

APUNTES SOBRE UNA REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LA ADOLESCENCIA EN LOS EDITORIALES DEL DIARIO *LA NACION*

NOTES ON A SOCIAL REPRESENTATION OF ADOLESCENCE IN THE EDITORIALS OF LA NACIÓN DAILY NEWSPAPER

Abel Zanutto*

Resumen

El concepto de representación social, a pesar de los problemas a resolver, expresaría una perspectiva superadora de dicotomías clásicas dentro de la psicología social: individuo/sociedad; naturaleza/cultura y conocimiento por elaboración individual o imposición social. En el presente aporte se aborda la construcción de la representación social de adolescentes urbanos de principios de siglo XXI en un complejo entramado entre juventud-impulsividad-alcoholismo en expresiones periodísticas vertidas en las notas editoriales del matutino *La Nación* de Buenos Aires. Estas fuentes secundarias resultan apropiadas para rastrear estas y otras representaciones, pues los medios masivos de comunicación tienen una difusión y alcance indiscutido y también la capacidad de “instalar” una agenda pública que recoge inquietudes de una comunidad determinada y que las enfatiza en una retroalimentación permanente.

Palabras clave: representación social, adolescentes, impulsividad y alcohol, agenda pública.

Summary

The concept of social representation, despite issues yet to solve, expresses a perspective that overcomes classic dichotomies in social psychology: individual/society, nature/culture and knowledge acquisition as personal production or social imposition. The present contribution addresses the social construction of the representation of urban teens of the beginning of the century in complex intertwinement of youth-impulsivity-alcoholism, in editorials of a newspaper in Buenos Aires. These secondary sources are appropriate to track these and other representations, as mass media dissemination and outreach are undisputed as well as their ability to set a public agenda that gathers concerns of a particular community and that emphasizes them through constant feedback.

* Licenciado en Sociología y en Psicología UBA. Miembro del “Área de Niñez y Adolescencia” de la Asociación Escuela Argentina de Psicoterapia para Graduados (AEAPG). Ex profesor de las universidades de La Plata, Palermo y Buenos Aires. Dirección: Juncal 3001 Piso 10° “A”, (C1425AYM), Ciudad de Buenos Aires, Argentina. E. mail: znt@arnet.com.ar

Key words: social representation, adolescents, impulsivity and alcohol, public agenda.

“Todo conocimiento es histórica y socialmente específico” señala E. Gosende (2001, p. 107) al detenerse en el debate epistemológico entre construccionistas sociales y realistas dentro de la Psicología Social. Y agrega, entre otras cuestiones, que (el conocimiento) no puede desentenderse de sistemas sociales con sus valores y relaciones de poder pues es el producto de interacciones cotidianas; los conceptos y categorías son específica y culturalmente particulares y las preguntas y respuestas se definen por actividades e intenciones de los actores sociales.

Al mismo tiempo, revaloriza el papel del lenguaje al ser entendido como un elemento central de generación de significados y de la realidad y no como un mero medio de comunicación. En este sentido, B. Zamudio (2003) señala que nuestras representaciones del mundo se construyen a través de instancias discursivas y que sería imposible hablar de un objeto sin atribuirle una característica o propiedad y sin presentarlo en una situación concreta.

Dentro de la lingüística crítica, A. Raiter (2002) afirma que las formas lingüísticas expresadas en enunciados están ideológicamente determinadas. Así, un estudio sobre el lenguaje supone construir un modelo que refleje una supuesta capacidad abstracta de los sujetos pero que también incluya el sentido de las condiciones históricas de producción de ese discurso. En definitiva, y retomando el mencionado aporte de E. Gosende, cualquier versión de lo real, aun la más sofisticada, siempre será construida a través del lenguaje y a partir de los recursos que circulan en una cultura determinada.

El concepto de “representación social”

El concepto de “representación social”, según J.A. Castorina (2003), y a pesar de los problemas a resolver y de las respuestas insuficientes dadas hasta ahora, expresaría una perspectiva superadora de ciertas dicotomías básicas en la génesis de las ciencias sociales y de la psicología contemporánea, en relación a escisiones clásicas entre individuo y sociedad, naturaleza y cultura o conocimiento por elaboración individual o por imposición social.

Ya en 1977, S. Moscovici en su texto *El psicoanálisis, su imagen y su público* introduce el concepto y sostiene que los sistemas de valores, ideas y prácticas establecen un orden orientativo para dominar el mundo social y material y permiten la comunicación entre los miembros de una comunidad al proveer un código para el intercambio, la denominación y la clasificación de los distintos aspectos del mundo y de la historia individual y grupal.

Por su parte, D. Jodelet (2003) en un aporte ya clásico dice que se presentan, de manera variada y más o menos complejas, formas que incluyen, por separado o en un todo,

a imágenes condensadoras de un conjunto de significados; a sistemas de referencias que permiten interpretar lo que sucede y dar un sentido a lo imprevisto; a categorías clasificatorias de circunstancias, fenómenos e individuos implicados en un accionar determinado y a teorías que permiten establecer hechos sobre ellos.

En 1972 P. Berger y T. Luckmann publicaron *La construcción social de la realidad*, título que condensa sus desafiantes hipótesis y que les permite privilegiar a la realidad de la vida cotidiana (a la que no dudan en llamar “suprema realidad”) en tanto se impone masiva, urgente e intensamente sobre la conciencia. Pero también aclaran que no se agota en las instancias de lo inmediato sino que abarca fenómenos que no están presentes “aquí y ahora” de manera tal que es aprehendida en un continuum de tipificaciones y que estas se vuelven progresivamente anónimas a medida que se alejan de ese mencionado “aquí y ahora” de la situación actual y presente.

D. Jodelet (ob. cit., p. 474) retoma estos aportes y aclara que, aunque se trate del contexto de un laboratorio o de un espacio social e histórico, se estaría en presencia de lo mismo: una manera de interpretar y de pensar nuestra realidad diaria; una forma de conocimiento social y una actividad mental desplegada por personas y grupos a fin de fijar su posición en relación con situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones referidas a un momento histórico específico. Y enfatiza que la noción de “representación social” debe ser abordada como “el producto y el proceso de una elaboración psicológica y social de lo real”.

Un aspecto muy interesante es el aportado por C.E. Cortés Pinto (2003) en relación a los campos de investigación que pueden ser agrupados en ciencia popularizada (en tanto se intenta comprender cómo la ciencia juega un papel central como productora de conocimientos en la sociedad actual y cómo se transmiten popularmente, al estilo de la citada divulgación del psicoanálisis investigada por S. Moscovici); condiciones sociales y acontecimientos (suelen denominarse “polémicas” y se definen por su breve significación social y por ser compartidas por pequeños grupos) y, por último, imaginación cultural (provee realidad a los objetos que habitan el mundo social). Así, conceptos como “creencias, esquizofrenia, altruismo...”, según E. Gosende (ob. cit.) o cualquier otro con los que se comprende el mundo, son (pág. 11) “artefactos sociales, productos de intercambios entre la gente, históricamente situados... y el resultado de una empresa activa y cooperativa de personas en relación”.

En definitiva, D. Maldavsky (2001, p. 142) señala que la comunicación y la vida compartida “implican que los miembros de una sociedad posean construcciones mentales comunes y pragmáticas de los objetos entre los cuales viven”. Y agrega que “tales construcciones, denominadas ‘representaciones sociales’, contribuyen además a configurar una realidad común para el grupo”.

Representación social y comunicación de masas

Los medios masivos de comunicación, según J.A. Castorina y C.V. Kaplan (ob. cit.) generan nuevas posibilidades de circulación de las ideas y la participación de grupos sociales más diversos en la producción de nuevas representaciones sociales, algo inconcebible, por ejemplo, en el mundo teocrático y feudal.

Por su parte, A. Raiter (ob. cit., p. 11) señala que puede llamarse Representación Social a “las imágenes que construyen los medios de difusión sobre los temas que conforman la agenda pública”. Para este autor, conviene indagar cuál es la imagen construida por textos mediáticos y cuál es la agenda pública, definida como el o los temas que ocupa/n el interés en un determinado momento.

Y especifica algunos puntos: “representación” se refiere a la imagen que un individuo tiene de cosa, evento, acción y proceso; en tanto es conservada y no reemplazada por otra, constituye una creencia -o elemento- que servirá de base para futuras representaciones; por “mente” entiende un uso simple del concepto en tanto modelo del funcionamiento del cerebro y de los cinco sentidos subsidiarios en el contacto y relación con el mundo; esta construcción de imágenes diferencia la percepción -con la que se obtienen sensaciones- de la cognición en tanto el sujeto es necesariamente activo pues construye imágenes, realiza una operación mental sobre lo recibido y almacena el resultado de esa operación.

Por último, subraya la importancia de lo social pues el lenguaje es una poderosa herramienta cognitiva que ha permitido la formación y complejización de las representaciones y ha posibilitado la transmisión e intercambio de esas representaciones entre los actores sociales.

Al mismo tiempo, se pregunta por qué es ideal (o directamente imposible) pensar que los miembros de la especie tengan una idéntica representación siendo los mecanismos biológicos de construcción de las representaciones idénticos para todos. La “variabilidad” -no considera el marco teórico psicoanalítico- estaría dada por hábitats y tiempos disímiles que determinan diferencias de estímulos, una recepción diferenciada generacionalmente de esos estímulos lingüísticos y los intereses distintos.

Este enfoque teórico permitiría explicar cómo a partir del mismo estímulo dos personas forman y transmiten representaciones diferentes. Pero, al mismo tiempo, la demostración empírica indicaría que, al menos dentro de una comunidad lingüística, las representaciones tienen algo en común como para ser lo suficientemente compartidas y permitir la comunicación.

Una posible hipótesis (que permitiría comprender el trabajo de campo presentado al final de esta entrega) giraría alrededor de que el consumo de un determinado medio de

comunicación -en prensa escrita sería el llamado “lector medio”- sería un aglutinante y un facilitador de cierta homogeneidad en determinada representación.

Otra cuestión a considerar es el plano de circulación de representaciones por medio de la comunicación que no se establece solo desde el rol de hablantes sino también desde diferentes roles sociales aunque ni los enunciadores ni los roles tienen las mismas posibilidades de enunciar algo ni el mismo prestigio. Además, los mensajes no son neutros ni en contenidos ni en efectos en la vida cotidiana. Y aquí nuevamente interesa el tema de las creencias porque (A. Raiter, ob. cit., p. 17) “las emisiones son planificadas desde las creencias. No hay otro lugar desde dónde hacerlo”.

Una enumeración de algunas creencias debe incluir a las “i” -individuales- sin posibilidades de convertirse en sociales aunque sean relativamente compartidas, como por ejemplo las planificaciones individuales para cometer adulterio; a las “s” -sociales- compartidas por los miembros de una comunidad; por último, están las “p” -particulares- que funcionan como referencias para que individuos y grupos adopten un valor acerca de ella y que en el presente aporte giraría alrededor de la prohibición de que los jóvenes tomen alcohol y que no se descontrolen en las salidas nocturnas.

Por qué los medios

El párrafo anterior permite introducirnos en el tema de la Agenda en tanto transmiten ciertas representaciones activas en un momento determinado. Como se verá en el trabajo de campo, el diario capitalino *La Nación* instaló la agenda sobre adolescentes-alcohol-descontrol como un tema principal de alcance local y nacional.

En este sentido, el papel de los medios es decisivo: si bien las propiedades de los estímulos activan o permiten activar determinadas representaciones o conjuntos de ellas o circuitos, los responsables de esta activación son los productores de dichos estímulos, en un proceso que no es simplemente evocar imágenes preexistentes sino también modificarlas o crear nuevas.

En los grupos cerrados, las creencias son producidas por determinados agentes -padres, docentes, líderes- pero la sociedad tiene responsables institucionales que han ido variando con el tiempo: jefes, brujos, sacerdotes. Marshall MacLuhan entendió que los medios de comunicación de masas irían desplazando o redefiniendo los conceptos de “padre” y “madre” y E. Roudinesco (2003, p. 214) señala que hoy existe un “gran cementerio de referencias patriarcales desafectadas” integrado por el ejército, la iglesia, la nación, la patria y el partido.

Actualmente, los emisores institucionales por excelencia son el sistema educativo y los medios. Diferentes autores, entre ellos M. Cao (2003; pág. 1) indica que viejos crisoles donde se moldeaban las subjetividades “se ven reemplazados por otros nuevos,

donde se hornea una realidad virtual y alucinante: los medios masivos de comunicación” mientras que R. Wagner (J. Castorina, ob. cit.) firma que las características del discurso actual depende de la disponibilidad histórica de los medios.

Retomando a A. Raiter, (ob. cit.) dice que el sistema educativo como un emisor institucional privilegiado trabaja con menores y se especializó en la construcción y fijación de imágenes a largo plazo. De ahí, y en relación a la actual omnipresencia mediática en la sociedad, se derivaría la inquietud de si las imágenes de corto y mediano plazo no serían “propiedad” de los medios.

Otra pregunta es por qué aparecen los medios con tanta potencia. El autor señala que es por dos características básicas: cuantitativas y cualitativas. Las primeras se relacionan con el alcance de los medios en tanto es un universal dentro de una comunidad pues no hay otro emisor que pueda llegar a tantos miembros de una comunidad de modo simultáneo o con muy poco tiempo de referencia.

En relación con las segundas -o sea las cualitativas- tienen que ver con la particular construcción de una imagen de enunciado institucional. O sea: la simple difusión no es suficiente sino que importa la producción de los mensajes y atender y entender, a partir de considerar la acción de las creencias existentes, desde dónde, cómo y por quién serán interpretados.

Adolescencia: una construcción social

En la década de 1970, en Argentina, aparecen diferentes aportes psicoanalíticos sobre el tema “adolescencia”, destacándose los trabajos de A. Aberastury bajo el paradigma kleiniano. Se afirma, así, una tendencia que irrumpe a mediados del siglo XX que gira alrededor de lo “juvenil” y de una cultura que oferta por primera vez bienes “exclusivos” para el consumo de los jóvenes. Ya entrado el siglo XXI, la aparición y consolidación de la *web 2.0* produce otro giro de proyecciones insospechadas: los recursos tecnológicos informáticos permiten que el joven no solo reciba productos pensados para él sino que también los produzca. Así, el término “prosumidor” indica la condensación de producir y consumir.

Las conceptualizaciones científicas, por su parte, van resolviendo el tema -como señala A. Hartmann (2000)- alrededor de “axiomas” tales como que el adolescente tenía que elaborar la dependencia infantil, la de los padres y la del mundo exterior. Pero este axioma se suma a la caída de otro que prevaleció desde fines del siglo XIX hasta después de la Segunda Guerra Mundial y que legaba expresamente a la juventud “el porvenir del cambio en la sociedad”.

La representación científica y social más generalizada de la adolescencia suele apoyarse en los cambios biológicos como punto de partida. Pero M. Fize (2001) recomienda no

quedarnos arraigados en ese paradigma sino también pensar que los fenómenos culturales marcarían la entrada a la adolescencia cada vez más tempranamente y enumera básicamente el lenguaje, modos de vestir y gustos musicales como algunos de los componentes de un vastísimo repertorio de prácticas culturales y de conductas sociales.

Y, en coincidencia con otros enfoques, recalca que no solo no es un período natural de la existencia sino que se trata de una creación reciente en tanto los hijos jóvenes de los burgueses de finales del siglo XIX son “algo” que debe ser cuidado e instruido para asegurar la permanencia de la burguesía en el poder.

También señala que en la antigüedad era un tema masculino. En Roma, por ejemplo, abarcaba un período de trece años (entre los 17 y 30 años de edad) pero referido solo a los varones en tanto las mujeres a los 17 ya eran esposas, o sea sin transición entre la infancia y la edad adulta.

En la Edad Media era un término poco usado y que solía confundirse con “*infans*”, “*puer*”, “*juvenis*”, conceptos que hablan de algo “incompleto” tanto física como mentalmente y que valoraban a la adultez como sinónimo de responsabilidad y sabiduría. Esta inespecificidad en nombrarla es llamativa porque ya Hipócrates se refería a las edades como estaciones: “niño pequeño; niño; adolescente; joven; hombre cabal y anciano”.

Hacia el siglo XVII, los diccionarios franceses la definían como “la primera edad después de la infancia” y “la edad entre la pubertad y la mayoría de edad”. El proceso se consolida en la crisis de 1848. La burguesía se separa del pueblo con el que formaba el estado llano y se refugia en la escuela surgiendo una nueva edad social: la adolescencia moderna.

Coincidiendo con otros aportes, M. Margulis (2004) señala que el concepto “juventud” integra un “sistema de significaciones”; que no hay “juventud” sino “juventudes” y que se trata de una condición históricamente construida y determinada y que se apoya en dos variables notorias de diferenciación social, el género y la edad.

Las posturas anteriores permiten señalar que la primera identificación histórica de lo “juvenil” queda asociada con lo “estudiantil”, proceso que es el resultado de la incorporación de los jóvenes en los liceos franceses respondiendo a las necesidades de la familia burguesa.

Pero no siempre fue así: en la Europa preindustrial, la infancia no estaba separada del mundo adulto y, en ciertas regiones, se enviaba al niño a los siete u ocho años fuera de la casa para capacitarse como aprendiz. En el siglo XV, por ejemplo, reformadores y religiosos arman un sistema educativo basado en la separación entre niños y adultos.

La obra *Emilio* de J. Rousseau marca la equivalencia entre el desarrollo de la especie humana y el individuo en tanto ambos pasan por tres estadios con las siguientes duplas asociativas: salvaje/infante; bárbaro/adolescente y civilizado/adulto.

Así, lo “adolescente” sería una recapitulación en lo individual del acceso de la humanidad de la barbarie a la civilización. Un segundo nacimiento, un período turbulento, un espacio de tránsito entre la irracionalidad infantil y la racionalidad adulta, pasaje también caracterizado por una pasión incontrolable que hay que vigilar y encausar.

A fines del siglo XIX, el concepto ya está consolidado y, durante el veinte, la juventud se identifica al fruto de la sociedad y servirá (E.M. Criado; 2003, p. 11) “como espacio de proyección de los mitos sobre el cambio social”. En algunos momentos históricos como el “Mayo Francés de 1968”; las formaciones especiales en la Argentina de los 70 y en los “indignados” europeos de 2011, se asiste a una asociación intensa entre jóvenes y transformación de la sociedad.

Se asiste, así, a una “verdadera inflación de discursos y de dispositivos de intervención sobre la juventud” que se expresa en la extensión y prolongación de la escolarización en un intento de homogeneizar las clases de edad dentro de los grupos sociales; identificación ya mencionada con el cambio social; la creación y consolidación de la “cultura juvenil” asociada a una cultura del consumo y la constitución de un campo de profesionales de la juventud que especifican una problemática diferenciada con sus respectivos dispositivos de intervención.

Tensión discursiva en una representación social del adolescente en un diario capitalino

K.G. Gergen (1988) nos habla de una tensión discursiva imperante en el mundo occidental. Se refiere a la coexistencia no equitativa entre el discurso romántico, el moderno y el posmodernista.

El primero giraba alrededor de la persona, en una situación heredada de las artes, letras y tradiciones culturales del siglo diecinueve enfatizando el amor eterno, la comunión de las almas, la creatividad y la existencia del genio. Así, se concebía el compromiso afectivo en las relaciones, la consagración de la vida a una causa y la confianza en la intuición moral o el liderazgo.

Aunque de manera un tanto devaluada, este discurso sigue vigente y conviviendo con el modernista que desarrolló la metáfora de la maquinaria humana. Las ciencias sociales, por su parte, afirmaban que el individuo en pleno funcionamiento era reconocible, previsible y capaz de ser instruido por la cultura.

El corolario lógico era que el ser humano con conocimientos y valores adecuados era autosuficiente y con capacidad de dirigir las acciones de un modo autónomo. Si las

personas se socializaban de una manera correcta, se convertirían en seres dignos de confianza, honestos y sinceros.

Pero las tecnologías del siglo XX y su saturación produjeron una llamativa torsión. El discurso posmodernista pone en duda la capacidad del lenguaje para representarnos e informarnos. Se suprime la razón, la autoridad, el compromiso de un individuo y cada uno podrá inscribir su identidad. Es como si se la pudiera escribir y borrar tantas veces como se desee lo que promueve en una red inestable de relaciones personales en permanente expansión y cambio que contradicen la visión iluminista y racional. El mundo es inexplicable e indeterminado; un conjunto de culturas desunidas o de interpretaciones que engendra un grado de escepticismo sobre la objetividad de la verdad, la historia y las normas.

Retomando la propuesta de K.G. Gergen nos enfrentamos al “conflicto trilateral de discursos” en el sentido de que cada uno de ellos posee aspectos atractivos y desagradables. El romántico, por ejemplo y en relación a los atractivos, insinúa los misterios profundos que encierra la persona: el amor, el compromiso afectivo, la inspiración. El modernista, por su parte, ilusiona con un promisorio sentido de seguridad y optimismo, con su acento en lo que la persona tiene de racional, cognoscible y susceptible de perfeccionamiento. La perspectiva posmodernista, por su parte, abre el camino a un fascinante juego de posibilidades.

Las cuestiones “desagradables” son denunciadas por cada discurso en relación al otro. El romántico sostiene que la racionalidad modernista es superficial y engañosa y que el hombre posmoderno es casi nihilista al perder de vista características inherentes a él, a su mérito moral, al compromiso personal y al valor otorgado a las creencias.

La visión modernista detesta el sentimentalismo del romántico y denuncia las amenazas del posmodernismo contra la verdad y la objetividad. Y el posmodernismo cuestiona la validez de los proyectos de los discursos anteriores por coartar la libertad y oprimir al hombre.

Los párrafos anteriores pretenden mostrar la tensión existente entre visiones referidas básicamente a la modernidad y a la posmodernidad y su divulgación entre voceros mediáticos -representados por el matutino *La Nación* de Buenos Aires- y voceros anónimos -los lectores, los propios jóvenes- y la especificación de una posible representación social del adolescente urbano de principios de siglo XXI. Cabe remarcar que, a partir de especificaciones teóricas y metodológicas, se trataría de “la” representación social de “algunos” jóvenes y no “la” representación social de “los” jóvenes.

Debe aclararse que dicha tensión puede darse entre emisores contrapuestos o entre un mismo emisor pues existen textos asentados en concepciones diferentes. Esta escisión se manifiesta en ciertas situaciones: el tema de adolescencia y alcoholismo es

fuertemente sancionado en el “cuerpo” principal del diario y tolerado o veladamente favorecido en las secciones del mismo dirigidas a la juventud.

En 2003 este matutino reforzó una campaña promocional para mantener lectores tradicionales y captar nuevos con el slogan “usted, vos y nosotros”, en un intento de abarcar diferentes edades e ir “rejuveneciendo” a su público pero aparentemente sin lograr un discurso neutral o “políticamente correcto” para los diferentes grupos de edades.

Un informal sondeo de opinión realizado por el autor de estas reflexiones demostró que los artículos condenatorios del alcohol eran aceptados, ratificados y valorados por lectores adultos y rechazados por los jóvenes y viceversa. Podría pensarse que los adultos-lectores todavía son “voceros” de relatos modernistas y que los jóvenes divulgan ideas posmodernistas.

Esta tensión podría pensarse, más específicamente, en un entramado representacional que va asociando las variables “impulsividad-desborde-adolescencia”. M. Fize (2001, ob. cit.) dice que en el siglo XIX se retoma la idea de edad crítica. Este autor señala que para ciertos sectores sociales la juventud “es” o “continúa siendo” sinónimo de peligro para el individuo que debe asumir su capacidad sexual y para una sociedad temerosa de la rebeldía de estos seres “excesivos”.

Como un dato elocuentemente ilustrativo cita un párrafo de “Infancia y adolescencia” de L. Tolstoi quien dice: “Leí en alguna parte que los niños entre los doce y los catorce años... tenían marcadas tendencias a provocar incendios e incluso cometer crímenes”. El novelista ruso continúa: “Al recordar mi propia adolescencia... puedo perfectamente admitir la posibilidad del crimen más odioso, sin objeto, sin deseos de hacer daño, sino así, por mera curiosidad, por necesidad inconsciente de actuar”.

Más adelante señala que en el siglo XIX .aunque puede extenderse a algunas posiciones en siglos venideros- la imagen del adolescente está estrechamente asociada con la turbación personal surgida de la fuerza sexual y con las alteraciones del orden público que eran (y son) adjudicadas a la incontenible energía adolescente. El niño-rey, enaltecido y adulado dio paso al adolescente-criado que estorba, desconcierta e inquieta.

El adolescente según los editoriales de un matutino porteño

Como se mencionó, el matutino *La Nación*¹ es la fuente secundaria de datos elegida para aproximarnos a la construcción de una representación social del adolescente urbano

¹ El diario *La Nación* fue fundado el 4 de enero de 1870. En un folleto, al cumplir 125 años, se presentó como “una empresa independiente cuya finalidad es difundir informaciones veraces, objetivas y pluralistas...”. La mayoría de los lectores se ubica en el nivel socioeconómico ABC. El 57% de los lectores se ubica entre los 30 y 49 años de edad. La sección “Editoriales” es leída por el 40% de los lectores, después del suplemento “Turismo” y antes de “Música”.

(aunque en ocasiones habla de un adolescente en el plano nacional o internacional) en la que se irán desplegando relatos que asocian el ya citado sintagma “impulsividad-desborde-adolescencia” y la tensión entre “modernidad-posmodernidad”.

El material seleccionado fue publicado en 2003. Si bien esos datos tienen una cierta antigüedad sobre todo tratándose de textos periodísticos que giran alrededor de la actualidad, mantienen su vigencia por la situación social alrededor del incremento sostenido del consumo de alcohol por parte de los jóvenes y porque no se ha podido encontrar en este o en otro medio de comunicación masiva un corpus tan definido como el que se presenta aquí.

Los textos seleccionados pertenecen a la sección “Editoriales” que suele divulgar la voz “oficial” de la empresa y que se ubica en la antepenúltima página del cuerpo principal del diario. Ocupa media página compartiendo el resto con la sección “Correo de lectores”. En la penúltima se publican artículos en general redactados por especialistas no pertenecientes al personal fijo y que representan a diferentes instituciones del país o del extranjero. Se reclutan, generalmente, dentro del ámbito académico.

En esta última sección se produce lo que J. Castorina llama “epistemología del sentido común”. Según S. Moscovici, las nociones científicas deificadas en los espacios específicos tienden, así, a secularizarse a través de la divulgación en la comunicación masiva.

En resumen: las dos páginas se encargan de difundir explícitamente la opinión del diario, lectores e invitados frente a diferentes temas. Al mismo tiempo, y retomando las ideas de A. Raiter, van fijando la “Agenda”.

Para una mayor claridad metodológica debe señalarse que se presentan en primer lugar los artículos producidos por expertos institucionales y que no son noticias en sentido estricto pero que tendrían la intención de reforzar la opinión “oficial” y que fueron adelantando la firme fijación de la agenda “adolescente” que se define semanas después.

Los editoriales -presentados en segundo lugar en esta entrega- fueron editados en el segundo semestre de 2003 y con una cierta regularidad como se puede apreciar en las fechas de emisiones. Giran alrededor del tema básico de la “adolescencia” y de temas anexos referidos al consumo de alcohol junto con desbordes impulsivos; la desorientación de autoridades; el distanciamiento voluntario de los mayores y la desaprensión estatal junto con la complicidad manifiesta o encubierta de algunos empresarios.

Adelantos en la fijación de la agenda “Adolescente”

Primer semestre de 2003

Fecha de emisión: 22/04/03.

Título: “Adolescentes y alcohol: la hora de la comunicación”, por Silvia Bacher, especialista en comunicación y educación y funcionaria de la UNESCO y del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Fecha de emisión: 22/04/03.

Título: “Un gran éxito con sabor a fracaso”, por Claudio Mate, subsecretario de Atención a las Adicciones de la provincia de Buenos Aires y referido al negocio de la cerveza.

Fecha de emisión: 09/05/03.

Título: “Más vale prevenir que curar”, por Wilbur R. Grimson, titular de Sedronar y relacionado con las adicciones.

Fecha de emisión: 09/05/03.

Título: “El negocio de la diversión”, Adrián Dall’Asta, director de la “Fundación Proyecto Padres”.

Se presenta este artículo por destacarse del resto e iniciar una posterior e importante polémica dentro de la sección “Correo de lectores”; dicho intercambio epistolar enfatizó la asociación presentada en el artículo entre algunas variables: adolescencia y grupalidad, nocturnidad, familias y límites, empresariado.

Dicha asociación se observa en un seguimiento secuencial y puntual del texto:

La noche es definida como seductora y divertida.

El autor se pregunta si es natural o provocada como negocio.

Se marca una diferencia epocal entre las vanguardias de los años setenta y el idealismo juvenil (el discurso de la modernidad con tintes románticos) y la situación signada por la crisis y una juventud que es solidaria pero desesperanzada.

El adulto le pide al adolescente que sea honesto, alegre, pudoroso, respetuoso, soñador.

El adulto se ve a sí mismo como deshonesto, triste, exhibicionista, sin proyectos.

El joven de hoy día sobrevive, trata de zafar y persigue el éxito inmediato.

La diversión es entendida como un gran negocio, un recurso para ocultar una enorme angustia vital, consecuencia de un mundo sin valores y un efecto del marketing.

Los diferentes protagonistas despliegan diferentes acciones:

- Los empresarios: han encontrado una veta muy rentable y han impuesto los modelos: boliches, viajes, fiestas.
- Los medios: bombardean con el modelo alcohol-éxito.
- Los adolescentes: van a boliches, organizan fiestas y viajes de egresados. Exaltan la grupalidad entendida como la que “impone normas” y suprime al “descolgado”; consumen siempre alcohol al que consideran un “compañero de ruta” y ocasionalmente drogas o como una acción subsidiaria del consumo posterior al alcohol. En ciertas ocasiones, en especial los fines de semana, se emborrachan, se drogan, fuman sin medida, transan, deambulan por la noche. Lo que no hacen es pensar y sentir.
- Los padres, interlocutores “naturales” de este artículo, no deben recurrir al viejo sistema de prohibiciones y pueden hacer mucho. Algunas acciones propuestas: generar alternativas; recuperar el protagonismo; anular el tercerismo –categoría que agrupa al estado, colegios, psicopedagogos y sabios de moda- y tomar las riendas.

Por último, la diversión es definida como un negocio millonario que impone publicidades, modas, pautas culturales, alcohol, malas costumbres, desesperanza y falta de ideales.

Editoriales del segundo semestre de 2003

Se los presenta según fecha de aparición, título, diagnóstico, acción propuesta y, en ocasiones, mención especial a alguna característica o detalle.

Editorial del 31/07/03.

Título: “Inconducta estudiantil”.

Diagnóstico: viajes de egresados definidos como “desapacibles y violentos”. Presenta “escándalos protagonizados por alumnos de colegio platense en Bariloche”. Estos protagonistas son definidos como “quienes han recibido durante años una formación educativa”.

Acción propuesta: efectuar viajes tales como “excursiones culturales o travesías guiadas por finalidades solidarias que permitiesen aunar lo agradable con lo útil”.

Editorial del 21/08/03.

Título: “El rescate de nuestra juventud”.

Diagnóstico: muestra cifras de desempleo; por ejemplo, 1.272.000 jóvenes entre 15 y 24 años que permanecen en total inactividad.

Acción propuesta: la ciudadanía en su conjunto y las autoridades de la sociedad civil deben tomar “plena conciencia de que está en juego el futuro de nuestros jóvenes y, en consecuencia, el de todo el país”.

Mención especial: en el párrafo final la juventud es definida como “promesa del mañana”.

Editorial del 01/09/03.

Título: “Adolescentes violentos”

Diagnóstico: alumno de 11 años que agredió e hirió a un docente platense; en Resistencia, Chaco, “tres estudiantes activaron una granada de gas lacrimógeno en un aula, obligando a la maestra a saltar de la planta alta al patio con la consiguiente fractura de una pierna”; en la provincia de Buenos Aires, tres menores entre 15 y 17 años “fueron identificados como responsables de varios secuestros exprés”.

Acción propuesta: a la escuela. Se indica que esta no debe cumplir una función pasiva de transmisión de conocimientos sino que “debe ante todo formar personas y transmitir pautas de convivencia”. A la sociedad, permitir que la escuela cumpla “su misión elevadora del esfuerzo que nos conduzca hacia un futuro mejor”.

Editorial del 10/10/03.

Título: “La adolescencia en el mundo”

Diagnóstico: según un informe de las Naciones Unidas, de los 6.300 millones de habitantes del planeta, “la mitad son menores de 25 años y el 20% son adolescentes comprendidos entre las edades de 10 y 19 años”. Es un problema de “gran magnitud pero que puede confundir en relación a una uniformidad”. Deben notarse las diferencias entre países desarrollados con reducción de nacimientos y prolongación de la vida de generaciones mayores y países en vía de desarrollo por la natalidad alta y mayor dependencia de las generaciones que no se hallan en actividad.

Acción propuesta: aprovechar “una ocasión formidable para incrementar su desarrollo social y económico”.

Mención especial: en el párrafo final se enfatiza el “elevado potencial juvenil”.

Editorial del 31/10/03.

Título: “Juventud, sinónimo de esperanza”

Diagnóstico: se recuerdan las cifras reseñadas en el editorial del 10/10/03 pero indicándose que “es un justificado llamado a la sociedad adulta mundial para que asuma un rol protagónico”, rol que debe expresarse en velar por la “maduración del cuerpo y el cuidado de la salud”; interesarse por el desarrollo social del adolescente en relación al grupo familiar, a la integración con los pares y otros sectores sociales y con los avances hacia el ejercicio de una autonomía responsable; tener presente “la expectativa de progreso del adolescente” y, por último, considerar el “conjunto de valores, creencias y actitudes que orientan el comportamiento moral de los jóvenes”.

Acción propuesta: los sectores “con capacidad de decisión e influencia” deben tener “una clara percepción de las perturbaciones que acechan”; considerar la influencia de macrovariables sociales tales como cambios en la estructura familiar, migraciones, crisis de desempleo, guerra, hambre, discriminación y desigualdad de derechos” y acción prioritaria sobre dos necesidades ineludibles de desarrollar “planes y programas educativos que aseguren el cumplimiento de un nivel básico para todas las personas” y protección “de la salud en un sentido integral”.

Editorial del 20/11/03.

Título: “Acompañar al adolescente”

Diagnóstico: a raíz de “jornadas de reflexión referidas al acompañamiento que necesitan los adolescentes de esta época de profundos cambios”, jornadas que fueron organizadas por la “Vicaría episcopal de educación” dedicadas a padres y docentes y que contaron con la presencia de autoridades religiosas, civiles y especialistas en “la formación de jóvenes” se enumeró lo siguiente: como un telón de fondo, el desdibujamiento de la figura y de la función de la familia contemporánea lo que produce alarmante número de fracasos matrimoniales; la mitad de los adolescentes son miembros de hogares con un solo progenitor; tres de cada diez adolescentes no vive con ningún padre. Además, la cultura de nuestros días puede definirse como “poseyendo un carácter adolescente” porque estimula “el interés por lo placentero y lo inmediato”; se busca lograr “las cosas por el camino del facilismo”; existe primacía que le concede al “hábito consumista” y una atmósfera social que incentiva principalmente “la gratificación hedonista”.

Acción propuesta: los mayores nunca “deben abandonar la esperanza” y tienen que ir al encuentro cotidiano con los hijos “con espíritu de diálogo y en procura de un ejercicio de acompañamiento que sepa combinar momentos de cercanía y de distancia”; los docentes, a través de un camino deseable que es la “educación personalizada” propuesta que es definida como “muy ponderable” pero difícil; a la sociedad en su conjunto en tanto se deben “renovar ideales y reafirmar un plexo de valores que dé sentido a la vida”.

Editorial del 21/11/03.

Título: “El alcoholismo y los jóvenes”

Diagnóstico: el alcoholismo es un fenómeno que “crece entre los jóvenes y los adolescentes” y que conoce la simultaneidad de dos fenómenos sociales: “descontrolada tendencia al consumo de bebidas alcohólicas” a toda hora y en cualquier sitio aunque “si es cerca de los colegios (es) peor”; disminuye en “forma proporcional” la edad mínima de quienes se “incorporan a esa nociva costumbre”. Así, la inclinación a beber ya no es “una moda transitoria y circunscripta a determinados ambientes para convertirse en un hábito con hondo arraigo en los núcleos juveniles de todas las capas sociales”. Además, habría una especie de “hipoacusia colectiva” porque la “sociedad no ha

prestado la suficiente atención” y se define a la situación como “endemia” no azarosa sino producto de: inexcusable resistencia de “muchas autoridades a reproducir medidas punitivas”; pasividad de padres, familiares y maestros en relación a transmitir “pautas y valores morales adecuados”; tolerancia social hacia el “nocivo fenómeno” y efecto de ciertas “campañas propagandísticas indiscriminadas”.

Acción propuesta: no figura.

Addenda marzo 2004

Durante el verano de 2004 el matutino no publicó otro editorial sobre el tema. Pero tal vez siendo fiel al mencionado slogan de “usted, vos y nosotros”, editó los viernes un suplemento especial destinado a las vacaciones en especial en los lugares “exclusivos” de nuestra costa atlántica y el Uruguay. Eran ediciones especialmente destinadas a los jóvenes y en ellas se efectuaba una velada apología del alcohol, las salidas nocturnas y el desborde contrastando con otras notas aparecidas en el cuerpo principal del diario en las que se efectuaba, como vimos, una directa acusación a estas situaciones.

El 17 de marzo se celebró el día de San Patricio, un indicio para rastrear el tema de la globalización cultural dentro de ciertas franjas de la población. En “Guía de la semana”, suplemento habitual en todo el año, aparece un recuadro titulado “Verde que te quiero verde” en relación a los colores del santo irlandés. Un párrafo dice: “vestir de verde, sostener una cerveza en la mano y ganas de pasarla bien son las condiciones básicas de la noche... y sobre todo no pensar en la ajetreada mañana del día siguiente” ya que la celebración era un día miércoles.

El jueves 18, en el cuerpo principal del matutino, apareció una nota reseñando el festejo callejero y multitudinario pero adoptando un tono tenso entre la aprobación y la sanción. Las declaraciones de algunos concurrentes juveniles en relación a las condiciones para ir a trabajar a la mañana siguiente giraban alrededor de la indiferencia ante este hecho. Pero puede suponerse la fuerte condena por parte de lectores adultos en relación a la homologación entre días hábiles y trabajo y fines de semana y diversión.

Como corolario puede mencionarse el siguiente aporte que retoma la “serie” del último semestre de 2003.

Editorial del 09/03/04.

Título: “Las vacaciones y el alcohol”

Diagnóstico: según las estadísticas recogidas en centros asistenciales de la costa atlántica, el consumo de bebidas alcohólicas por parte de los menores de edad “fue incrementado en forma considerable durante la última temporada de vacaciones”.

La estadística general indica que “la venta de bebidas alcohólicas subió en algunos casos hasta un 700 por ciento: el promedio general respeta esa tendencia al confirmar que la demanda del alcohol se cuadruplicó”.

Además, estadísticas más específicas indican que “solo en Mar del Plata fueron atendidos 156 casos de intoxicación aguda de los cuales el “17 por ciento involucraba a menores de 18 años”; no se trató de jóvenes que “habían bebido una copa de más sino de adolescentes que estuvieron en el umbral del coma alcohólico” aclarando -y en este sentido se produce la secularización del conocimiento científico- que “la intoxicación alcohólica se produce cuando se bebe en un tiempo muy breve una cantidad tal de alcohol que el organismo no puede metabolizar y, en consecuencia, se provoca una saturación en la sangre que desencadena la intoxicación aguda”.

También se señala que el 70 por ciento de los menores entre 15 y 17 años ingiere alcohol regularmente; que lo hacen como una droga para entonarse, desinhibirse o envalentonarse porque los han convencido de que “si no se estimulan no podrán divertirse. (En ese sentido, aparecería la tensión entre la mirada “moderna” de la diversión -por ejemplo, en los recordados slogans de “vacaciones” o “sol sin drogas” en campañas de divulgación muy recordadas- y la mirada “posmoderna” por parte de la juventud que concibe diversión y estimulación o, como decía el contraeslogan de la campaña citada: “Luna con drogas”).

El diagnóstico recalca en la sensación de relativa derrota a pesar de los esfuerzos estatales para llevar adelante los niveles de prevención y asistencia porque “la faz preventiva se vio sobrecargada totalmente por causa de la oferta de bebidas alcohólicas a los jóvenes” y porque “faltó el compromiso de muchos comerciantes, desde quiosqueros hasta propietarios de discotecas”. Durante los primeros cuarenta y cinco días del verano “se realizaron más de 450 actuaciones por incumplimiento de la legislación que controla la venta y el consumo de alcohol”.

Acción propuesta: además de llevar adelante medidas oficiales en relación a cierre de negocios infractores, aumento de las multas, creación de un registro de locales habilitados, etc., debe aceptarse que si bien esas medidas “deben ser bienvenidas” es necesario entender que “ninguna de ellas podrá sostenerse en el tiempo y con probabilidades de éxito si en forma simultánea no son llevadas a cabo campañas de información y prevención; llamados de alerta acerca de las consecuencias y los efectos del abuso de las bebidas alcohólicas, apenado para ello a un lenguaje claro, comprensible y creíble”.

Algunas reflexiones finales

Se usa indiscriminadamente el término “juventud” y/o “adolescencia”. En ocasiones, uno está por el otro y, en ciertas ocasiones, van acompañados.

El sociólogo G. Cooley (citado en D. Mc Quail, 1979) señalaba que una de las consecuencias de la comunicación de masas es la mayor “concientización” de la sociedad

en relación a ciertos problemas. En la medida en que se ha expandido la denominada “cultura juvenil” y “cultura de la calle”, el adulto tiene restringido el acceso directo a ámbitos y prácticas juveniles.

El conocimiento de los mismos es, por lo tanto, indirecto. El relato de los jóvenes es en general “evasivo” y “recortado”. En ocasiones, tiende a desmentir la profundidad del problema y trata de enfatizar la autonomía y la privacidad.

Frente a esta realidad, los medios funcionarían como conectores entre esa realidad juvenil que los protagonistas escamotean a los adultos y estos que, deseosos de acercarse a un mundo hermético y vedado, encuentran en el mensaje periodístico una puerta de ingreso que no solo interpreta sus necesidades de saber sino que también las refuerza. Es como si los medios masivos fueran los “ojos” de los mayores, situación que se desplegaría por la acción de las creencias particulares y psicosociales citadas por A. Raiter.

La presencia de términos tales como “perdida” y “rescate” construyen una representación social de una juventud que se ha desviado, que es desbordada e impulsiva.

Algunas de las características evolutivas de la adolescencia -entre otras, impulsividad y desborde- serían reforzadas bajo la óptica de este diario por la desidia de los gobiernos, la indiferencia de la familia y la acción de empresarios inescrupulosos.

La juventud se vería tensionada entre manifestar sus impulsos sin importarle las consecuencias personales y sociales y/o respetar las necesidades del resto de la sociedad. Este desborde aparecería implícitamente metaforizado como un desbande o “animal desbocado” en tanto la familia -como cualquier otra institución- debe “tomar las riendas”.

Se reforzaría la idea de “fragilidad psíquica” de esta etapa de la vida en tanto sus integrantes son fácilmente captados por sectores sociales inescrupulosos.

La juventud abandonó o ha sido obligada a abandonar sus lugares “naturales” (familia y escuela) y ha sido captada por el empresariado desdibujándose, así, las virtudes románticas y modernistas -enseñamiento, cambio, progreso- para convertir a los adolescentes en simples consumidores y, según el relato posmodernista, ser ellos mismos los creadores de su propia identidad cambiante e inestable.

El rescate, entonces, de esa “juventud perdida” debe ser el resultado de la acción conjunta de la familia, escuela y estado -las tres instituciones pilares de la modernidad- que deben imponer o reimponer, según como se lo mire, nuevos modelos identitarios alejados y reemplazando a los actuales que han sido impuestos por los empresarios.

Bibliografía

- Almasia, A. (2003). *Representaciones sociales*. Buenos Aires: UCES.
- Balardini, S. (2002). *Jóvenes, tecnología, participación y consumo*. Buenos Aires: CLACSO.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1972). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Castorina, J.A. (2003). *Representaciones sociales*. Madrid: Gedisa.
- Cao, M. (2002). *Medios de comunicación. Adolescencia y posmodernidad*. En www.magma-net.com.ar
- Cortés Pinto, C. (2001). *La construcción de una representación social*. En <http://cristianenrique.tripod.cl/trabajosocialydiscapacidadvisual>
- Cossi, E. (2003). Juegos de lenguaje y teoría de las representaciones sociales. *Congreso de la UBA*, Buenos Aires.
- Criado, E.M. (2003). La construcción de la juventud como problema social. Universidad de Sevilla, España.
- Fize, M. (2001). *¿Adolescencia en crisis?* México: Siglo XXI.
- Gergen, K. (2000). *El yo saturado*. Facultad de Psicología de la UBA, Buenos Aires.
- Gergen, K. (2001). El movimiento del construccionismo social en la psicología moderna. *Revista Sistemas Familiares*, 9(2).
- Gosende, E (2001). Entre construccionismo social y realismo. *¿Atrapado sin salida?* *Revista Subjetividad y Procesos Cognitivos Epistemología*, 1. UCES, Buenos Aires.
- Hartmann, Alicia y colab. (2000). *Adolescencia: una ocasión para el psicoanálisis*. Madrid: Miño y Dávila.
- Hobsbawm, E. (1997). *Historia del siglo XX*. Barcelona: Crítica.
- Jodelet, D. (2003). La representación social: fenómeno, concepto y teoría. Ficha Facultad de Psicología de la UBA, Buenos Aires.
- Maldavsky, D y colab. (2001). Sobre la investigación clínica en psicoanálisis: deslinde de una perspectiva. *Revista Subjetividad y Procesos Cognitivos, Epistemología*, 1. UCES, Buenos Aires.

Margulis, M. (2004). El difícil arte de asir a la juventud. *Revista Ñ*, Buenos Aires.

McQuail, D. (1979). *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires: Paidós. (Hay versión actualizada).

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis: su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.

Raiter, A. (1999). *Discurso y ciencia social*. Buenos Aires: Eudeba

Raiter, A. (2002). *Representaciones sociales*. Buenos Aires: Eudeba.

Reguillo Cruz, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles*. Buenos Aires: Norma.

Roudinesco, E. (2003). *La familia en desorden*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Zamudio, B. y Rolando, L. (2003). Representaciones sociales en cadenas asociativas. *Congreso de la UBA*, Buenos Aires.

Fecha de recepción: 20/09/11

Fecha de aceptación: 3/12/11