en Información Internacional y Países del Sur por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente realiza sus estudios de doctorado en Comunicación, Cambio Social y Desarrollo en el Departamento de Sociología IV de la Universidad Complutense de Madrid. Especializada en temas de comunicación para el desarrollo ha desarrollado principalmente sus actividades profesionales en UNICEF (España y Nepal) y en el PNUD en Colombia.

RECIBIDO: 23 de marzo de 2009.

ACEPTADO: 20 de mayo de 2009.

