

# Manual de buenas prácticas para el tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación

Guía elaborada a partir de un análisis de noticias de prensa, radio y T.V.



## **Manual de buenas prácticas para el tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación**

**Guía elaborada a partir de un análisis de noticias  
de prensa, radio y T.V.**

José Antonio Alcoceba Hernando - Gladys Mathieu Breglia  
S.D. Comunicación, Dpto. Sociología IV.  
Facultad de Ciencias de la Información (UCM)

## Equipo de investigación:

### Directores:

José Antonio Alcoceba Hernando.

Gladys Mathieu Breglia

S.D. Comunicación, Dpto. Sociología IV.

Facultad de Ciencias de la Información (UCM)

### Diseño Gráfico

Pep Carrió / Sonia Sánchez

Antonio Fernández

### Edición

© Instituto de la Juventud

### Redacción

Observatorio de la Juventud en España

Servicio de Documentación y Estudios

C/ Marqués de Riscal, 16 - 28010 Madrid - Tel.: 91 363 78 09

E-mail: estudios-injuve@mtas.es

[www.injuve.mtas.es](http://www.injuve.mtas.es)

Catálogo General de publicaciones oficiales

<http://www.060.es>



NIPO: 208-08-004-7

Maquetación: **ARTEGRAF, S.A.**

Las opiniones publicadas en éste número corresponden a sus autores.  
El Instituto de la Juventud no comparte necesariamente el contenido de las mismas.

## Prólogo

El material que se presenta a continuación se compone de dos trabajos complementarios. En primer lugar consta de un “Manual de buenas prácticas para el tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación”. Se trata de una guía elaborada a partir del análisis de noticias de prensa, radio y televisión; y que estaría orientada a mejorar el tratamiento informativo de la juventud en los MCM.

El segundo de los trabajos recogido bajo el título “La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación. Un análisis mediacional de las noticias sobre juventud publicadas en prensa, radio y televisión durante los meses de octubre y noviembre de 2006”. Corresponde a un análisis detallado de un conjunto de noticias sobre juventud seleccionadas en diversos medios de ámbito nacional, autonómico y local.

La dirección de estos trabajos ha corrido a cargo de José Antonio Alcoceba Hernando, de Gladys Mathieu Breglia, profesores del Dpto. de Sociología IV de la UCM y de María Cadilla, becaria de investigación de dicho departamento. En la coordinación, realización y redacción han participado también M<sup>a</sup> Cristina Pinto Arboleda, Arturo Marcial Padrón Hernández, Juan Carlos Águila Coghlan y Miguel Ángel Sobrino Blanco, doctorandos e investigadores del Programa de Doctorado Comunicación, cambio social y desarrollo de la UCM.



## PRIMERA PARTE

# Manual de buenas prácticas para el tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación

Guía elaborada a partir de un análisis de noticias  
de prensa, radio y T.V.



## ÍNDICE

1. Introducción .....	9
2. Justificación de un manual de buenas prácticas .....	11
3. El tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación .....	13
3.1. La relación de los jóvenes con los medios de comunicación .....	13
3.2. La cobertura mediática de las noticias sobre jóvenes .....	15
3.3. Los temas sobre la juventud que cubren los medios .....	15
4. Herramientas para el análisis del discurso mediático .....	19
4.1. El análisis del discurso aplicado a las noticias .....	19
4.2. Ejemplos de análisis de noticias .....	21
4.2.2. Prensa .....	21
4.2.3. Radio y Televisión .....	27
5. Recomendaciones para propiciar un buen tratamiento de los jóvenes en los medios .....	33
6. Bibliografía .....	35



No posee ninguna novedad señalar la influencia y la importancia que tienen los medios de comunicación en la conformación de las representaciones del mundo. Es una cuestión suficientemente tratada por las ciencias sociales en general y los estudios de comunicación en particular. Sin embargo, la realidad en la elaboración cotidiana de los productos comunicativos, sometida a los ritmos de la producción y a la lógica competitiva del mercado, deja entrever “el olvido” en que incurren los responsables de los diferentes medios masivos de comunicación, dejando de lado la responsabilidad social que debería guiar toda práctica mediática.

Los medios masivos de comunicación, son parte activa del proceso de enculturización y tienen un lugar de privilegio para influir en el comportamiento de las personas, en especial los más jóvenes, que se encuentran en un momento vital de búsqueda y conformación de su personalidad e identidad colectiva. Esto no significa que no utilicen otras fuentes de información<sup>1</sup> para elaborar sus visiones del mundo y en particular la correspondiente a los jóvenes y su entorno.

Por lo tanto, los medios no pueden perder de vista que constituyen una de las fuentes principales de las que se nutren los más jóvenes para elaborar su autoimagen. Esto los obliga a llevar adelante una práctica responsable en la producción comunicativa que atañe al colectivo juvenil.

Diversas investigaciones dedicadas a explorar la imagen que reproducen los medios sobre los jóvenes, han dado cuenta de una serie de tópicos basados en la supuesta conflictividad del joven. Es decir, predomina la mirada normativa del adulto que tiene por objetivo “guiar” a los “jóvenes descarriados”. En raras ocasiones se lanzan las preguntas o se buscan explicaciones y justificaciones en los propios grupos de jóvenes. Mucho menos se buscan los por qué, o se intenta interpretar los comportamientos y actitudes como posibles cuestionamientos a una supuesta y pretendida “normalidad social”.

En cualquier caso, los medios de comunicación deben estar abiertos a un enfoque dinámico de la sociedad, que permita atender a los cambios estructurales que se producen y a las afecta-

---

<sup>1</sup> Otras fuentes están constituidas por : la observación directa de las personas que encuentran en su entorno; las experiencias positivas o negativas que obtienen de sus relaciones interpersonales o grupales, la reflexión sobre los datos a propósito de estas y otras personas, relaciones y situaciones que guarda en la memoria; la comunicación interpersonal o grupal con amigos, vecinos y familiares en ámbitos socio-culturales diversos como la escuela, el barrio, el hogar, el trabajo, el bar, el sindicato, la parroquia, etc. En Baca Lagos, V: Imágenes de los Jóvenes en los Medios de Comunicación de masas.

ciones que esto tiene a nivel de las subjetividades. A cada joven le toca serlo en determinada época, bajo unos condicionamientos histórico-sociales y políticos frente a los cuáles tiene que construir su rol de joven. Por lo tanto, las causas y consecuencias de los problemas que los involucran deben explicarse en función del contexto y no con argumentos tópicos que refuerzan estereotipos y homogenizan al colectivo a través de los rasgos más negativos.

En general, los profesionales de los medios de comunicación están sometidos a unas condiciones de producción de la realidad, que les deja poco espacio para la reflexión y la previsión de consecuencias de aquello que se va a publicar o emitir. Es labor de los analistas de la comunicación, volver sobre los “modos de hacer” a fin de señalar tanto aspectos positivos como negativos del tratamiento a que son sometidos los diversos colectivos sociales. La presente guía se propone como una herramienta para orientar al trabajador de los medios hacia **buenas prácticas** en el tratamiento de los temas relativos a los jóvenes, a fin de construir una información más ajustada y respetuosa de sus realidades.

Para llevarla a cabo se realizó un análisis de noticias de prensa, radio y televisión pertenecientes a los meses de octubre y noviembre de 2006. Dicho trabajo aportó la información necesaria para profundizar en el tratamiento informativo de la realidad juvenil. Los materiales que conforman dicho análisis se adjuntan en el trabajo *“La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación. Un análisis mediacional de las noticias sobre juventud publicadas en prensa, radio y televisión durante los meses de octubre y noviembre de 2006”*.

## Justificación de un manual de buenas prácticas

Tal como se ha señalado anteriormente las condiciones de producción de la información sometidas fundamentalmente a la imposición de la inmediatez<sup>2</sup>, deja al profesional de los medios escaso tiempo para someter su trabajo a un control riguroso de los contenidos y mucho menos a un análisis de las posibles interpretaciones y la consecuente formación de las visiones del mundo que, a partir de él, puedan originarse. Por ello, es responsabilidad de los analistas de la comunicación ofrecer un espacio para la reflexión, la autocrítica y el análisis de los productos comunicativos a fin de desnaturalizar los procedimientos a través de los cuales se elabora la información que circula en la sociedad.

El profesional de los medios, adquiere una habilidad y destreza para elaborar la información que, en muchas ocasiones, repercute en la estandarización de ciertas reglas que se tienen como efectivas para captar la atención del público. Sin embargo, esto tiene como contrapartida un menor interés por analizar la multiplicidad de miradas que se ponen en juego a la hora de “dar forma” a un determinado contenido. Precisamente, el análisis<sup>3</sup> que da origen a este manual detecta un modelo más o menos genérico en el enfoque y construcción de la información relativa a los jóvenes, basado en resaltar el punto de vista de las instituciones que suele visionar al joven desde su conflictividad, reduciéndolo a una actitud de pasividad.

Por ello es necesario recordar que todo producto comunicativo está poniendo al alcance de las audiencias una representación de los jóvenes, a partir de las cuáles conformarán su universo cognitivo y orientarán sus acciones sociales.

El presente manual de buenas prácticas está dirigido a los profesionales de los medios de comunicación con la finalidad de ofrecerles pautas claras y prácticas para ser tenidas en cuenta a la hora de elaborar los contenidos informativos que atañen al colectivo juvenil. El objetivo último, es aportar herramientas para lograr un tratamiento de los jóvenes que se ajuste mejor a la diversidad del colectivo, a sus intereses y a la diversificación de sus roles dentro de la sociedad actual. En otros términos, se pretende “positivizar” la imagen que los medios proponen de los

---

<sup>2</sup> Además del ritmo en la producción de noticias hay que tener en cuenta la flexibilidad laboral que afecta al sector profesional de los medios de comunicación, donde un periodista es obligado a cubrir diversas temáticas, viendo su trabajo sometido a la valoración por volumen y no por calidad.

<sup>3</sup> “La imagen de los jóvenes en los medios de comunicación. Un análisis mediacional de las noticias sobre juventud publicadas en prensa, radio y televisión durante los meses de octubre y noviembre de 2006”.

jóvenes, propiciando una reapropiación de su imagen que de lugar a una inserción activa del joven dentro de la sociedad. De alguna manera, se intenta dejar de pensar en cómo “integrar” al joven dentro de una sociedad con unas reglas y normas pre-establecidas y abrir espacios que le permitan intervenir en la transformación de dichas normas.

Evidentemente, los medios de comunicación social son aliados fundamentales a la hora de propiciar cambios en las mentalidades. Por ello se considera preciso brindar al profesional de los medios una serie de conocimientos sobre la realidad juvenil y unas herramientas analíticas que le den la oportunidad de abordar los acontecimientos relacionados con los jóvenes alejado de los estereotipos y los puntos de vista que criminalizan al colectivo. Por el contrario, se pretende que los responsables de los medios de comunicación sean conscientes de la actitud paternalista con que suelen tratar la problemática juvenil y puedan promover cambios en el sentido de “escuchar” también la voz de los jóvenes considerándolos parte activa de las dinámicas sociales. La presente guía aspira a llamar la atención sobre la importancia de fomentar y demandar una práctica de comunicación responsable por parte de los medios masivos de comunicación.

## El tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación

Este apartado procura indicar al profesional de los medios cuál es el estado actual del tratamiento de la juventud en los medios, así como también señalar algunos rasgos de la relación que establecen los jóvenes con los **medios de comunicación tradicionales**<sup>4</sup>. Dicha relación se halla en pleno proceso de cambio y condicionada por la introducción de nuevas tecnologías que impliquen nuevas modalidades de acceso a la información, y también en muchos casos, vienen a sustituir o modificar los usos de los medios tradicionales.

### 3.1 La relación jóvenes y medios de comunicación

- Los jóvenes utilizan el contenido de los medios para reafirmar o argumentar sus opiniones e ideas, como parte de su proceso de socialización y para desarrollar su sentido de pertenencia (García González, A: 2005).
- En ocasiones, el contenido mediático forma parte de las interacciones que emprenden con los grupos de pares. Es decir, se utilizan determinados contenidos en conversaciones, reuniones, a través de los cuáles se reconocen como grupo.
- Representan un grupo interesante para atraer anunciantes, de ahí las estrategias de los diversos medios por captarlos como audiencia (más evidentes en prensa –suplementos especiales; versiones gratuitas- y televisión-series con tramas juveniles). Es decir, despiertan un alto interés como consumidores actuales y potenciales adultos consumidores.
- Sin embargo, los jóvenes se muestran críticos con la intención de los medios de captarlos y postergarlos a su papel de consumidores. De hecho, los jóvenes entre 18 y 29 años no han sido incorporados como públicos importantes en las parrillas de programación<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> En este manual se ha decidido denominar “medios de comunicación tradicionales” a la radio, prensa y televisión para distinguirlos de medios digitales, dado que no han sido tratados en *La Imagen de los jóvenes en los medios. Análisis de noticias publicadas sobre la Juventud en prensa, radio y televisión durante los meses de octubre y noviembre de 2006*, que es de donde procede la base de datos de noticias utilizadas en este manual.

<sup>5</sup> “En la industria mediática, donde las audiencias están cada vez más segmentadas, diarios, revistas, sitios Web, programas de televisión y radio, aspiran a cautivar el interés y fidelidad de millones de consumidores –y de paso- de los anunciantes. Este proceso ha sido rápido y propio de la evolución de las tecnologías de la información, pero actualmente más allá de la diversidad de públicos y medios existentes, aquellas personas entre 18 y 29 años,

- Se perciben a sí mismos con capacidad para no dejarse influenciar por lo que “se dice en los medios”. Manifiestan una actitud similar respecto de la publicidad y confían en su capacidad para hacerle frente.
- Se manifiestan descontentos con la imagen que de ellos construyen los medios (García González, A: 2005).
- Los medios tradicionales se perciben como más precisos, fiables y fidedignos que los nuevos medios. Sin embargo las **noticias y la información** se obtienen por medio de relaciones más directas como las que representan la familia o los amigos<sup>6</sup>.
- A veces los jóvenes acuden a los medios para obtener información sobre cosas concretas. En otras ocasiones, los medios son una manera de sentirse integrados en un colectivo que comparte los mismos símbolos, las mismas aficiones y los mismos valores. En otras, son simplemente una manera de ocupar su tiempo libre. “Ello depende del juego de correspondencias entre sus intereses coyunturales, las características de los contenidos de cada medio, las posibilidades tecnológicas que éstos ofrecen, las tendencias de la moda; y un factor decisivo, el grado en que sean verdaderamente significativos para ellos otros referentes culturales como puedan ser la familia, los iguales, la escuela, el lugar de trabajo, etc.” (Vera, J: 2000).
- La televisión es el medio más utilizado. En general el colectivo juvenil se constituye como audiencia de teleseries (las de mayor éxito suelen ser las que incluyen personajes jóvenes con los que pueden identificarse) y magazines nocturnos. La tendencia indica que cada vez menos se le presta atención a los programas informativos.
- La radio<sup>7</sup> es el segundo medio de comunicación frecuentado por los jóvenes. Entre los programas de radio (destacan los programas musicales, los deportivos y los de humor).
- Evidentemente, va en aumento el número de los jóvenes que usan ordenador y el de los que se conectan a Internet (INJUVE: 2000; Rodríguez, E; Navarro, J y Megías, I: 2001).
- La prensa está muy por detrás del consumo de TV y radio. Los porcentajes de lectores no superan en ningún caso el 20% entre los que dicen leer la prensa siempre o con frecuencia. Y los periódicos más leídos son deportivos como “Marca” o “As” y de información general como “El País” o “El Mundo”.
- Con respecto a la información, en general los jóvenes observan un “exceso de información”, un bombardeo excesivo de datos –y reiterativo– que la hace poco atractiva y les provoca desmotivación y/o desidia: los más jóvenes (12-17 años) solicitan una información más simplificada –más “mascada”–, de consumo más accesible. Mientras que la franja de edad mayor (18-25 años) demandan más canales de información, espacios de consulta donde puedan buscar la información que necesitan. Se aprecia la utilidad de la información en función del valor añadido
- En definitiva, los jóvenes no se perciben integrados en el contexto informativo de actualidad y no consideran a los medios de comunicación convencionales como fuentes directas para buscar en ellos información de interés. Además, consideran que sólo interesan como “clientes” y que su imagen es falseada, cosa que les resta fiabilidad.

---

al parecer no han sido consideradas como públicos importantes en la parrilla mediática”. (En Arraigada, A: **Los jóvenes y los medios masivos: una generación postergada** [http://www.antimedios.cl/sitio/archivo\\_pdf/papers/joyvenes.pdf](http://www.antimedios.cl/sitio/archivo_pdf/papers/joyvenes.pdf))

<sup>6</sup> Esta es una de las respuestas clave dada por 10 grupos innovadores de trabajo formados por jóvenes de 10 países, en el marco de un gran proyecto de investigación sobre cómo los jóvenes obtienen la información. En una investigación encargada por la Asociación Mundial de Periódicos donde participaron 1000 jóvenes entre 15 y 29 años, se llegó a lo siguiente (<http://www.wan-press.org/article14282.html>) - Junio de 2007)

<sup>7</sup> Un estudio desarrollado por Bridge Research señala una tendencia alarmante para las emisoras de radio terrestre. La gente más joven ya no está escuchando radio según el estudio, sino cada vez más medios digitales como los iPods, las radios online, las radios satelitales y los CDS. El uso de reproductores de MP3 llega hasta casi el 80% del tiempo de escucha y no es radio lo que están escuchando los más jóvenes. Las audiencias de AM y FM han caído en el segmento 18-34 años en los últimos meses. Los podcasts están siendo una alternativa a la radio y están erosionando el tiempo dedicado a la emisión radial. <http://mediosdigitales.info/2006/04/07>

### 3.2 La cobertura mediática de las noticias sobre jóvenes

Según el análisis *La Imagen de los jóvenes en los medios*<sup>8</sup>, la prensa es el medio en el que más aparecen noticias relacionadas con el colectivo juvenil.

Medio en el que se publica la noticia

	CASOS	% COL
TOTAL	2.747	100,0%
Prensa	1.885	68,6%
Radio	509	18,5%
TV	353	12,9%

Fuente: *La Imagen de los jóvenes en los medios. Análisis de noticias publicadas sobre la juventud en prensa, radio y televisión durante los meses de octubre y noviembre de 2006.*

De esta primera aproximación se pueden deducir varias cosas. En primer lugar, que el medio que más espacio dedica a cuestiones juveniles es el menos frecuentado por los jóvenes. Por lo tanto: se evidencia un primer desencuentro entre jóvenes-prensa que responde a varios factores. Es verdad que la prensa ha sido el medio menos tenido en cuenta por los jóvenes, en tanto que presupone un poder adquisitivo (es preciso recordar que el estudio citado sólo retoma la prensa tradicional y no incluye la prensa gratuita que tiene un alto consumo entre los jóvenes) que el joven no tiene al menos hasta conseguir una primera inserción en el mercado laboral. En este sentido, salvo en el caso de suplementos específicamente dirigidos a ellos, el joven no busca información en este medio. A su vez, esto repercute en que la prensa no produce información contando al joven como destinatario directo y por ello, en términos generales, los mensajes se producen para “el mundo del adulto”. De ahí el predominio de un tratamiento de la temática juvenil en que se destaca la labor y la visión de las instituciones pertinentes. La imagen y situación de los jóvenes que tiende a presentar la prensa escrita suele adecuarse a los intereses, preocupaciones y expectativas de los mayores. En otros términos, salvo excepciones, el joven aparece excluido como sujeto activo de sus propias condiciones y es reducido a un estadio de tránsito hacia la madurez que no le permite ser opinante o evaluador de aquellas cosas que le competen.

Observando el cuadro de datos anterior, no se corresponden en absoluto las cifras en prensa con las de radio y televisión. Esta distribución hace suponer que, en verdad, hay muchas más noticias que involucran a los jóvenes de las que dan cuenta los dos medios audiovisuales. De lo cual, vuelve a deducirse que la selección de acontecimientos en que incurren dichos medios es mucho más exhaustiva que la que realiza la prensa<sup>9</sup> y seguramente más limitada a determinadas temáticas. En este sentido, el Análisis antes mencionado deja claro que las principales noticias en radio y televisión corresponden a temas sobre violencia y delitos.<sup>10</sup>

### 3.3 Los temas sobre la juventud que cubren los medios

La selección de unos acontecimientos en detrimento de otros, determina la importancia o el orden de prioridades que orienta la atención y la opinión pública. Las audiencias son sometidas

<sup>8</sup> La selección del conjunto de noticias recogidas para este análisis incluyó 2747 unidades, correspondientes al período Octubre-Noviembre de 2006.

<sup>9</sup> En el Análisis *La Imagen de INJUVE en los medios* (2007) destaca una limitación de la selección de noticias de radio y televisión al ámbito nacional. La Prensa incluye, en mayor medida, noticias correspondientes al ámbito local y regional.

<sup>10</sup> 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%). Fuente: Estudio *La Imagen de INJUVE en los medios* (2007).

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. El concepto de tematización y la teoría de la *agenda setting*<sup>11</sup> remiten al poder que ejercen los medios para influir y determinar el grado de atención que los públicos prestarán a ciertas cuestiones. 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 Imagen de los jóvenes en los medios: 2007)

En general, los temas sobre jóvenes en que se producen más noticias están relacionados con situaciones de conflicto, o al menos socialmente controvertidas para el conjunto de la sociedad. Es decir, la mayor parte de las noticias producidas por los diferentes medios sitúan al joven como “problema”.

Esto se ejemplifica a través de los datos del análisis *La Imagen de los jóvenes en los medios.*, según el cual el tema que más noticias incluye es el del botellón con el 19% de noticias, seguido de las noticias de violencia (13%) y de vivienda (10%).

**Tema principal de la noticia**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2.747</b>	<b>100,0%</b>
<b>BOTELLÓN</b>	<b>527</b>	<b>19,2%</b>
ECONOMÍA Y CONSUMO	151	5,5%
EMPLEO	191	7,0%
ESTILOS DE VIDA	65	2,4%
FORMACIÓN	216	7,9%
GENERAL	96	3,5%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	63	2,3%
INMIGRACIÓN	34	1,2%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	255	9,3%
OTROS	5	0,2%
RELACIONES FAMILIARES	35	1,3%
SALUD	104	3,8%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	72	2,6%
TOXICOMANÍA	187	6,8%
TRÁFICO	47	1,7%
VALORES Y CIUDADANÍA	64	2,3%
<b>VIOLENCIA Y DELITOS</b>	<b>350</b>	<b>12,7%</b>
<b>VIVIENDA</b>	<b>285</b>	<b>10,4%</b>

Fuente: *La Imagen de los jóvenes en los medios. Análisis de noticias publicadas sobre la juventud en prensa, radio y televisión durante los meses de octubre y noviembre de 2006.*

En cuanto al tratamiento de estos temas en los medios de comunicación, la tabla siguiente expresa que, si tenemos en cuenta los tres formatos clásicos (prensa, radio y televisión) el tratamiento de los jóvenes es predominantemente negativo, pues aparece asociado a situaciones de conflicto.<sup>12</sup>

<sup>11</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.

<sup>12</sup> En la prensa aparecen un mayor número de noticias sobre botellón (25%), sobre ocio y tiempo libre (11%) 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%).

Prensa	Radio	Televisión
Botellón <sup>13</sup>	Violencia y delitos	Violencia y delitos
Ocio y tiempo libre	Vivienda	Botellón
Vivienda	Toxicomanía	

Fuente: *La Imagen de los jóvenes en los medios* (2007). Se toman los tres temas que obtienen mayor frecuencia de aparición en cada medio.

Evidentemente, la prensa es el medio que contrarresta las representaciones negativas, incluyendo temáticas ligadas al interés de los jóvenes. Sin embargo, es preciso que el profesional de los medios tenga en cuenta que con la inclusión de cuestiones más cercanas a los intereses de los jóvenes, no alcanza para ofrecer una representación de éstos que respete la diversidad del colectivo. En muchas ocasiones, las noticias que tienen que ver con “el hacer” de los jóvenes, con sus gustos y sus aficiones y con sus demandas (por ejemplo noticias encuadradas en las categorías de Ocio y tiempo libre y Vivienda) tienen como protagonistas principales a las instituciones “preocupadas” por garantizar espacios de reunión y modalidades de diversión a unos jóvenes a los que es preciso “guiar” y “cuidar”.

### Ejemplo:

#### Referencia 506158187. En prensa

Entrada	ENCUENTROS SOBRE JÓVENES Y DROGAS EN LA UPNA
Titular	<b>Los expertos reclaman mayor implicación de la familia y la sociedad en el sector adolescente</b>
Lead	CERCA DE 150 PERSONAS DEBATEN EN LA UPNA <u>SOBRE LAS EXPECTATIVAS DE LA JUVENTUD</u>
OBSERVACIONES	<p><b>La noticia nos ubica en un encuentro sobre jóvenes y drogas, donde hablan expertos (adultos) llamando a la intervención de la familia y la sociedad (adultos) en los problemas de los adolescentes.</b></p> <p><b>En definitiva, son también los adultos quienes debaten sobre las expectativas de la juventud:</b></p> <p>A juzgar por los elementos principales de la noticia<sup>14</sup>, los jóvenes son meros espectadores de encuentros en que se determinan cuáles son los peligros a que están sometidos, cuáles son las mejores maneras de alejarlos de esos peligros y cuáles deberían ser sus expectativas de futuro.</p> <p>El periodista no puede obviar ni falsear esta noticia que es efectivamente el encuentro en cuestión. Pero sí puede preguntarse ¿cuál es el espacio del joven en este encuentro? ¿qué opinan los jóvenes sobre el evento en cuestión?</p>

<sup>13</sup> La preminencia de noticias sobre botellón que se destaca en el estudio que se está tomando como referencia el análisis *La Imagen de los jóvenes en los medios* puede estar condicionada por la época del año en que se seleccionaron dichas noticias :octubre y noviembre. El comienzo del curso académico y el reencuentro con amigos y compañeros después del periodo vacacional parece un buen motivo de celebración, que junto con la discusión y aprobación en Andalucía de la Ley Antibotellón en el mes de octubre de 2006, pueden explicar la sobredimensión muestral de noticias relacionadas con el tema botellón.

<sup>14</sup> Es de destacar que el enfoque general de la noticia, una vez incluido el cuerpo, tiene elementos positivos en la medida en que la perspectiva del encuentro en cuestión no culpabiliza al joven, sino que toma sus problemas como síntomas que afectan a la sociedad en su conjunto.

Por lo tanto, sin aparente intencionalidad, se siguen reproduciendo y reforzando viejas teorías sobre la juventud como estadio de inmadurez que le permite a las instituciones encarnar un **rol paternalista** que les da una razón de ser dentro del entramado social. Es decir, las instituciones hablan, organizan y determinan qué es diversión y qué no lo es; cuáles son los problemas de los jóvenes y como resolverlos. Por lo tanto, el profesional de los medios debe estar capacitado y ser suficientemente perspicaz para elaborar noticias que también permitan opinar a los jóvenes y dar cuenta de las interacciones entre jóvenes e instituciones. De este modo, los jóvenes tendrían un papel activo hacia las propuestas institucionales.

#### **A modo de resumen:**

En general, los medios de comunicación tradicionales producen noticias en que se tiende a elaborar una visión negativa del joven:

- Aparece asociado a situaciones problemáticas, de conflicto o controversia social.
- La radio y la televisión, ofrecen una selección de la realidad juvenil centrada en hechos delictivos y de violencia.
- Los medios otorgan un lugar central a la visión institucionalista, reduciendo a los jóvenes a un estado de pasividad e incapacidad para opinar y evaluar las cuestiones que los tienen por protagonistas.

# 4

## Herramientas para el análisis del discurso mediático

Es prácticamente imposible que un periodista pueda cubrir la noticia, montarla y luego analizarla. Sin embargo, tener presente algunos elementos analíticos a la hora del “armado de la información” le pueden ayudar para evitar caer en tópicos y reproducir estereotipos que sustenten representaciones negativas de los jóvenes.

Se asume que las noticias son una representación de la realidad elaborada por el periodista, y que, por lo tanto, implica un enfoque determinado. En otros términos, la noticia, es una selección de acontecimientos y personajes en la que ha intervenido la mediación del profesional y del medio como institución. Por lo tanto, más allá de la pretendida objetividad, siempre hay “huellas” de la enunciación que son posibles rastrear y que hacen evidente “el lugar” desde el que se ha producido el enunciado.

En definitiva, se trata de plantearse la red de discursos sociales en tanto juego de estrategias a través del cuál quienes producen mensajes y quienes los reciben construyen el sentido de las cosas (la mayoría de las veces de manera inconsciente) configurando una visión del mundo (Castellani, D: 1997).

### 4.1 El análisis del discurso aplicado a las noticias

Los elementos de análisis que se aportan a continuación se basan en el trabajo de Van Dijk en que explica “cómo las estructuras del discurso (en particular de las noticias periodísticas) se relacionan con procesos cognitivos que intervienen tanto en la producción como en la comprensión de textos”.<sup>15</sup>

En esta guía se considerará “discurso” a la cadena de enunciados que se producen históricamente desde un lugar social, y en este sentido, nos referiremos al “discurso de los medios”.

---

<sup>15</sup> Según Donatella Castellani, lo valioso del intento de Van Dijk consiste en señalar cómo las operaciones mentales vinculadas con la producción y comprensión de textos se insertan en el campo más amplio de lo que él llama la *cognición social*, que incluye el sistema de modelos, estereotipos, valores y creencias que existen en la sociedad. En este sentido, la memoria sería el lugar en el cual distintas representaciones producidas por los textos o por otras formas de conocimiento entrarían en contacto y se condicionarían unas a otras. Y los textos, en particular los de los medios masivos, jugarían un papel importante en la reproducción de estereotipos sociales. (En Castellani, Donatella. *Lengua, mente y discurso: aproximaciones críticas al estudio del lenguaje*. 1997. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires).

Siguiendo el planteo de Van Dijk, se proponen los siguientes niveles<sup>16</sup> para analizar un texto, verbal o escrito.

- **Dimensión léxica:** corresponde al uso de las palabras en una situación concreta y para hablar de algo. El significado no se entiende como una propiedad del signo aislado sino como una función del enunciado: “no solo porque las palabras dispuestas una al lado de otra se contagian en algo, sino porque los discursos sociales forman una red dentro de la cual se configura y se explica todo sentido” (Castellani, D. 1997).
- **Dimensión enunciativa:** permite identificar el texto con un determinado contexto. Se refiere a los hechos exteriores al texto, es decir, a los que le dan origen y cuyas huellas quedan en el enunciado (por ejemplo, quién habla, en qué situación, para quién, con qué intención, en qué contexto socio-histórico). En ocasiones, estas huellas son difíciles de recuperar por su sutileza pero siempre son marcas materiales que deja allí quien ha producido el texto.
- **Dimensión pragmática:** considera al enunciado como una *acción* que tiene un propósito y que produce consecuencias.
- **Dimensión estructural:** se trata de observar la estructura semántica y sintáctica de un texto. Qué elementos unen las diferentes partes de un texto, cómo se manifiesta la coherencia. Seguir las líneas de coherencia, permite encontrar significados que no están explicitados a simple vista, al tiempo que observar la jerarquía atribuida a los contenidos.
- **La dimensión estilística:** se refiere al modo como el texto se relaciona con las circunstancias y con las pautas socialmente fijadas para cada una de ellas. Asimismo, es posible observar las voces de otros que, aparentemente ausentes en ese momento, aparecen a través de la voz del que está hablando. La apropiación de palabras ajenas, las repeticiones, la posición de dominio o servilismo en el discurso, permiten ir desentrañando el entorno y la intencionalidad de quien detenta el discurso.
- **Dimensión retórica:** todo texto, oral u escrito, además de querer comunicar, tiene alguna otra intención (por ejemplo en el caso de las noticias que se tomen como veraces y objetivas). Para lograr su objetivo, el hablante recurre a estrategias verbales, uso de recursos, modos de decir las cosas que no tienen que ver con la información en sí, pero que lo hacen entrar en el campo de la persuasión.

## Otros elementos a considerar

### • Nivel connotativo

Además de las dimensiones descritas anteriormente, se considera de utilidad para los profesionales de la comunicación tener presente el concepto de *connotación*.

A diferencia de lo denotado —que sería el significado propio de un signo, lo que define concretamente aquello a lo que nos estamos refiriendo— la connotación remite a los sentidos agregados, secundarios, que pueden relacionarse o no a un signo en función del contexto, la experiencia de una comunidad o un individuo, o las circunstancias específicas. Se trata de un concepto a utilizar con cautela y siempre teniendo en cuenta que la connotación está ligada al uso y al contexto.

Es fundamental para el profesional de los medios, tener en cuenta de que hay elementos que pueden agregar más sentidos al discurso que pretende.

Por ejemplo: características sintácticas, morfológicas, fónicas o gráficas —que si bien son denotativos en su respectivo nivel— tienen capacidad para añadir más sentidos al enunciado.

---

<sup>16</sup> Si bien el análisis por niveles corresponde a una propuesta de Van Dijk, las dimensiones que aquí se consideran corresponden a una sistematización de Donatella Castellani.

De este modo, hay que considerar que en cada medio las posibilidades y limitaciones del formato determinan elementos que pueden actuar a nivel de la connotación. Por ejemplo:

<b>Prensa</b>	<b>Radio</b>	<b>Televisión</b>
Tipografía	Entonación	Imágenes
Fotografía	Modalidades de habla en caso de testimonios	Musicalización/sonido ambiente
Sección	Musicalización/sonido ambiente	Espacio dentro de la programación
Espacio (cuantitativo)	Espacio dentro de la programación	
<b>Vocabulario</b>	<b>Vocabulario</b>	<b>Vocabulario</b>

Fuente: *Elaboración específica para el presente manual.*

- **La construcción de paradigmas**

Desde el punto de vista del análisis estructural de la lengua, un paradigma es una instancia virtual, un repertorio de posibilidades de elección que tiene el hablante y de las cuales puede seleccionar una. Para entrar en este punto, se trata de observar los aspectos de cohesión y coherencia de un texto: la cohesión es el entramado que manifiesta las relaciones lógicas y asociativas que el emisor establece entre las ideas que expresa en su propio enunciado. Siguiendo los hilos de los procedimientos cohesivos de un texto el destinatario podría descubrir algunos aspectos de la visión del mundo del productor del discurso: por ejemplo a través del orden jerárquico en qué dispone los hechos; las relaciones que establece con otros hechos internos o externos al texto y sobre todo, en qué cadena asociativa sitúa los objetos de su discurso. (Castellani, D. 1997)

Personas diferentes establecerán con una misma palabra relaciones asociativas distintas. Es decir, tendrán distintos paradigmas.

Por ejemplo: si se elige la forma “emborracharse en masa”, se están dejando de lado otras formas posibles como “beber en grupo”, “hacer botellón”. Al definirse el paradigma como una relación con elementos ausentes, se presupone que es algo que permanece oculto, que no es accesible a la observación inmediata. Sin embargo en la comunicación concreta, a lo largo de la cadena discursiva, las relaciones de significado entre diferentes puntos de la cadena van desplegando y poniendo en evidencia los paradigmas.

## **4.2 Ejemplos de análisis de noticias**

### **4.2.1 Prensa**

En las noticias de prensa que se han seleccionado nos limitamos a señalar algunos ejemplos a nivel de la “macroestructura” de la noticia, esto es, tomando como elementos de análisis el titular, la entradilla y la foto. Esta elección se realiza teniendo en cuenta que el titular funciona como “gancho” para entrar o no en la lectura del cuerpo de la noticia.

## Tema: Botellón

### Referencia 2110470. Ideal de Granada. Ejemplo de mala práctica

Entrada	<b>JÓVENES</b>
Titular.	<b>“Con ley o sin ley antibotellón la gente va a seguir bebiendo”</b>
Lead.	Un grupo de jóvenes comenta la nueva medida legal y valora positivamente la creación de botellódromos en la ciudad, pero “siempre y cuando estén bien equipados”
Foto	Una multitud de jóvenes. <b>Pie de foto: Mucha basura y molestias. Jóvenes haciendo botellón.</b>
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>En positivo: la nota da lugar a la opinión de los jóvenes</p> <p>En negativo: la frase elegida para el titular indica que los jóvenes están más allá de la ley y lo único que parece interesarles es beber. El pie de foto destaca los aspectos negativos del botellón resaltando la basura y las molestias que se producen, cuando en realidad la imagen no muestra nada de eso. Incluso la multitud podría estar en cualquier otra situación que no fuera exclusivamente el botellón.</p> <p>Sin embargo, el titular y la foto configuran una idea negativa del botellón y por tanto de los jóvenes, a los que aparentemente, les daría igual la existencia o no de una ley.</p>

### Referencia 5969999. Granada Hoy. Ejemplo de mala práctica

Entrada	Comienzo del curso
Titular.	<b>Un segundo <u>botellón masivo invade las plazas del Centro</u></b>
Lead.	Miles de jóvenes <u>deambularon</u> con sus bebidas de un lugar a otro de la ciudad <u>dispersados</u> por un <u>dispositivo de 40 agentes</u> de la Policía Local
Foto	Una multitud de jóvenes bebiendo (en primer plano un joven llevándose una botella a la boca). Pie de foto: Otra vez. El centro vivió una nueva jornada de botellón masivo en sus principales plazas.
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>En negativo: las calificaciones del botellón de masivo e invasión, evidentemente remiten a una situación descontrolada. Los jóvenes son como “plagas” a las que hay que parar porque, según el pie de foto, lo han hecho <b>otra vez</b>.</p> <p>El lead de la noticia aumenta la sensación de descontrol cuando señala: jóvenes deambulando (imagen de borrachera) y policías dispersando ¿qué dispersó la policía?</p> <p>La noticia refleja una situación de peligrosidad y crea un clima de alarma social.</p>

### Referencia 900798407. El correo. Ejemplo de buena práctica

Entrada	El correo acompañó a un grupo de seis jóvenes vizcaínos mientras practicaban su primer botellón ilegal en La Pérgola.
Titular.	<b>Dos euros por cubata</b>
Foto	Primer plano de bebidas y jóvenes en situación de reunión.  <b>Pie de foto: Festín. Los jóvenes prepararon cubatas a base de ginebra y refresco de limón.</b>
<b>OBSERVACIONES</b>	En positivo: El medio acompaña a los jóvenes en una actitud de querer ser espectador directo. Esto ayuda a no partir de prejuicios y consideraciones pre-establecidas sobre este evento juvenil. Asimismo, titula haciendo referencia a las causas del botellón: es decir, la opción que les queda a los jóvenes de reunirse en espacios públicos gastando en relación con sus posibilidades.  La imagen elegida transmite tranquilidad y otorga a la bebida un espacio de excusa para la reunión.

### Tema: Violencia y delitos

#### Referencia 309. La Región. Ejemplo de buena práctica

Entrada	Menores conflictivos
Titular	<b>Educación, pieza clave para la integración</b>
Lead	En Galicia hay 95 centros para atención a niños y jóvenes <u>en situaciones de dificultad o conflicto social</u>
Foto	Fotos de los centros de atención: refuerza el protagonismo de las instituciones
Notas en la misma página	<b>La delincuencia juvenil descendió un 18% en cinco años:</b> especialmente este titular funciona como la consecuencia de implementar una acción educativa, reforzando la importancia del proyecto.  <b>Intervención judicial</b>  <b>Centros, familias de acogida y puntos de encuentro</b>
<b>OBSERVACIONES</b>	En positivo: Se resaltan acciones educativas para tratar la cuestión de los conflictos juveniles. Indirectamente, el titular señala a la educación como modo de integrar a los jóvenes conflictivos, en este sentido pone las responsabilidades del lado de la sociedad y no de los jóvenes. Además acota la información a un grupo “menores conflictivos” que están en “situaciones de dificultad o conflicto social”. El lead facilita pensar en que las causas de la “conflictividad” no corresponden al joven por ser joven, sino a la situación en que pueden estar inmersos.  En negativo: el cuerpo de la nota resalta la visión institucional sin dar cabida a la voz de los jóvenes y a sus vivencias en este tipo de programas.

Referencia 2133129. Diario de Cádiz. Ejemplo de mala práctica

Entrada	Concentración Juvenil
Titular.	<b>Vigilantes y policías asisten a una noche de movida sin incidentes</b>
Lead.	No posee
Foto:	En primer plano guardias de seguridad controlando el acceso a los autobuses. <b>Pie de foto: Tranquilidad: Personal de seguridad de la empresa Comes vigila la subida de los autobuses en la madrugada de ayer.</b>
Nota en la misma página	<b>Tres detenciones después de una persecución en coche por La Caleta</b>
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>En negativo: Las principales partes macroestructurales de la noticia conforman el paradigma de "juventud igual delincuencia". Si se observa la cadena: concentración juvenil + vigilantes y policías + noche de movida + detenciones después de una persecución.</p> <p>Si bien la noticia es positiva, el hecho de que no haya habido incidentes queda en un segundo plano porque aparece al final del titular, luego de resaltar la presencia de vigilantes y policías que remiten con más fuerza a la noción de delincuencia.</p> <p>Tal como está estructurada la noticia se parte del supuesto de que los jóvenes provocan incidentes. Si el titular hubiese empezado por: "Noche de movida sin incidentes" se hubiera ofrecido una idea de diversión pacífica de los jóvenes.</p> <p>En positivo: El pie de foto orienta la lectura de la imagen, contribuyendo a una lectura en positivo de la noticia.</p>

Tema: Formación

Referencia 646. Ejemplo de buena práctica

Entrada	<b>JÓVENES</b>
Lead.	Los jóvenes viajan cada vez más a otros países a formarse y a buscar trabajo y aventuras. Un grupo de universitarios nos cuenta sus ricas experiencias en otros países que les permiten conocer otras culturas.
Titular.	<b>Los Juli@ Verne del futuro</b>
Foto	En relación con el texto. El estilo "ligeramente étnico" de la protagonista remite a la experiencia de viaje y a culturas diferentes.
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>En positivo: es una nota basada en la experiencia de los y las jóvenes que viajan y con objetivos diversos: formarse, trabajar, vivir experiencias nuevas. Tienen la palabra los jóvenes.</p> <p>En negativo: <b>los jóvenes viajan cada vez más.</b> Parecería una característica que abarca a todos los jóvenes pero, sin embargo, sólo se ilustra con las experiencias de universitarios. <b>En definitiva: no se habla de los excluidos, sin embargo la imagen que se proyecta de los jóvenes en general, y de manera positiva, es que son un colectivo cosmopolita.</b></p>

## Tema: Ocio y tiempo libre

### Referencia 646. Ejemplo de mala práctica

Entrada	NO POSEE
Lead.	¿Hasta cuando es joven un andaluz? Esta es la duda planteada tras aprobarse una iniciativa para que la Junta ponga en marcha un nuevo carné joven para mayores de 26 años. El PSOE-A, responsable de la propuesta, cree que el límite es 34 años.
Titular.	<b>Juventud, eterno tesoro.</b> (Parodiando la famosa frase “divino” tesoro). Da la sensación de que los jóvenes no quieren dejarla ir, están aferrados a ella.
Foto	Refuerza “eterno tesoro”. El pie de página guía la significación hacia la actividad principal de los jóvenes: tocar la guitarra y hacer botellones.
<b>OBSERVACIONES</b>	En negativo: refuerza una imagen pasota e irresponsable de los jóvenes. <b>Titular y foto</b> actúan conjuntamente culpabilizando a los jóvenes y quedan en segundo plano las causas por las que se propone extender el carné joven.

## Tema: Inmigración

### Referencia 947. Ejemplo de mala práctica

Entrada	<b>RADIOGRAFÍA DE LA JUVENTUD EN VALENCIA CIUDAD.</b> Los inmigrantes tienen <u>cada vez más peso en la población</u> de Valencia y, dentro de este colectivo, especialmente los jóvenes extranjeros (más de 51% tienen entre 15 y 35 años). La mayoría son sudamericanos y, aunque <u>se distribuyen</u> en varios distritos, sobre todo en siete, como sus mayores, un informe de la Universitat de Valencia <u>alerta</u> de una cierta tendencia a la <u>concentración zonal</u> que habría que <u>vigilar</u> para evitar exclusión.
Titular	<b>La mitad de los inmigrantes empadronados en Valencia son menores de 35 años</b>
Lead	La Universitat advierte de una tendencia a la concentración que puede desembocar en guetos
Foto	No posee
Nota en la misma página	<b>Accidentes, suicidios y sida, causas de muerte.</b> Refuerza el imaginario del conflicto, aún cuando el cuerpo de la noticia remite a la juventud en general.
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>En negativo: En el titular se resalta que el número de inmigrantes jóvenes es considerable. A medida que el lector se acerca a lo que rodea al titular el “peso” de los inmigrantes jóvenes va creciendo. El paradigma que se va conformando alrededor de “inmigrante joven” está dado por las palabras: “concentración”, “peso”, “gueto”, mayoría de sudamericanos y por lo tanto remite a grupo uniformado, cerrado.</p> <p>Además, a través de la selección de determinados verbos se conforma un paradigma de la peligrosidad: “alertar”, “advertir”, “vigilar” (si bien la frase es vigilar para evitar la exclusión no queda claro a la exclusión de quién)</p> <p>A partir de la asociación de cadenas nominativas el imaginario social construye algo que no está dicho explícitamente y es el peligro de la conformación de <b>bandas latinas</b>.</p>

## Tema: Participación

### Referencia 102132245. Ideal de Granada. Ejemplo de mala práctica

Entrada	No posee
Titular.	<b>Los jóvenes reivindican un futuro digno</b>
Lead.	El sindicato de Estudiantes cortó ayer el tráfico en la Gran Vía y Reyes católicos para que discurriera la manifestación que congregó a un centenar de jóvenes exigiendo un futuro digno: menos paro, una vivienda y más inversión en materia educativa fueron algunas de las reivindicaciones demandadas. Los jóvenes también exigieron la retirada del Plan Bolonia.
Foto	De la manifestación
<b>OBSERVACIONES</b>	En negativo: ejemplo de la connotación que produce el espacio dedicado a la noticia. En este caso predomina la fotografía y se limita a indicar en el cuerpo el motivo de la manifestación que amplía la idea del titular. No se otorga espacio a la voz de los jóvenes, ni a la concreción de sus malestares. La falta de tratamiento plantea el tema como algo pasajero, incluso espontáneo y poco planificado. Refuerza la idea de jóvenes poco comprometidos.

### Referencia 506132887. La Razón. Ejemplo de mala práctica

Entrada	No posee
Titular.	<b>Se cuelgan de la M30 como protesta</b>
Lead.	No posee
Foto	No posee
<b>OBSERVACIONES</b>	En negativo: Ejemplo de connotación a partir del espacio dedicado. Lo que se resalta es que se <u>cuelgan de la M30</u> ; acción que entraña peligro e irresponsabilidad y deja en segundo plano la protesta como acción y sus causantes. El tipo de tratamiento da idea de algo pasajero y sin importancia, dado que no se extiende sobre las causas de la protesta ni sobre sus reivindicaciones.

## Tema: Empleo

### Referencia 2098198. el Día de Córdoba. Ejemplo de buena práctica

Entrada	Datos del ministerio de trabajo y asuntos sociales
Titular	<b>Los jóvenes <u>protagonizan</u> la subida del paro</b>
Lead	El desempleo crece en 279 personas, a pesar de que en tres de los cuatro sectores productivos se registran descensos en la cifra de desocupados.
Foto	Un cocinero en una cocina de restaurante: La imagen remite el paro a determinados sectores productivos.
<b>OBSERVACIONES</b>	En general, se trata de una noticia elaborada con criterios de objetividad donde se intenta presentar una información basada en datos provenientes de una institución. El título pretende resaltar como dato importante el que compete a los jóvenes, presentándolos como colectivo desfavorecido, en tanto está "protagonizando" el paro que se considera un problema social.

### Referencia 506136069. el Periódico de Aragón. Ejemplo de buena práctica

Entrada	Mercados de empleo saturados, falta de experiencias, incapacidad de las economías para crear trabajos decentes...La situación laboral de los jóvenes ha empeorado en los últimos años; muchos no encuentran trabajo
Titular	<b>Juventud no remunerada</b>
Lead	No posee
Foto	Jóvenes en un aula. Pie de foto: tras años de formación, la mayoría de jóvenes se enfrenta a un primer empleo precario y sin contrato. .
Nota en la misma página	<u>Más</u> desigualdades. El desempleo juvenil afecta más a las mujeres.
<b>OBSERVACIONES</b>	<p>El titular destaca la situación de desventaja que tienen los jóvenes a la hora de ver remunerado su trabajo. La entrada de la noticia ofrece un marco en el que encuentra explicación el desempleo juvenil. Y la foto y su pie refuerzan la idea de que los jóvenes están formados y sin embargo su situación en el empleo es de precariedad.</p> <p>La nota anexa cierra la idea de que los jóvenes sufren una situación de desigualdad con el titular: <b>Más desigualdades</b>.</p> <p>La información muestra la situación de los jóvenes en torno al empleo centrándose en causas ajenas a ellos mismos. Es decir, no culpabiliza al colectivo, sino que lo trata como "víctima" de la organización social pero dejando en claro que se trata de un grupo con formación.</p> <p>En negativo: se puede resaltar que se habla de la juventud en general, reforzando la idea de que es un colectivo con las mismas oportunidades, cuando en realidad también hay grupos de jóvenes sin la posibilidad de acceder a una formación.</p>

### 4.2.2 Radio y Televisión

#### Tema: Botellón

#### Referencia (RPra000120061028171122171255000001). Ejemplo de mala práctica

Medio	Radio Nacional
Temática	Ley antibotellón
Tratamiento	<p>El <b>presentador</b> al momento de introducir una noticia sobre la Ley Antibotellón, utiliza la siguiente expresión: <b><i>"El botellón nos está matando a todos de una forma u otra"</i></b>.</p> <p>Se trata de una expresión completamente alarmista que relaciona el botellón con una práctica altamente peligrosa para el conjunto de la sociedad (puede matar). Una noticia introducida en estos términos genera confusión y conmoción en la opinión pública.</p> <p>Los medios generan opinión de forma improvisada, sin explicaciones ni argumentaciones, que luego la gente asume como su opinión personal y mal predispone al diálogo y a la búsqueda de soluciones. Consecuentemente, asumir el botellón como un problema de semejante naturaleza conlleva la discriminación y el enfrentamiento con quienes lo protagonizan imposibilitando los acuerdos.</p>

Referencia (RPra000720061109123905124023000001. Ejemplo de mala práctica

Medio	Radio Nacional
Temática	Botellón
Tratamiento	<p>Se relaciona directamente botellón con drogadicción y violencia.</p> <p><b>Especialista invitado</b> a opinar: “<i>el joven en la noche cuando hace botellón se siente el emperador, en estos espacios se genera y promueve el consumo de sustancias. El consumo de alcohol y la violencia aumenta en estos casos sensiblemente</i>”.</p> <p>Se genera alarma social, en tanto el botellón conlleva el consumo de drogas y la predisposición a la violencia. En esta opinión, el joven (se siente emperador) a través del botellón está <i>desafiando</i> a la sociedad, a sus reglas. Y por ende, se está reclamando un orden que <i>deberán imponer</i> (la supuesta actitud desafiante de los jóvenes no permitiría otras soluciones) las autoridades.</p> <p>Un especialista, debería propinar datos y argumentos de peso y no interpretaciones de sentido común ¿sólo se consume droga y se genera violencia en los botellones? ¿la droga no circula en otros entornos?</p>

Tema: Inmigracion

Referencia (RPra001020061003112729112957000001). Ejemplo de mala práctica

Medio	Radio Autonómica
Temática	Presencia de Latin Kings
Tratamiento	<p>Los <b>testimonios</b> de personas en la calle que utilizan los periodistas en la noticia sobre los Latin Kings, no aportan nada constructivo en el debate, sino que sirven para aumentar la intolerancia y los prejuicios de la opinión pública. Ej:</p> <p><u>Vecina del barrio Palos de la Frontera</u>: “<i>este barrio esta <b>plagado</b> de sudamericanos, pero plagado. Por la <b>indumentaria</b> que llevan se sabe que son pertenecientes a <b>bandas organizadas</b>, porque la verdad es que cuando les ves cruzas a la otra acera</i>”.</p> <p>Por su parte, la periodista también en sus preguntas deja entrever que tiene una postura previa al respecto. No está informando sino que está reforzando pre-conceptos sobre el potencial criminal y peligroso de estos grupos.</p> <p><u>Periodista</u>: “<i>¿La gente se aparta porque ellos (latin kings) van provocando? ¿Dan miedo?</i>”</p> <p><u>El presentador</u> concluye la nota diciendo: “<i>los <b>latin kings</b> en Madrid son considerados directamente <b>delincuentes</b></i>”.</p> <p>Finalmente se desprende de esta información una idea circular que contiene los siguientes elementos:</p> <p style="text-align: center;"><b>Inmigración</b>=plaga=lating Kings=bandas violentas= peligro=<b>rechazo a la inmigración</b></p>

**Referencia (RPra000420061003191649191830000501). Ejemplo de mala práctica**

Medio	Radio - Desconexión
Temática	Presencia de Latin Kings
Tratamiento	<p>- En noticias sobre inmigración y jóvenes, se observa una tendencia a la generalización de las conductas negativas de este colectivo.</p> <p><u>Periodista:</u> <i>"se busca que los <b>extranjeros de origen latino</b> tengan otras vías para sentirse arropados en vez de formar parte de los latin kings, que para ellos es como su familia, es cuestión de que se integren en nuestra sociedad, dejando a un lado la violencia".</i></p> <p>Quizá la intención del periodista haya sido resaltar la necesidad de integración que tienen determinados grupos de inmigrantes. Sin embargo, desconoce el tema y termina por involucrar a <b>todo inmigrante latino</b> en los latin kings</p>

**Tema: Toxicomanía**

**Referencia (RPvi001620061002213524213657000001). Ejemplo de mala práctica**

Medio	Televisión Autonómica
Temática	Salud. Toxicomanías
Tratamiento	<p>Ejemplo de noticia en donde se limita a divulgar una iniciativa institucional, y no se tiene en cuenta el punto de vista de los jóvenes sobre el problema y en relación a una posible solución.</p> <p>Incluso, cuando se difunden proyectos institucionales se suele limitar la información a las bondades del mismo, sin ofrecer información de cómo acceder al mismo.</p> <p>Al final, se desconoce si en realidad los jóvenes se sienten identificados con iniciativas diseñadas en su totalidad por otros y se muestran pro-activos y motivados para incorporarse.</p>

**Referencia (RPvi023420061031130235131035000001). Ejemplo de mala práctica**

Medio	Televisión- Nacional
Temática	Consumo de drogas. Tráfico en colegios
Tratamiento	<p><u>Los presentadores</u> utilizan un tono para producir “escándalo” con expresiones como: “<i>imágenes muy espectaculares</i>”. En ocasiones dirigen la lectura de imágenes originando una interpretación que no tiene que ver con lo que dicha imagen denota.</p> <p><u>Periodista</u>: “<i>La ministra dice que la situación es alarmante, y nuestro programa ha ido a confirmarlo y hemos visto el descaro con el que alrededor de los colegios se trafica con droga</i>”.</p> <p>Esta noticia es un buen ejemplo de cómo en la TV se recurre a la escenificación de la cara más negativa y problemática del universo juvenil. Las imágenes que se muestran tienden a generalizar y crear estereotipos de jóvenes.</p> <p>El universo juvenil es presentado desde sus límites extremos y el medio actúa como juez determinando cuáles son los problemas que representan estos jóvenes para la sociedad (botellón, drogadicción...). Dentro de esta perspectiva de “extremos”, que son minoritarios, la mayoría de los jóvenes no se identifican, pero construyen su imagen en tanto generación bajo su influencia. Al final el joven termina por creerse que es parte de una generación caracterizada por su “conflictividad”.</p> <p>En este caso se le da protagonismo a los jóvenes, pero sacando provecho de su imagen negativa y dando voz a jóvenes problemáticos (uno de los entrevistados, parece estar bajo el efecto de las drogas durante la entrevista).</p> <p>Al final de la nota cuando hablan de la iniciativa del control policial en Murcia, se dice que gracias a esta medida el consumo ha disminuido. Pero no citan la fuente o referencia que demuestre esta afirmación.</p>

**Referencia (RPvi023420061124180920181320000001). Ejemplo de mala práctica**

Medio	Televisión Nacional
Temática	Consumo de drogas.
Tratamiento	<p>En este caso, también se le da protagonismo a los jóvenes, explotando su imagen negativa y conflictiva (los entrevistados están en el momento de la entrevista, bajo el efecto de las drogas).</p> <p><u>Joven entrevistado 1</u>: “<i>acá hay demanda, esto es como el que vende palomitas en el cine</i>”</p> <p><u>Joven entrevistado 2</u>: “<i>me voy a casa a dormir, no se si ahora son las 8 o 9 de la mañana, necesito descansar para el lunes ser una persona normal</i>”.</p> <p>Con esta nota sólo se resalta la inmadurez de la juventud y se culpabiliza al joven de su comportamiento. En ningún caso se intenta dar una explicación al fenómeno.</p>

## Tema: Formación

### Referencia (RPra000720061011203130203900000001). Ejemplo de mala práctica

Medio	Radio- Nacional
Temática	Ley de Educación
Tratamiento	<p>La información no da cuenta de la opinión de los jóvenes. Es decir, se deja fuera/se silencia al protagonista directo. La voz de los estudiantes no tiene protagonismo: ¿se presupone que no tienen nada importante para decir?</p> <p>Durante el análisis de las noticias, se observó que en muchos casos los medios no citan comentarios de los protagonistas jóvenes y casi siempre los actores que hablan son las instituciones, especialistas y en general, los actores adultos.</p>

## Tema: Ocio y tiempo libre

### Referencia (RPra000720061013204320205240000001. Ejemplo de buena práctica

Medio	Televisión- Nacional
Temática	Expedicionarios Ruta Quetzal
Tratamiento	<p>Ejemplo de un reportaje que destaca el potencial de los jóvenes. Además de que su formato es interesante, tiene en cuenta el papel de los jóvenes participantes y su compromiso con este tipo de iniciativas. Visión de joven comprometido y trabajador.</p> <p><i>Joven participante: "para participar en la expedición del 2001, realicé un trabajo histórico literario sobre las poetisas iberoamericanas, la verdad es que me costo mucho trabajo porque tienes que volcarte totalmente en él; pero sin embargo, merece la pena porque vas a vivir una de las mejores experiencias y te das cuenta cuando ya se ha terminado el viaje y te despiden de tus compañeros de Latinoamérica".</i></p> <p>En este caso la idea que queda de los jóvenes remite al trabajo, el esfuerzo y la solidaridad.</p>

Referencia (RPvi000220061113241105242214000001 (primeraparte)  
(RPvi000220061113245202245427000001) (segunda parte) Ejemplo de buena práctica

Medio	TV Nacional
Temática	Ley de Educación información y tecnología
Tratamiento	<p>Ejemplo de un reportaje muy completo acerca del tema de jóvenes enganchados a las nuevas tecnologías, en donde se les da protagonismo y se presenta el problema desde sus diferentes dimensiones sociales.</p> <p>El joven no es mostrado como el único responsable del problema, sino se analiza que ocurre en el conjunto de la sociedad.</p> <p>- <u>Joven enganchado a juegos en red</u>: “es mas fácil manejar una maquina que no tiene sentimientos y que no sabes como va a reaccionar, que ante una persona real. Entonces como en el ordenador yo no tenía que dar respuestas a nadie, ni tenía que comportarme con un modelo establecido, lo podía hacer a mi manera y daba más rienda suelta a lo que es mi verdadera personalidad.</p> <p><i>En el momento piensas que es una cosa buena, es decir, si yo me divierto y no estoy machacando los pulmones o molestando el hígado por qué iba a ser malo? Como llegué a ser tan bueno jugando, pues entré en algunos círculos eso te da prestigio.”</i></p> <p>- <u>Joven enganchado a video juegos</u>: “no creo que llegaría a cambiar a un amigo por un video juego, pero pude haber llegado a eso, (...) ahora prefiero a los amigos que a los video juegos, porque los videos valen 60 euros y un amigo vale más que eso, y es más no creo que se puedan vender”.</p> <p><i>“Mis padres no entienden bien esto, porque anteriormente no tenían estos adelantos”.</i></p>

Referencia (RPvi000420061117152754152931000001). Ejemplo de buena práctica

Medio	TV Nacional
Temática	Jóvenes estudiantes de Rap
Tratamiento	<p>En esta noticia se muestra la imagen del joven desde sus inquietudes creativas por medio de la formación. También la importancia de la expresión utilizando como recurso una de sus aficiones.</p> <p>Se les da protagonismo en la noticia y se les presenta “alegres y naturales” dentro de sus prácticas. Se ofrece otro contexto al rap en tanto expresión musical también ligada en el imaginario social a la marginación.</p> <p><u>Periodista</u>: “a estos chavales aptitudes no les faltan, pero es que rapear no es tan fácil como parece.”</p> <p><i>“Estos poetas del S.XXI ya pueden presumir de haber grabado su primera composición musical”.</i></p> <p><u>Joven 1</u>: “decidí hacer un tema más personal, hablar un poco de mí, de todo el tiempo que llevo en el hiphop y lo que significa para mí”.</p> <p><u>Joven 2</u>: “hice una canción dedicada a mi madre, que es más profunda y entonces no puedo ir tan rápido, para que los sentimientos calen”.</p> <p>En esta noticia el joven se presenta como creativo, respetuoso y sensible.</p>

# 5

## Recomendaciones para propiciar un buen tratamiento de los jóvenes en los medios

Propiciar buenas prácticas en el ámbito del tratamiento mediático de los jóvenes, requiere que los responsables de los medios de comunicación se planteen como objetivo principal:

- Abordar a los jóvenes en tanto colectivo diverso, con funciones y capacidad para intervenir activamente en la vida social.

Para ello es necesario desnaturalizar el enfoque sobre los jóvenes en tanto clase de edad, evitando los estereotipos y prejuicios que se han construido socialmente.

### **Principios elementales para sistematizar la información a difundir:**

- Manejar un código de ética a fin de elaborar las noticias respetando la dignidad humana, los derechos y la intimidad de las personas.
- Considerar al joven un destinatario activo de los mensajes producidos.
- Ejercer la libertad de expresión teniendo en cuenta la responsabilidad social de los medios en la conformación de las visiones del mundo de los jóvenes y sobre los jóvenes.
- Evitar imágenes degradantes que vulneren los derechos individuales de las personas jóvenes.
- Evitar partir de los prejuicios que circulan sobre la irresponsabilidad y falta de madurez de los jóvenes. La infantilización produce rechazo y no promueve la identificación.
- Evitar hablar de la juventud como colectivo homogéneo e igualitario: enmarcar las noticias en su contexto y sobre todo en el grupo social al que pertenecen los jóvenes involucrados para no extender determinados hechos o situaciones a todo el grupo. En ocasiones el concepto de juventud y generación sirve para construir la imagen de grupo homogéneo.
- Destacar las noticias positivas que protagonizan los jóvenes. Informar de manera equilibrada sobre hechos positivos y negativos.
- Evitar estereotipos basados en status de clase, procedencia o nacionalidad, y clase de edad.
- Valorar y ponderar siempre el fondo de la noticia, buscando informar dentro de un marco de equilibrio y veracidad, evitando el amarillismo y la generación de morbo.
- Dotarse de fuentes de información fiables y verificables, evitando producir información sustentada en rumores que lleven a propiciar comportamientos negativos para la sociedad.

- Evitar criminalizar al colectivo favoreciendo la relación: joven-peligrosidad-toxicomanía-delinuencia. Contrarrestar el punto de vista paternalista de las instituciones con la opinión de los propios jóvenes.
- Otorgar un espacio a la voz de los jóvenes: permitir expresar sus opiniones e intereses.
- Dar voz a los expertos y las instituciones especializadas pero teniendo en cuenta también la evaluación que de las situaciones o hechos realizan los jóvenes.
- Evitar culpabilizar al joven y ofrecer un marco de causas que expliquen su situación en los hechos.
- No abordar las prácticas juveniles como productos de una cultura propia sino teniendo en cuenta que forman parte de una cultura que involucra al resto de los grupos sociales, con los cuales interactúa, incorporando algunas cosas y rechazando o cuestionando otras.
- En este sentido, el joven no tiene un esquema de valores propio por tener determinada edad, sino que los ha configurado en su experiencia social que influye y se reconoce en esos valores.
- Evitar caer en el tópico de la juventud conformista y “despolitizada” enmarcando esta actitud dentro de comportamientos sociales de los cuales los jóvenes no son únicos representantes.
- No perder de vista el análisis del estatus de clase: a pesar del discurso ampliamente difundido de la “desaparición de clases sociales”, los comportamientos de los jóvenes siguen explicándose desde esta perspectiva.
- Tener en cuenta que hay una serie de asociaciones que construyen una imagen negativa de los jóvenes. Por ejemplo: adolescencia-irracionalidad-estadio turbulento-excesos-desviación a la norma-irresponsabilidad.
- Coordinar esfuerzos e intercambiar puntos de vista con las instituciones dedicadas a los jóvenes. Estar al tanto de estudios, proyectos y objetivos de comunicación de instituciones.
- Fomentar una relación positiva con los medios de comunicación ofreciendo espacios de información en función de sus intereses y expectativas.

- ALFONSO MÉNDIZ NOGUERO: 2005. *“La juventud en la publicidad”*. Revista de Estudios de Juventud, Nº 68. Madrid. Instituto de la Juventud.
- BACA LAGOS, V: 1998. *Imágenes de los Jóvenes en los Medios de Comunicación de masas*. Madrid. Instituto de la Juventud.
- CATELLANI, D: 1997. *Lengua, mente y discurso. Aproximaciones críticas al estudio del lenguaje*. Fac. Cc. Sociales. Olavarría. Univ. del Centro de la Pcia. de Buenos Aires.
- GARCÍA GONZÁLEZ, Aurora: 2005. *“La juventud en los medios”*. Revista de Estudios de Juventud, Nº 68. Madrid. Instituto de la Juventud.
- INJUVE 2000. *Informe juventud en España 2000. Avance de resultados*. Instituto Nacional de la Juventud, Madrid.
- INJUVE 2001. *La juventud en cifras 2000-2001*. Madrid, Instituto de la Juventud.
- INJUVE.2007 *Jóvenes en los medios. La imagen mediática de la juventud desde su propia mirada.2007*.Injuve- FAD.
- PRIMER FORO: Jóvenes, drogas y comunicación. rtve - Ministerio de Sanidad - FAD Reyero García. David: 2005. *“Medios de comunicación, participación y juventud”*. Revista de Estudios de Juventud, Nº 68. Madrid. Instituto de la Juventud.
- VAN DIJK, T. 1990 - *La noticia como discurso*. Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona, Paidós.
- VERA, J: 2000. *“La mediación pedagógica de los medios de comunicación”*. En *Pedagogía Social*, Vol. 5, 2ª época.

### Páginas Web

- <http://www.gazteaukera.euskadi.net>
- <http://mediosdigitales.info/2006/04/07>
- <http://www.wan-press.org/article14282.html> - Junio de 2007)
- <http://www.alternativa-joven.org/aljovex/docs/doc1.html> 04.07.06  
(<http://dewey.uab.es/pmarques/tic.htm>)
- [http://www.educacionenvalores.org/article.php3?id\\_article=153](http://www.educacionenvalores.org/article.php3?id_article=153)



## SEGUNDA PARTE

### LA IMAGEN De los jóvenes en los medios de comunicación

Un análisis mediacional de las noticias sobre juventud  
publicadas en prensa, radio y televisión  
durante los meses de octubre y noviembre de 2006



1. Introducción .....	41
2. Objetivos .....	43
3. Metodología .....	45
3.1. La muestra .....	46
3.2. El protocolo .....	46
3.3. La recogida de la información .....	52
3.4. Exportación y tratamiento de los datos .....	52
4. Resultados .....	53
4.1. Las noticias seleccionadas .....	53
4.1.1. Medio en que se publica la noticia .....	53
4.1.2. Ámbito del medio .....	53
4.2. Los ámbitos temáticos a los que se adscriben los acontecimientos noticiosos juveniles .....	55
4.2.1. Ámbito de la noticia .....	55
4.2.2. Los ámbitos temáticos de la noticia .....	56
4.2.3. Los acontecimientos juveniles del mundo socio- político y del mundo cotidiano .....	83
4.2.4. La imagen de la juventud subordinada al mundo adulto .....	86
4.2.5. El encuadre noticioso de las noticias juveniles ...	89
4.2.6. La evaluación de las noticias juveniles .....	91
4.3. Selección y tratamiento de los datos de referencia de las noticias .....	93
4.3.1. Análisis de la espacialidad .....	94
4.3.2. Análisis de la temporalidad .....	97
4.3.3. Análisis de los personajes .....	99
4.3.4. Análisis de las acciones que desempeñan los personajes .....	112
5. Conclusiones .....	127
6. Bibliografía .....	131
7. Anexos .....	133
7.1. Protocolos de recogida de la información .....	133
7.2. Libro de códigos .....	138
7.3. Índice de tablas .....	146



La comunicación pública en general, y los medios de comunicación de masas en particular, se han consolidado a lo largo de la segunda mitad del siglo pasado como cauces informativos institucionales que gozan de gran influencia y notoriedad entre las audiencias.

La información que circula por dichos medios tiende a resultar de especial utilidad para los receptores a la hora de conformar sus representaciones del mundo y de lo que en él sucede. Además de ser fuente de información, los medios cumplen una importante función ejemplarizante y *concienciadora*, “no habría que olvidar el importante papel de los medios como generadores de conciencia social”.<sup>17</sup>

Este marco general, sirve de preámbulo al objeto general de nuestra investigación, que no es otro que 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.

Para el análisis de dichos cambios sociales han sido frecuentes las investigaciones que se han centrado en los productos comunicativos de los medios de comunicación de masas (noticias), como *reflejo* de los cambios que se producen en un determinado entorno social. Los medios de comunicación 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. “*La noticia es una ventana al mundo (...) tiende a decirnos qué queremos saber, que necesitamos saber y qué deberíamos saber (...). Pero, como todo marco que delinea un mundo, el marco de la noticia puede considerarse problemático. La visión a través de una ventana depende de si la ventana es grande o pequeña, si tiene muchos o pocos cristales, si el vidrio es opaco o claro, si la ventana da cara a una calle o a un patio. La escena que se despliega depende también de donde está uno, lejos o cerca, alargando el cuello hacia un costado o mirando recto hacia adelante con los ojos paralelos a la pared en la que está colocada la ventana*”.<sup>18</sup>

Por otra parte, las referencias a la juventud son una presencia constante en los discursos mediáticos noticiosos. Tanto el colectivo juvenil en general como las personas jóvenes en parti-

---

<sup>17</sup> FARNÓS DE LOS SANTOS, Teresa. TV, cine y videojuegos. En VIII Reunión Internacional sobre Biología y Sociología de la Violencia. Violencia y Juventud. Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia (Valencia 14 y 15 de octubre de 2004).

<sup>18</sup> TUCHMAN, G. La producción de la noticia. Barcelona: Gustavo Gili, 1983, p. 13.

cular, a menudo forman parte activa de las noticias que se difunden a través de los denominados medios de comunicación de masas.

En nuestro caso, y partiendo de estas premisas, interesaba conocer las representaciones de la juventud y de los 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 referencial, que sirve en muchos casos para orientar sus acciones sociales cuando valoran, juzgan, opinan, etc. sobre la realidad juvenil.

El Instituto de la Juventud (Injuve), en el intento de indagar un poco más sobre esta realidad, se interesó por observar la imagen de los jóvenes en estos medios; para 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.

El análisis del que damos cuenta a continuación, ha pretendido analizar las representaciones juveniles que se muestran en los medios, estudiando las noticias aparecidas en prensa, radio y televisión durante un periodo de tiempo determinado, concretamente entre los meses de octubre y noviembre de 2006.

La relación entre la representación de los asuntos juveniles y la situación general de los jóvenes en nuestro país ha supuesto uno de los principales ejes de este trabajo.

Se analizan 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.

Al mismo tiempo, conscientes del gran papel que desarrollan los propios medios de comunicación, se pretende indagar acerca de pautas de comportamiento o de actuación en el ejercicio de sus funciones; esta intención se justifica en la medida en que en sus manos está el ofrecer una u otra visión de los jóvenes, que puede repercutir en ciertas valoraciones acerca de este colectivo.

Los datos obtenidos a partir del análisis de las noticias se han comparado en muchos casos 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 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 comunes en los modos de tratar, organizar y difundir la información sobre la juventud.

El objetivo general de este trabajo ha consistido 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.

El cumplimiento de este cometido se ha concretado en el intento de conocer, a partir del estudio de las noticias publicadas en prensa, radio y televisión durante un periodo de tiempo determinado, la imagen que se transmite de la juventud en general y de los jóvenes en particular.

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 por qué 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 de tales espacios que llevan a cabo los distintos mediadores sobre la *espacialidad* de la realidad juvenil.
- En tercer lugar, se pretendía conocer el grado de participación de los distintos personajes en la noticias, con especial atención al estudio de la participación de los propios jóvenes en los relatos informativos que se difunden sobre ellos: ¿Intervienen 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? Éstas son algunas de las cuestiones a las que se da respuesta en esta investigación.
- Otros aspectos cuyo análisis resulta de interés son las edades de los personajes jóvenes referidos en las informaciones o los roles que desempeñan en la noticia.
- En cuanto a la observación acerca del comportamiento de los medios de comunicación en su función informativa, interesaba también conocer cuáles son los comportamientos más habituales por los que son mencionados los jóvenes en los relatos de los acontecimientos juveniles.

- En este mismo sentido, resultaba pertinente también observar cuáles son los perfiles juveniles que con mayor frecuencia se reflejan o reproducen en los medios. E intentar vislumbrar si pudieran existir algún tipo de patrón predeterminado, desarrollado consciente o inconscientemente por parte de los medios, en función del tema de las noticias o del tipo de medio en que éstas se publican.
- Analizar la visión que se ofrece en términos generales de la juventud y en términos de actuación de la juventud en los relatos, con intención de observar en torno a qué temas y acciones se caracteriza positiva y negativamente la imagen de los jóvenes.
- Examinar la participación activa de los personajes en los relatos noticiosos. En qué casos los medios confeccionan las referencias informativas haciendo participar activamente a los personajes jóvenes, (hablando o apareciendo en imágenes).

Este capítulo está destinado a explicar cuáles fueron los procedimientos concretos que se llevaron a cabo durante todo este trabajo.

Ya hemos mencionado que el punto de partida ha sido una muestra de noticias facilitada por el Instituto de la Juventud, que fueron publicadas entre octubre y diciembre de 2006 en diferentes medios de prensa, radio y televisión.

Como se explica de forma más detallada en los siguientes apartados, a partir de las noticias facilitadas se llevó a cabo una clasificación de las mismas para proceder a la selección de una muestra adecuada y válida en términos científicos.

Paralelamente, 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 las noticias. Su aplicación a un reducido número de noticias permitió valorar la adecuación y operatividad de los cuestionarios elaborados, que sufrieron las modificaciones pertinentes hasta la obtención del protocolo definitivo.

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, nos pareció oportuno intentar contrastar los resultados obtenidos con la situación real, lo más actualizada posible, de la juventud en nuestro país.

Así, teniendo en cuenta que el Instituto de la Juventud es el referente más representativo de cuantas instituciones se ocupan del análisis y el estudio de las problemáticas juveniles en España, se recurrió a sus fuentes de información e investigación.

Se han examinado todas aquellos documentos (de naturaleza diversa: bibliográficos, bancos estadísticos, etc.), publicados e inéditos, elaborados por dicho Instituto, que guardasen relación con nuestro cometido y que pudiesen complementar o contribuir a la argumentación de los resultados del trabajo realizado con esta muestra de noticias.

Especialmente útiles han resultado los apartados dedicados a los medios de comunicación que habitualmente tienen cabida en las investigaciones del Observatorio de la Juventud en 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 del INJUVE.

La información obtenida de dichas fuentes ha servido para contextualizar aquellos aspectos y apartados incluidos en los relatos sobre acontecimientos juveniles.

### **3.1. La muestra**

#### **Universo:**

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 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.

#### **Tamaño de la muestra:**

El tamaño de la muestra es de 547 noticias, distribuidas de forma proporcional

#### **Procedimiento de muestreo:**

Se realizó un muestreo estratificado, 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, es decir, mediante la generación de números aleatorios y la búsqueda de esos números en un listado de noticias extraído de la base de datos proporcionada por la empresa.

#### **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:**

Algunas de las noticias seleccionadas para la muestra fueron descartadas por no adecuarse al objeto de esta investigación, dado que en ella no aparecían personajes jóvenes (15 a 29 años) sino niños menores de 15 años. En estos casos se recurrió a las que, previendo tales situaciones, se dispusieron como reserva.

Los archivos originales que nos fueron remitidos se clasificaron por temas siguiendo el modelo empleado habitualmente por el Servicio de Comunicación del Instituto de la Juventud. 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.

### **3.2. El protocolo**

Para optimizar el vaciado de los documentos originales de prensa, radio y televisión se elaboró un protocolo detallado que recogiese toda la información potencialmente relevante, tanto los datos relativos a la noticia en sí como la información contenida en la noticia acerca de los

personajes, y muy especialmente de los personajes jóvenes, mencionados o partícipes de las noticias de la muestra.

La estructura de ese protocolo se diseñó desde un principio en función de los objetivos planteados al inicio de la investigación. No obstante, y como es lógico, la propia naturaleza de los documentos y la dinámica de trabajo, junto con la aplicación de un pre-test a un número reducido de noticias, provocaron diversas modificaciones sobre el modelo inicial hasta derivar en el protocolo definitivo, que es el que finalmente se aplicó a toda la muestra. La finalidad de la prueba piloto que se realizó con una parte de la muestra era, precisamente, la adecuación del cuestionario de cara a poder recoger la información del modo más completo, pertinente y oportuno posible conforme a los objetivos de la investigación.

El protocolo de recogida de datos se distribuye en dos cuestionarios diferentes: en el primero se recoge la información de las noticias, mientras que el segundo recopila los datos de los personajes que intervienen en ellas. La razón por la cual se elaboraron dos cuestionarios distintos, aunque no independientes, puesto que se mantiene siempre el vínculo de cada personaje con la/s noticia/s en las que interviene, se debe a la relación que se da entre noticias y personajes, donde una noticia puede tener más de un personaje y, del mismo modo, un personaje puede figurar en más de una noticia.

En cuanto al diseño de las preguntas, se determinó, para los dos cuestionarios, que éstas tendrían una única opción de respuesta entre las posibles ofertadas. Con excepción de las preguntas abiertas, en las cuales se permitía una respuesta en texto libre. Con este tipo de preguntas, una vez terminada la fase de recogida de información de todas las noticias, se realizó un ejercicio de clasificación y categorización, de modo que, en una tercera etapa, se cumplimentaron los nuevos campos, ya cerrados, a partir de dichas respuestas abiertas.

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

- a) Campos de control
- b) El Medio en el que se publica la noticia
- c) La Noticia
- d) Los personajes
- e) Observaciones

A continuación se describe cada uno de ellos, junto con los campos correspondientes. Las preguntas del cuestionario, que aparecen reseñadas en cursiva, se acompañan con las posibles opciones de respuesta:

**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 esta investigación, minimizando los posibles errores. Dicha necesidad venía determinada tanto por el propio método de trabajo como por la estructura de los datos originales, ya que al tratarse de archivos pdf, wav y avi (para las noticias de prensa, radio y televisión, respectivamente) resultaba imprescindible la pronta localización de los mismos para proceder al volcado de los datos al programa gestor de bases de datos FileMaker Pro7 en el que se diseñó el cuestionario.

Los campos que conforman este primer bloque son:

- *Código de control.* Código numérico correlativo asignado a cada una de las noticias, que permitía, además del mantenimiento de un orden en el trabajo realizado y por realizar, la no duplicación de noticias. Al mismo tiempo, al tratarse de un código sencillo, también facilitaba la localización del documento en cuestión de cara a la corrección de posibles errores surgidos durante el análisis (análisis que fue realizado por varias personas diferentes) y posterior depuración de la base de datos.

- *Archivo del documento original.* Se consignó en este campo el nombre original del archivo tal como se lo asignara la empresa TNS a cada documento, y que coincide con el nombre del archivo electrónico de la noticia original. Este campo resultó especialmente pertinente para recurrir de forma ágil a la noticia relacionada en su formato original (pdf., wav., avi.) mediante un enlace directo (hipervínculo) al mismo.
- *Título de la noticia.* Aparece explícitamente el título de cada noticia según lo recogió TNS. Este campo tenía como finalidad ayudar a prevenir la posible desorientación puntual de los analistas durante la cumplimentación de los formularios, vinculando la ficha de la base de datos con una primera mención general al contenido de la noticia.

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

- P.1.- *Medio en que se publica la noticia:* Prensa, Radio o Televisión
- P.1b) (Para noticias de prensa) *Sección:* Sección del diario, periódico o revista en la que aparece publicada la noticia
- P.2.- *Ámbito del medio,* que puede ser de carácter Nacional, Regional o Local

**c) La Noticia.** Este bloque de datos, destinado a la recogida de diversa información acerca de la noticia en sí misma, se ha subdividido 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.

### Ámbito de la noticia

- P.3.- *Ámbito de la noticia,* con las siguientes opciones de respuesta: General, Internacional, Nacional, Autonómico o Local

### Tema de la noticia

El tema de la noticia se analizó a dos niveles. En un campo se recogió el tema general de la noticia, que posteriormente fue agrupado según la lista de categorías empleada por el Servicio de Comunicación del Injuve (véase Libro de Códigos, P.4, página X). En segundo lugar, se concretó un tema específico en función del primero, mediante otras subcategorías creadas para cada una de las opciones de respuesta. Aún a sabiendas de que el volumen de noticias no permitiría una generalización de los resultados a todas las noticias sobre jóvenes y a todos los medios, se consideró oportuno aplicar estas subcategorías para obtener más elementos con los que enriquecer y completar el análisis realizado con esta muestra.

- P.4.- *Tema general de la noticia,* en un primer momento descrito de forma libre por los analistas.
- P.4b) *Categorización del tema general* (Véase Libro de Códigos (P. 4), página xxx)
- P.4c) a P.4r) *Subcategorías* de la pregunta anterior, diferentes en función del tema principal de la noticia (Véase Libro de Códigos, página xxx)
- P.5.- *Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil,* a cumplimentar en texto libre.

## Espacialidad de la noticia

Otro aspecto relevante para el análisis es lo que hemos denominado la *espacialidad de la noticia*; bajo este epígrafe se agruparon cuatro preguntas que hacen referencia a la espacialidad del acontecer (es decir, si el acontecer tiene lugar en el ámbito privado o en espacios públicos), a su ámbito territorial, con la posibilidad de definir exactamente en qué lugar concreto ocurre la noticia, y en último lugar se alude a la temporalidad del acontecer para poder analizar el grado de actualidad de la información publicada.

- P.6.- *Espacialidad del acontecer* (Público, Privado, Indeterminado).- Permite especificar si la noticia tiene lugar dentro del ámbito privado o en el entorno público, aunque en algunos casos la distinción no es fácil de establecer, o una misma noticia concierne a ambas posibilidades.
- P.7.- *Ámbito del acontecer* (Internacional, Nacional, Regional, Local).<sup>19</sup>
- P.8.- *Ámbito concreto*: el propósito de esta pregunta era concretar el ámbito concreto en el que se desarrolla la noticia. Aunque en un principio se rellenó de forma libre, posteriormente las respuestas fueron agrupadas en torno a varios ítems más generales (véase Libro de códigos, P.8b), página XXX).
- P.9.- *Temporalidad del acontecer*: sirve para contextualizar el evento o tema de la noticia en un espacio temporal. Las opciones de respuesta son: pasado, pasado-presente, pasado-presente-futuro, presente, presente-futuro y futuro.
- P.10.- *Encuadre noticioso*. En el apartado 2.4.5. de este documento se señalan las características del encuadre noticioso. Los cinco supuestos de este encuadre constituyen las opciones de respuesta a esta pregunta, aunque se ha añadido una sexta opción (*ninguna de las anteriores o no está claro*) para los casos en que resultase especialmente difícil la adscripción a alguna de las anteriores. Estas opciones son: a) Atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y la posible solución de un asunto es atribuida al Gobierno, individuo o institución; b) Conflicto entre individuos, grupos o instituciones; c) Interés humano con el que se “dramatiza” o “emociona” la información; d) Moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales; y e) Consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente.

**d) Los personajes.** Este bloque de análisis relativo a los personajes contempla una batería de preguntas con las que se pretende indagar tanto en las características sociodemográficas de los personajes como en su función y actividad en la noticia y en el relato. Interesa especialmente la aparición y/o participación de personajes jóvenes, aunque se han recogido todos y cada uno de los intervinientes, tanto si figuran de forma activa como pasiva e independientemente de la categoría de dicho personaje<sup>20</sup>.

Como ya se ha reseñado, para obtener la información acerca de los personajes se ha utilizado un cuestionario diferente al de las noticias, aunque ambos se relacionan por medio del campo Código de Control, que actúa como nexo entre cada noticia y los personajes mencionados en ella. Precisamente el espacio donde se hace recuento del número total de personajes que intervienen en cada noticia es la única pregunta de este bloque que se ha incluido en el cuestionario de Noticias en lugar del de Personajes.

- P.11.- *Número de personajes que intervienen en la noticia*: indicar el número.

---

<sup>19</sup> Durante el transcurso de la investigación esta pregunta fue eliminada por considerarse poco operativa y redundante.

<sup>20</sup> Véase apartado 4.3.3.b) Categoría del personaje.

En este segundo cuestionario, un apartado inicial recoge información de algunas de las características sociológicas de los personajes.

- P.12.- *Nombre del Personaje mencionado en la noticia* (indicar nombre del personaje). Para facilitar el análisis, se decidió incluir siempre que fuese posible su cargo o función representativa cuando éste actuase como portavoz de algún colectivo o institución.
- P.12b).- *Categoría del personaje*.- Establece una tipología de personajes en torno a su naturaleza (Véase Libro de Códigos (P.12b), página xxxx)
- P.12c) a P.12l) *Subcategorías de P.12b*): Según la categoría del personaje señalada en la pregunta P.12b), seleccionar una de las opciones correspondientes (Véase Libro de Códigos, página xxxx)
- P.13.- *¿Es joven?* Indicar Sí o No.
- P.14.- *Género*: especificar si el personaje es masculino, femenino, genérico o sin datos/indeterminado
- P.15.- *Individualización* (individual, colectivo, sin datos o indeterminado)
- P.16) *¿Se menciona su edad?* (sí, no)
- P.16b) *Grupo de edad*: en el caso de que se mencione la edad del personaje, consignar el grupo al que pertenece (de 0 a 15 años, de 15 a 19 años, de 20 a 24, de 25 a 29, 30 años o más).

A continuación se estudia la participación del personaje en la noticia, indicando el grado de intervención, la acción principal y las posibles acciones secundarias que los personajes desempeñan. Si éstos hablan, se indica exactamente lo que dicen, aunque no se ha llevado a cabo un análisis lingüístico con respecto a los contenidos de dichas declaraciones, sino que se ha elaborado una clasificación general de las mismas según su naturaleza o propósito. Así, se distingue entre declaraciones, críticas, proposiciones, etc. Las opciones de respuesta ofrecidas se crearon después de conocer todas las respuestas a la pregunta P.19 (acción principal).

- P.17.- *Nivel de implicación en la noticia*: indicación de si se trata del personaje principal de la noticia o si ocupa un lugar secundario
- P.18.- *Rol que desempeña*: hace referencia a la función del personaje dentro del relato. Se ofrecen las siguientes posibilidades de respuesta: Protagonista, héroe; Antagonista, antihéroe; Cooperante del héroe; Cooperante del antihéroe; Controlador de quienes hacen o padecen; y Ninguno de los anteriores o no está claro.

En lo que respecta a la acción principal desempeñada por el personaje, se presentan los siguientes campos:

- P.19.- *Acción principal*: se expone, de forma resumida, la acción principal que lleva a cabo el personaje correspondiente.
- P.19b) *Tipo de acción*: concretar si la naturaleza de la acción es de tipo expresiva o ejecutiva.
- P.19c) *Evaluación de la acción principal* (positiva, negativa o neutra).

Tanto si la acción principal es de tipo expresivo como si se trata de un acto ejecutivo, se constata específicamente de qué tipo de acción se trata y se indica cuál es la visión de la juventud que tal acción ofrece. Así, para las acciones expresivas se crearon los campos:

- P.19d) *Tipo de acción expresiva*, con las siguientes opciones: Declaraciones y presentaciones; Críticas, denuncias y reclamaciones; Proposiciones, demandas y evaluaciones.
- P.19e) *Visión de la juventud* (positiva, negativa o neutra).

Y para las de tipo ejecutivo, los homólogos:

- P.19f) *Tipo de acción ejecutiva*, con las opciones: Acciones participativas; Acciones conflictivas o violentas; Acciones controladoras o de control social; Acciones generales o prácticas sociales; Acciones de análisis social.
- P.19g) *Visión de la juventud* (positiva, negativa o neutra).

Si el personaje analizado desempeña otras acciones además de la considerada como principal, éstas se analizan del mismo modo que la anterior.

- P.20.- *Otras acciones*: exponer de forma resumida las acciones secundarias desarrolladas por el personaje.
- P.20b) *Tipo de acción*, indicando si es expresiva o ejecutiva.

Finalmente, al igual que en la acción principal, se cumplimentan diferentes campos según se trate de acciones secundarias de naturaleza expresiva o ejecutiva, teniendo en cuenta que las opciones de respuesta son idénticas a las ya mencionadas:

- P.20c) Tipo de acción expresiva
- P.20d) Visión de la juventud
- P.20e) Tipo de acción ejecutiva
- P.20f) Visión de la juventud

Las posibles declaraciones de los personajes se estudian más detenidamente a través de las preguntas siguientes:

- P.21.- *¿El personaje habla?* (Sí, No)

En caso afirmativo, se especifica además:

- P.21b) *¿Qué dice?* Indicación de forma resumida de las declaraciones del personaje
- P.21c) *Con respecto al argumento principal de la noticia, ¿qué hace exactamente el personaje en sus declaraciones?* Esta pregunta trata de determinar la relación que guardan las declaraciones consideradas como acciones secundarias con respecto al argumento principal de la noticia; es decir, si las opiniones refrendan la declaración principal de la noticia o si, por el contrario, la desmienten o critican.

La última parte del cuestionario constituye un análisis básico de las imágenes que muestran a los personajes. Se ha tenido en cuenta la imagen tanto si es fija (caso de fotografías en prensa) o en movimiento (personajes en vídeo en noticias de televisión). Se trata, en cualquier caso, de una clasificación simple y general a partir de la cual se pretendía obtener los rasgos generales respecto a la manera en que se presenta a los jóvenes por medio de las imágenes.

Del mismo modo que en las preguntas relacionadas con las declaraciones de los personajes, en este apartado se pregunta acerca del tipo de acción (ejecutiva, en este caso) y de la visión de la juventud que se muestra con la citada imagen.

- P.22.- *¿El personaje aparece en la imagen?* (Sí, No)
- P.22b) (En caso afirmativo) *¿Haciendo qué?*: breve descripción en texto libre de lo que hace el personaje en la imagen mostrada.
- P.22c) *Tipo de acción ejecutiva*: las opciones de respuesta son las mismas que en la pregunta P.19f) (Véase Libro de códigos, página XXX)
- P.22d) *Visión de la juventud* (positiva, negativa o neutra).

**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

cias de cara a la modificación del cuestionario, etc. Por ejemplo, sirvió este campo para realizar las indicaciones pertinentes en aquellas noticias que finalmente fueron descartadas por no referirse expresamente a los jóvenes, o para proponer la inclusión o supresión de categorías de respuesta en algunas de las preguntas formuladas.

- P.23.- *Observaciones.*

### **3.3. Recogida de la información**

La extracción de la información pertinente de las diferentes noticias desde los documentos originales (fotocopias o grabaciones, según los casos) se llevó a cabo de forma manual. En este proceso participaron diversos analistas, que se ocuparon de la lectura, audición o visualización de los documentos que nos fueron aportados como material de base para este estudio.

Con el objeto de evitar los posibles vicios que de forma inconsciente pudieran adquirirse en el transcurso del trabajo, fundamentalmente con respecto a una posible categorización prematura de las respuestas, las noticias se distribuyeron de forma aleatoria entre los diferentes investigadores que participaron en el proceso, garantizándose de este modo que todos ellos cubrirían informaciones de diferentes medios, cobertura y temática.

Los datos recogidos fueron volcados a una base de datos relacional especialmente creada para esta investigación, la cual permitía archivar, organizar y vincular los registros correspondientes a cada una de las noticias con los de los Personajes mencionados en todas ellas. El software empleado para el diseño de esta herramienta fue el programa FileMaker Pro 7.0.

### **3.4. Exportación y tratamiento de los datos**

Una vez completado el vaciado de las noticias y revisada la completitud de la base de datos, toda la información en ella contenida se exportó al paquete estadístico SPSS. Posteriormente, tras una nueva revisión y depuración de los datos, se extrajeron las primeras salidas de frecuencias básicas. Los índices de frecuencias proporcionaron al equipo investigador las primeras impresiones acerca del material de que se disponía y permitieron la elaboración del diseño del Plan de Explotación, conforme a los objetivos fijados inicialmente.

De forma paralela, se revisaron los archivos proporcionados por el Injuve que contenían el análisis previo de las noticias realizado por TNS, recogiendo la información que se consideró pertinente para complementar el análisis y trasladándola a los formatos adecuados para posibilitar el análisis estadístico y lógico de dicha información.

Una vez reunido todo el material necesario, se llevó a cabo el análisis de resultados y, finalmente, se elaboraron las conclusiones finales. Éste es el contenido de los capítulos 4 y 5 de este informe.

# 4

## Resultados

### 4.1. Las noticias seleccionadas en los medios: prensa, radio y televisión

En primer lugar, se han recogido en este apartado los datos relativos a los medios de comunicación responsables de la noticia (prensa, radio, televisión), como también el ámbito de difusión de los mismos.

#### 4.1.1. Medio en que se publica la noticia

La selección del conjunto de noticias recogidas para esta investigación incluyó 2747 unidades, de las cuales la mayor parte correspondieron a prensa (69%), seguidas de las de radio (18) y de las de televisión (13%).

##### 1. Medio en el que se publica la noticia

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100,0%
Prensa	377	69%
Radio	101	18%
TV	69	13%

#### 4.1.2. Ámbito del medio

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

Las emisiones de radio y televisión en algunas comunidades autónomas y localidades se hacen en determinadas horas de forma exclusiva para dichos espacios geográficos. En esta investigación las noticias pertenecientes a esas emisiones exclusivas de determinadas zonas se las ha clasificado bajo el epígrafe Desconexión, y suponen el 6% del total de la muestra. Corresponden a noticias regionales y autonómicas y en los análisis posteriores se agruparon con dichas noticias.

## 2. Ámbito del medio

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
Prensa	112	20%
Radio	408	75%
TV	27	5%

En cuanto a la proporción de noticias en cada medio, las noticias de medios nacionales de esta investigación corresponden en mayor medida a noticias de prensa (51%) y de radio (33%) y en menor medida de televisión (16%).

### MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ÁMBITO DE LA NOTICIA

% horizontales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	Televisión	
TOTAL	(547)	69%	18%	13%	100%
General	(14)	57%	36%	7%	100%
Internacional	(14)	57%	7%	36%	100%
Nacional	(122)	51%	33%	16%	100%
Autonómico	(165)	62%	18%	20%	100%
Local	(232)	85%	11%	4%	100%

Las noticias de medios regionales y autonómicos se refieren a noticias de prensa (62%) y en menor proporción a noticias de televisión (20%) y de radio (18%). Mientras que las noticias de medios locales pertenecen en gran proporción a noticias de prensa (85%). Las noticias de ámbito internacional corresponden en mayor proporción a noticias de prensa (57%) y en menor grado a noticias de televisión (36%).

### ÁMBITO DE LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
General	3%	2%	5%	1%
Internacional	3%	2%	1%	7%
Nacional	22%	16%	40%	29%
Autonómico	30%	27%	30%	48%
Local	42%	52%	25%	14%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

El ámbito geográfico de los medios seleccionados en esta investigación ofrece claras diferencias en la recogida de noticias entre la prensa, la radio y la televisión.

- Prensa: La mayoría de noticias corresponden a periódicos y revistas de ámbito local (52%) y en mucha menor medida a medios autonómicos (27%) y nacionales (16%).
- Radio. La mayor parte de noticias de radio recogidas corresponden a medios de carácter nacional (40%) seguidas de las pertenecientes a medios regionales (30%) y locales (25%).
- Televisión. Las noticias aparecidas en las cadenas de televisión seleccionadas para esta investigación, aparecen sobre todo en medios regionales (48%), seguidas de las noticias aparecidas en medios nacionales (29%) y de las pertenecientes a televisiones locales (14%).

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

Tras esta visión general sobre los medios y las noticias seleccionadas para este trabajo, pasamos a continuación a ofrecer otro tipo de información sobre las características generales y particulares de dichas noticias (ámbito temático, espacialidad, temporalidad...).

Por una parte, interesaba conocer la cobertura de la noticia, es decir, a qué ámbito geográfico remitía la información sobre los acontecimientos seleccionados. En segundo lugar, se recogió también 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>21</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.

### 4.2.1. *Ámbito de la noticia*

El ámbito geográfico al que remiten los acontecimientos relatados en las noticias supone la primera referencia temática, ya que la selección de dichos acontecimientos implica una acotación geográfica que determina, aunque sea de un modo impreciso, el repertorio de los temas considerados noticiosos.

En esta investigación, la mayor parte de las noticias seleccionadas sitúan su referencia en el ámbito local (42), seguidas de aquellas noticias de carácter autonómico (30%) y de las noticias de ámbito nacional (22%). Las noticias internacionales representan tan sólo el 3% de las noticias recogidas.

Ámbito de la noticia

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
General	14	3%
Internacional	14	3%
Nacional	122	22%
Autonómico	165	30%
Local	232	42%

---

<sup>21</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.

Los distintos medios de comunicación ofrecen diferencias en cuanto al ámbito de los acontecimientos sobre los que tratan las noticias seleccionadas:

- Las noticias de prensa tratan en mayor medida sobre acontecimientos juveniles locales (52%). Y en menor medida sobre cuestiones autonómicas (27%) y nacionales (16%).
- Las noticias de radio tratan sobre asuntos relacionados con la juventud pertenecientes al ámbito nacional (40%), seguidas de los acontecimientos de carácter autonómico (30%) y local (25%).
- La televisión selecciona sobre todo noticias de ámbito autonómico (48%), seguidas de las noticias nacionales (29%) y locales (14%). Hay que reseñar que la televisión concede mayor importancia que el resto de medios a los acontecimientos de ámbito internacional (7%).

Si tomamos en cuenta el ámbito geográfico de los medios seleccionados, donde predominan los autonómicos y regionales sobre los nacionales y mucho más sobre los locales, podemos apuntar la tendencia de la prensa a seleccionar en mayor proporción acontecimientos juveniles de carácter local, mientras que la radio y la televisión cuando tratan sobre cuestiones juveniles, éstas suelen corresponder al ámbito nacional y autonómico.

**ÁMBITO DE LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
General	3%	2%	5%	1%
Internacional	3%	2%	1%	7%
Nacional	22%	16%	40%	29%
Autonómico	30%	27%	30%	48%
Local	42%	52%	25%	14%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

*Las noticias de prensa ofrecen una visión más localista de la juventud que la que ofrecen la radio y la televisión, que tratan en mayor medida sobre cuestiones juveniles regionales y nacionales*

#### 4.2.2. Los ámbitos temáticos de la noticia

El análisis de contenido que se ha realizado con las noticias seleccionadas consistió en primer lugar en la categorización referencial de las mismas, de acuerdo a la clasificación temática empleada por el Servicio de Comunicación del Instituto de la Juventud (Injuve). Con esta primera clasificación, se pretendía disponer de una categorización en torno a ámbitos temáticos específicamente juveniles, o mejor dicho, en torno a los que se ha venido clasificando tradicionalmente la información juvenil. De esta aproximación obtuvimos una agrupación de las noticias que ofreció un panorama temático general desde el que abordar un estudio con mayor profundidad de acuerdo a los objetivos propuestos.

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

### Tema principal de la noticia

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
BOTELLÓN	105	19%
ECONOMÍA Y CONSUMO	31	6%
EMPLEO	39	7%
ESTILOS DE VIDA	12	2%
FORMACIÓN	42	8%
GENERAL	20	4%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	12	2%
INMIGRACIÓN	8	1%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	49	9%
RELACIONES FAMILIARES	7	1%
SALUD	21	4%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	15	3%
TOXICOMANÍA	37	7%
TRÁFICO	9	2%
VALORES Y CIUDADANÍA	13	2%
VIOLENCIA Y DELITOS	71	13%
VIVIENDA	56	10%

Nos pareció oportuno para nuestro análisis, ante esta diversidad temática, clasificar las noticias que hacen referencia a la juventud en torno a las áreas estratégicas de actuación propuestas para el desarrollo y ejecución del Plan de Juventud 2005-2008. Dichas áreas son las siguientes.

- A) Área de Emancipación: empleo y vivienda
- B) Área de Participación
- C) Área de Convivencia y diversidad
- D) Área de Hábitos de vida saludable y medio ambiente
- E) Área de Ocio, cultura y tiempo libre
- F) Área de Formación.

Con dicha clasificación se pretendió observar la relación existente entre el discurso mediático juvenil y las áreas de actuación político-administrativas de las instituciones públicas dedicadas específicamente a la juventud (INJUVE).

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

Área de Emancipación: empleo y vivienda	VIVIENDA EMPLEO
Área de Participación	SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO
Área de Convivencia y diversidad	VIOLENCIA VALORES Y CIUDADANÍA INMIGRACIÓN
Área de Hábitos de vida saludable y medio ambiente	RELACIONES FAMILIARES BOTELLÓN SALUD TOXICOMANÍAS TRÁFICO
Área de Ocio, cultura y tiempo libre	ECONOMÍA Y CONSUMO ESTILOS DE VIDA

Área de Formación  
Otros

INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA  
OCIO Y TIEMPO LIBRE  
FORMACIÓN  
GENERAL

La reclasificación (tema principal agrupado) muestra que la mayor parte de las noticias recogidas sobre los jóvenes tratan acerca de los *Hábitos de vida saludable y medio ambiente* (31%), especialmente sobre el tema de botellón, toxicomanía, salud y tráfico.

Les siguen las noticias de *Ocio, cultura y tiempo libre* (19%) —*economía y consumo, estilos de vida, información y tecnología y ocio y tiempo libre*— y sobre *Convivencia y diversidad* (18%), —*violencia, valores y ciudadanía, inmigración y relaciones familiares*— y las noticias sobre *Emanipación* (17%) —*empleo y vivienda*—.

Las noticias sobre *Formación*, cuya temática se refiere sobre todo a la formación académica, representan el 8%, y las que tratan sobre *Participación: (3%) Solidaridad y voluntariado*.

**Tema principal de la noticia (agrupado en ÁREAS)**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
Emancipación	95	17%
Participación	15	3%
Convivencia y diversidad	99	18%
Habitos Vida Saludable y M.Ambiente	172	31%
Ocio, Cultura, T.Libre	104	19%
Formación	42	8%
Otros	20	4%

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.

*En el periodo de tiempo analizado, la prensa concede especial relevancia a los acontecimientos juveniles sobre botellón, mientras que la televisión y la radio seleccionan más habitualmente aquellos hechos violentos y delictivos en los que participan los jóvenes.*

**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
BOTELLÓN	19%	25%	4%	10%
ECONOMÍA Y CONSUMO	6%	7%	1%	4%
EMPLEO	7%	7%	8%	6%
ESTILOS DE VIDA	2%	1%	5%	4%
FORMACIÓN	8%	8%	5%	9%
GENERAL	4%	3%	4%	6%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	2%	2%	1%	3%
INMIGRACIÓN	1%	1%	2%	4%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	10%	5%	9%
RELACIONES FAMILIARES	1%	1%	1%	1%
SALUD	4%	3%	4%	6%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	3%	3%	1%	4%
TOXICOMANÍA	7%	6%	10%	6%
TRÁFICO	2%	1%	3%	3%
VALORES Y CIUDADANÍA	2%	2%	4%	1%
VIOLENCIA Y DELITOS	13%	8%	30%	16%
VIVIENDA	10%	10%	13%	7%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

La segunda agrupación temática de las noticias en torno a las grandes áreas de actuación juveniles, refuerza esas diferencias entre los distintos medios:

- En la prensa predominan los aconteceres sobre hábitos de vida saludable (36%), seguidos de los de ocio, cultura y tiempo libre (21%) y de los de emancipación (17%).
- En la radio aparecen en mayor medida noticias sobre convivencia y diversidad (36%), sobre hábitos de vida saludable y sobre emancipación (21% de los casos respectivamente).
- En la televisión predominan los acontecimientos juveniles sobre hábitos de vida saludable (26%), sobre ocio, cultura y tiempo libre (22%) y sobre convivencia y diversidad (21%).

*La prensa y la televisión seleccionan en mayor medida acontecimientos juveniles sobre hábitos de vida saludable, mientras que en la radio predominan aquellos sobre convivencia y diversidad.*

**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
Emancipación	17%	17%	21%	13%
Participación	3%	3%	1%	4%
Convivencia y diversidad	18%	12%	37%	23%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	31%	36%	21%	25%
Ocio, Cultura, T. Libre	19%	21%	12%	20%
Formación	8%	8%	5%	9%
Otros	4%	3%	4%	6%

## A) 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 en este apartado 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%), lo que implica que la mayor parte de jóvenes que fallecen lo hacen por este tipo de motivos.

Dentro de las causas externas, la información incluida en el apartado de *Juventud en Cifras* del Observatorio de la Juventud en España (Injuve), muestra que 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. Esto significa que la causa de muerte de 1 de cada 10 jóvenes que fallece en España es el suicidio o las lesiones auto inflingidas.

Diversas fuentes vienen a reforzar la percepción del auge que tienen los problemas psicosociales entre los jóvenes en sociedades como la nuestra, "(...) en el ámbito de la salud y la acción social llama la atención el que el 54% de las personas jóvenes considere que los problemas psicológicos están extendidos entre la juventud. En efecto, se ha constatado que un trastorno emocional como la depresión constituye la tercera causa de muerte entre las personas jóvenes de entre 15 y 24 años. Asimismo, se estima que aproximadamente 1 de cada 20 niños/as y adolescentes tendrá un proceso depresivo antes de cumplir los 19 años"<sup>22</sup>.

A la hora de analizar la información noticiosa sobre estos problemas juveniles resultaba necesario observar el tratamiento informativo de los distintos temas que conforman dicho apartado de hábitos de vida saludable y medio ambiente. También tratamos de analizar si la construcción de la referencia incluye la opinión de expertos y sobre todo si se les concede protagonismo discursivo a los propios jóvenes.

### Botellón (19%)

La gran importancia que han adquirido dichas noticias en la muestra de noticias seleccionada sin duda puede estar condicionada por la época del año en que se seleccionaron dichas noticias (meses de octubre y noviembre). El comienzo del curso académico y el reencuentro con amigos y compañeros después del periodo vacacional parece un buen motivo de celebración, que junto con la discusión y aprobación en Andalucía de la Ley Antibotellón<sup>23</sup> en el mes de octubre de 2006, pueden explicar la sobredimensión muestral de noticias relacionadas con este tema.

La selección mediática de acontecimientos relacionados con el botellón por parte de los medios se circunscribe mayoritariamente al ámbito local (79%) y en menor medida al regional o autonómico (16%).

El carácter local de los acontecimientos sobre botellón en las noticias, es el reflejo de las formas de socialización de los jóvenes de nuestro país. Los jóvenes se identifican sobre todo con los espacios más cercanos de su barrio o pueblo, donde practican una de las actividades de ocio preferidas, reunirse con los amigos; en esas circunstancias el consumo de alcohol aparece como una de las alternativas de entretenimiento más asequibles a su bolsillo ante otros modelos de ocio, sobre todo nocturno, mucho más costoso.

---

<sup>22</sup> PALOMERO PESCADOR, J. E.; FERNÁNDEZ DOMÍNGUEZ, M. R. "La violencia escolar: Un punto de vista global". En Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado, n. 41, (2001), p. 19-38.

<sup>23</sup> 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. COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA (BOJA, 215 de 07-11-2006 BOE n. 286 de 30/11/2006).

### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: BOTELLÓN

	CASOS	% COL
TOTAL	105	100%
Acción social y espacial	22	21%
General	4	4%
Marco jurídico	38	36%
Observatorio social	6	6%
Respuesta o intervención institucional pública	26	25%
Respuesta social	9	9%

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.

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *La ley antibotellón se aplicará a partir del 30 de noviembre*
- *La ley antibotellón no afectará a las celebraciones en la calle de navidad y fin de año*
- *Empieza el debate sobre la aplicación de la Ley Antibotellón*
- *El alcalde de Algeciras prohíbe el botellón mediante un decreto*

La respuesta institucional pública ante el botellón ocupa el segundo lugar en cuanto a número de noticias sobre esta práctica social de los jóvenes: creación de botellódromos, habilitación de espacios para su práctica, actividades alternativas de ocio, sanciones, etc.

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *El Consistorio planea facilitar la venta de alcohol dentro del futuro botellódromo*
- *Las elevadas multas apenas atenúan los efectos en la calle del botellón*
- *Campaña "Deportes sin alcohol"*
- *La Junta de Seguridad se prepara para el traslado de la movida*

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre botellón

1. Marco jurídico (Ley antibotellón)
2. Respuesta institucional pública
3. Acción social y espacial del botellón

También son más o menos frecuentes las noticias sobre acciones sociales y espaciales de esta práctica de ocio juvenil (espacios de entretenimiento juvenil, realización de botellones, etc.). En estas noticias, los jóvenes suelen jugar un especial protagonismo, aunque en numerosos casos aparezcan tratados negativamente (jóvenes borrachos, conflicto entre jóvenes en espacios de ocio...).

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Multan a 53 jóvenes por ensuciar la calle durante el botellón*
- *Los alumnos de Medicina festejan a San Lucas con botellón y novatadas*
- *Le piden diez años por dejar tuerto a un joven en un botellón*
- *Dos detenidos y 21 denuncias a bares en el fin de semana*

Hay que reseñar que, aunque poco habituales, aparecen algunas noticias que remiten a información a estudios e investigaciones sobre el botellón y a la discusión social sobre el tema: núme-

ro de jóvenes que se emborrachan, consumos de alcohol entre diferentes colectivos y en edades tempranas, etc.

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *La primera encuesta deliberativa trata el botellón en Córdoba*
- *El 64% de los jóvenes beben alcohol de forma habitual*
- *Los adolescentes empiezan a consumir alcohol a los 13 años*

El carácter generalista y mayoritariamente negativo que predomina en la forma como se presentan los resultados de encuestas o investigaciones, frecuentemente olvida las diferentes informaciones y perspectivas desde donde abordar el fenómeno. En este caso concreto, por ejemplo, los medios pasan por alto que con respecto a la evolución del consumo de bebidas alcohólicas en la gente joven, se observa que éste ha disminuido en aproximadamente cinco puntos dentro de un periodo de ocho años (1998-2004). Según grupos de edades, la mayor disminución porcentual se presenta dentro del grupo de edad de 25 a 29 años, aproximadamente 10 puntos<sup>24</sup>.

También se desconoce que dentro del universo juvenil, la preferencia por el botellón como práctica de socialización, sólo se da en un 27.4%, un porcentaje bajo comparado con el hecho de que los jóvenes españoles prefieren ir a bares, cafeterías y pubs (79.7%), e ir a bailar a discotecas (66.2%)<sup>25</sup>.

No obstante, la información sobre la evolución del consumo de alcohol entre el colectivo juvenil también refleja en los últimos tiempos un descenso en el número de jóvenes no bebedores, lo que da idea de la dificultad de abordar la situación y proyección de este complejo problema social.

#### Evolución del consumo de bebidas alcohólicas en la población joven (15-29 años) por sexo y grupos de edades 1998-2004

Para cada año, porcentajes sobre el total de cada grupo de edad y sexo

Sexo y grupo de edades	Beben actualmente		Nunca han bebido		BASE (N.º)	
	1998	2004	1998	2004	1998	2004
<b>AMBOS SEXOS</b>						
Total 15-29 años	62,5%	57,3%	30,6%	21,6%	(2461)	(1466)
De 15 a 19 años	50,2%	49,3%	43,1%	32,1%	(867)	(458)
De 20 a 24 años	69,3%	65,2%	23,6%	15,3%	(824)	(509)
De 25 a 29 años	68,4%	56,5%	25,2%	18,2%	(791)	(499)
<b>VARONES</b>						
Total 15-29 años	70,7%	66,2%	23,2%	16,2%	(1249)	(734)
De 15 a 19 años	55,2%	52,2%	38,2%	30,4%	(437)	(230)
De 20 a 24 años	76,5%	75,1%	17,3%	9,1%	(622)	(253)
De 25 a 29 años	81,9%	70,1%	12,9%	10,4%	(390)	(251)
<b>MUJERES</b>						
Total 15-29 años	54,0%	48,4%	38,6%	26,9%	(1212)	(732)
De 15 a 19 años	45,0%	46,5%	48,2%	33,8%	(410)	(228)
De 20 a 24 años	81,8%	55,5%	30,2%	21,5%	(402)	(256)
De 25 a 29 años	55,3%	42,7%	37,2%	26,2%	(401)	(248)

Fuente: INJUVE, Calidad de vida de los jóvenes, 1998  
 INJUVE, Sondeo periódico de opinión y situación de la gente joven 2004

<sup>24</sup> INJUVE. Juventud en cifras 2004.

<sup>25</sup> INJUVE. Juventud en cifras 2004.

*En temas como el del botellón, el discurso de los medios es empleado para reforzar la idea de que los problemas relacionados con el mundo juvenil son ante todo alarmas sociales representativas del conjunto de jóvenes, que alteran de forma abrupta las formas de convivencia tradicionales.*

## Salud (4%)

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. Esta percepción social es compartida por los propios jóvenes que en su mayoría califica su salud de forma positiva. No obstante, y como apuntan algunos estudios sobre la salud juvenil, en los últimos tiempos han aparecido con una cierta intensidad una serie de enfermedades de carácter psicológico relacionadas con la imagen y el aspecto físico (anorexia y bulimia).

### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: SALUD

	CASOS	% COL
TOTAL	21	100%
Adicciones, enfermedades	18	86%
General	1	5%
Respuesta o intervención institucional pública	2	10%

La práctica totalidad de noticias recogidas en esta investigación apuntan en esta dirección; la mayor parte de ellas tratan sobre enfermedades y adicciones: problemas alimenticios (anorexia y bulimia), ludopatías, etc.

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Aumentan los casos de ludopatía entre jóvenes cualificados y con sueldos altos*
- *Una modelo brasileña muere debido a una estricta dieta*
- *Crece la prehipertensión entre los jóvenes, ligada a la obesidad y el sedentarismo*

Aunque son escasas, también se han encontrado noticias referidas a la respuesta institucional en temas de salud juvenil.

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Juventud lanza un curso para prevenir el estrés*
- *El programa dental infantil alcanzará a 72.500 niños y adolescentes en 2007*

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre salud.

1. Enfermedades y adicciones
2. Respuesta institucional pública

Las noticias sobre salud se circunscriben sobre todo al ámbito regional o autonómico (44%) y al ámbito nacional (39%). Las noticias de ámbito internacional representan el 9%.

El ámbito de los sucesos juveniles sobre salud se centra en enfermedades y adicciones; éstas, en los últimos tiempos, han ido adquiriendo un carácter cada vez más general. Los jóvenes, y especialmente las jóvenes, construyen su imagen a partir de modelos cada vez más globales, canalizados en muchos casos a través de las industrias culturales. El hecho de que una de cada

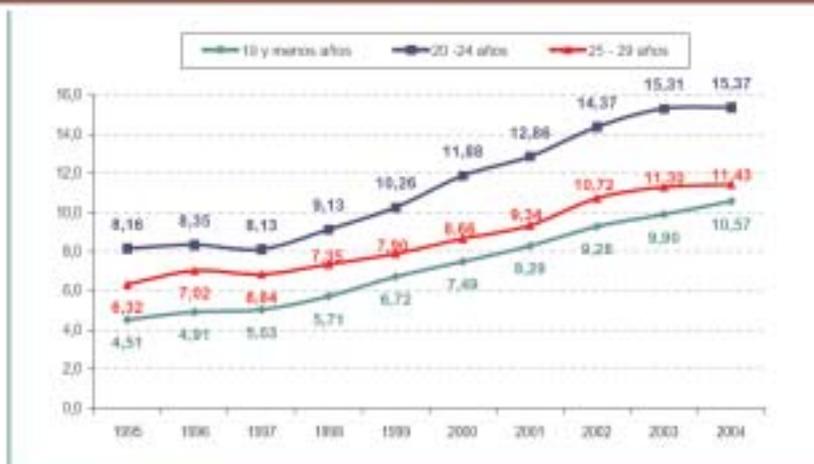
diez noticias sobre salud y juventud tenga un carácter o ámbito internacional parece apuntar en esa dirección.

En los últimos años se ha visto un aumento del interés por parte de los medios en denunciar y analizar las causas de problemas de salud entre los jóvenes, asociados a trastornos alimenticios: *"El aumento dramático del número de estudios referidos a los trastornos alimentarios, especialmente la anorexia y la bulimia, pone de manifiesto que se trata de un problema de gran envergadura en cuanto a su impacto sobre la población. Médicos y psicólogos lo han detectado y se han volcado en su diagnóstico y tratamiento, si bien parece claro que toda esa actividad ha estado sometida al propio sesgo profesional de unos y de otros, en el sentido de que estos problemas se han medicalizado y psicologizado, por más que su trascendencia mayor tenga tanto o más que ver con los determinantes socioculturales"*<sup>26</sup>.

Respecto al tipo de respuesta institucional pública, en este punto también es importante analizar que según el estudio de la FAD y el Injuve, *Jóvenes y sexo: el estereotipo que obliga y el rito que identifica*<sup>27</sup>, sobre la sexualidad de los jóvenes, éstos, no suelen otorgar legitimidad para opinar, orientar y aconsejar ni a los padres, ni a los maestros, ni a los expertos sanitarios: *"A los padres porque los viven lejanos a sus intereses (no sólo los ven sino que quieren verlos lejanos, como una forma de reforzamiento de la propia identidad diferencial) y básicamente controladores y reprobadores; a los expertos porque saben pero son excesivamente teóricos, con unos conocimientos exactos pero alejados de los intereses primarios de los jóvenes, autores de unas orientaciones que son igualmente poco cuestionables y poco útiles. Evidentemente, padres y expertos no pueden legítimamente renunciar a su obligación educativa y socializadora. Sólo que tendrán que enfrentarla sabiendo exactamente cuáles son las dificultades para la misma y qué barreras deben superar para conseguir la atención y la credibilidad de los adolescentes"*.

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 de temas como los embarazos no deseados y los abortos, que ha venido incrementándose paulatinamente entre la población juvenil femenina en los últimos años.

Interrupción voluntaria del embarazo.  
Tasas por 1000 mujeres en cada grupo de edades jóvenes. 1995-2004



Fuente: Ministerio de Sanidad y Consumo.  
INTERRUPCIÓN VOLUNTARIA DEL EMBARAZO: datos definitivos correspondientes al año 2004

<sup>26</sup> GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, B.; REGO RODRÍGUEZ, E. Problemas emergentes en la salud mental de la juventud. Madrid: Injuve, 2006.

<sup>27</sup> MEGÍAS QUIRÓS [et al.]. Jóvenes y sexo: el estereotipo que obliga y el rito que identifica (FAD). Madrid: Injuve, 2005.

Otros asuntos poco abordados desde los medios son las enfermedades de transmisión sexual (VIH-SIDA fundamentalmente); la falta de atención mediática en estos casos parece coincidir con la percepción menos grave de esta problemática entre la población juvenil en nuestro país. Probablemente las sucesivas campañas de concienciación social en este sentido han contribuido a que los jóvenes sean más cautos a la hora de elegir a las personas con las que mantener relaciones sexuales: “*Cuando se interroga a la muestra total de sujetos acerca de sus relaciones sexuales sus respuestas se distribuyen del siguiente modo. El 30.7% afirma que no mantiene ningún tipo de relación, el 40.9% responde que mantiene relaciones sexuales con una pareja estable, un 11.3% reconoce tener relaciones sexuales con distintas personas conocidas, el 5.0% lo hace con personas poco conocidas y un 12.1% se incluye dentro de la categoría de respuestas no sabe/no contesta. Estos datos nos permiten concluir que en torno al 30% de la población española de entre 15 y 24 años no mantiene relaciones sexuales, mientras que, aproximadamente, el 40% de esa misma población las mantiene con una pareja estable. Mucho más bajos son los porcentajes de sujetos que reconocen mantener relaciones sexuales con distintas personas conocidas o incluso con personas poco conocidas*”<sup>28</sup>.

### Toxicomanías (7%)

El consumo de drogas entre la población joven implica serios riesgos en los procesos de socialización a lo largo de todo el periodo juvenil. Aunque es importante mencionar que este no es exclusivamente un problema juvenil. Como ejemplo se puede señalar el aumento del consumo de cocaína en el último año entre los españoles según el *Informe Mundial sobre Drogas 2007* de la ONU. Según dicho informe la tasa de consumo de cocaína en España entre los ciudadanos de 15 a 64 años supera, por primera vez en la historia, la de Estados Unidos y cuadruplica la media europea. En dicho informe se asegura que mientras que el consumo del *cannabis* en España tiende a estabilizarse, en cambio el de cocaína se ha disparado y constituye *el mayor problema*, puesto que uno de cada cinco consumidores europeos se encuentra en nuestro país.

#### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: TOXICOMANIAS

	CASOS	% COL
TOTAL	36	100%
Adicciones, drogodependencias juveniles	24	67%
General	1	3%
Observatorio social	5	14%
Respuesta o intervención institucional pública	6	17%

Las noticias sobre toxicomanías recogidas en esta investigación se ocupan principalmente de acontecimientos sobre las drogodependencias juveniles. En estos casos, como se apunta desde la *Guía de buenas prácticas para medios de comunicación y profesionales de la información*, “*existe una tendencia a abordar con cierta superficialidad el problema de las drogodependencias. En el tratamiento de la información, por regla general, suele primar la vertiente jurídico-policia frente a la socio-sanitaria y la de la salud*”<sup>29</sup>. En nuestro caso se han identificado exactamente ese tipo de informaciones: consumo juvenil de estupefacientes, adicciones a los distintos tipos de sustancias y problemas de exclusión social, entre otros.

<sup>28</sup> MEGÍAS QUIRÓS [et al.]. (Op. Cit.).

<sup>29</sup> PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS. Guía de buenas prácticas para medios de comunicación y profesionales de la información. En: [www.pnsd.msc.es/prensa/BuenasPracticas.htm](http://www.pnsd.msc.es/prensa/BuenasPracticas.htm)

### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Intoxicación de jóvenes por consumir éxtasis líquido*
- *Fracaso escolar, drogadicción, alcoholismo*
- *Adolescentes enganchados*

En menor medida se han identificado noticias sobre la intervención institucional en este ámbito de la drogadicción y sus problemas entre los/as jóvenes: especialmente ofreciendo información sobre campañas y programas de concienciación y de intervención. Desde la citada guía de buenas prácticas se señala la cantidad de voces autorizadas existentes en nuestro país para poder informar sobre este asunto. *“En el caso de las drogodependencias, se calcula que en España hay cerca de 400.000 personas con acceso a fuentes directas de información sobre esta materia: trabajadores sociales, educadores, psicólogos, médicos, familiares de drogodependientes y afectados, terapeutas, etc. Este grupo apenas constituye el 1% de la población. Para el 99% restante de los ciudadanos, los medios de comunicación constituyen la principal, cuando no la única, fuente de información sobre el consumo de drogas, por lo que su capacidad de influencia en las actitudes de la población es determinante, llegando incluso a condicionar el quehacer diario de los profesionales que trabajan en este campo, pacientes y familiares”.*

### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Campaña “Bicicletas contra las drogas”*
- *Caravana contra las drogas*

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre toxicomanía.

1. Situación drogodependencias juveniles
2. Respuesta institucional pública

Las noticias sobre toxicomanía son mayoritariamente de ámbito nacional (40%), seguidas de las noticias autonómicas (33%) y locales (10%). Las drogas aparecen como un problema general o global del colectivo juvenil en nuestro país.

### Tráfico (2%)

Los accidentes de tráfico 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 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 en nuestro país y que uno de cada cuatro muertos en accidente de tráfico registrado en España sea menor de 25 años, cuando esta población representa sólo el 17% de los conductores.

#### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: TRÁFICO

	CASOS	% COL
TOTAL	9	100%
General	2	22%
Observatorio social	1	11%
Respuesta o intervención institucional privada	1	11%
Respuesta o intervención institucional pública	3	33%
Victimización y accidentes de tráfico	2	22%

Las informaciones sobre tráfico seleccionadas se refieren sobre todo a la respuesta de las instituciones públicas por medio de campañas de sensibilización.

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Un millar de jóvenes recibirá formación sobre el peligro de conducir ebrios*
- *Búho para los jóvenes granadinos*

En menor medida aparecen sucesos de victimización juvenil (casos de accidentes de tráfico en los que se ven involucradas personas jóvenes).

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre tráfico

1. Respuesta institucional pública
2. Victimización juvenil (accidentes)

*No obstante, uno de los detalles que ha resultado chocante en esta investigación es la escasa importancia que conceden los medios a la asociación juventud y accidentes de tráfico. Sobre todo cuando tras esa asociación de factores se producen todos los fines de semana un sinfín de víctimas (muertos, heridos, familias destrozadas....).*

### B) 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 y se presenta como un modelo para la utilización del tiempo libre.

Dentro de nuestra investigación 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. Esto nos lleva a plantear, ¿es ésta una estrategia de control social? y también si se muestra como modelo al joven que protesta contra esa situación.

Para los medios el universo juvenil es sinónimo de modelo de consumo. También se han observado casos en que determinadas estrategias de consumo se muestran como hábitos de ocio saludables, frente a otras prácticas consideradas *perjudiciales* como el botellón. 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 del uso de productos específicos para jóvenes (tarjetas de descuento, hipotecas jóvenes...).

#### Economía y consumo (6%)

Las noticias sobre economía y consumo 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).

#### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: ECONOMÍA Y CONSUMO

	CASOS	% COL
TOTAL	31	100%
Consumo	3	10%
Observatorio social	2	6%
Respuesta o intervención institucional privada	16	52%
Respuesta o intervención institucional pública	10	32%

### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Caja Madrid lanza un nuevo depósito de vivienda para jóvenes de entre 18 y 30 años*
- *Las entidades financieras tienen gran interés por captar y mantener a los clientes más jóvenes.*
- *La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía da a conocer las bases del concurso de Ideas de Negocio del programa -Emprendejuven 4-*

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre Economía y consumo.

1. Respuesta institucional privada.
2. Respuesta institucional pública

Las noticias sobre economía y consumo se refieren sobre todo a acontecimientos locales (47%), seguidas de las noticias nacionales (31%) y autonómicas (22%).

### Estilos de vida (2%)

La principal temática de las noticias sobre estilos de vida se refiere al conflicto entre actores (violencia entre jóvenes, bandas juveniles, problemas de inmigración, etc.).

### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Polémica en Madrid por tema de bandas latinas juveniles*
- *Madrid no va a legalizar a los Latin Kings como se ha hecho en Cataluña*

#### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: ESTILOS DE VIDA

	CASOS	% COL
TOTAL	12	100%
Conflicto entre actores	9	75%
Observatorio social	1	8%
Respuesta o intervención institucional pública	2	17%

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre estilos de vida.

1. Conflicto entre actores

Las nuevas realidades sociales asociadas a los cambios de nuestro entorno (inmigración, nuevas formas de convivencia...), más allá de su carácter juvenil, son abordadas por los medios destacando los sucesos delictivos que parecen amenazar nuestras formas tradicionales de convivencia.

### Información y tecnología (2%)

Los medios de comunicación conceden muy poca importancia a los acontecimientos juveniles que tienen que ver con la información y tecnología. Sin embargo, desde el Plan de Juventud 2005-2008 del Injuve, se apuntaba la importancia estratégica de este campo en el desarrollo social en general y en el juvenil en particular. Las actividades de ocio relacionadas con el uso de las nuevas tecnologías de manejo y adquisición de información en el hogar, han ido adquiriendo un protagonismo creciente entre las preferencias de los/as jóvenes españoles/as: el uso del ordenador y los videojuegos (sobre todo por los varones) aparecen como actividades de preferencia de los jóvenes.

### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA

	CASOS	% COL
TOTAL	12	100%
Observatorio social	4	33%
Respuesta o intervención institucional pública	3	25%
TIC, consumos culturales, brecha digital	5	42%

Las noticias sobre información y tecnología aparecidas en los medios se ocupan principalmente de acontecimientos sobre los usos y consumos culturales de las TIC (Internet, videojuegos, la brecha digital, nuevas aplicaciones, etc.).

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Las nuevas tecnologías se acercan a los jóvenes*
- *Juventudes Socialistas utilizarán Internet y sms para elaborar su programa electoral*
- *Se lanza web dirigida a universitarios, graduados y estudiantes de formación profesional*

En menor medida han aparecido noticias sobre estudios y encuestas acerca de la situación y usos que hacen los jóvenes de las TIC y sobre la respuesta institucional pública a través de campañas y programas.

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *El 62% de los jóvenes internautas descarga música por la Red*
- *La mitad de los jóvenes tienen una consola que en promedio puede costar 250 euros*
- *Realización de Jornadas sobre juventud e Internet en Galicia*

Los jóvenes realizan diferentes y variadas gestiones en Internet dándole a dicha actividad un sentido práctico. Lo mismo bajan música, que compran entradas para el cine, reservan billetes para los viajes o buscan documentación para sus trabajos o estudios.

Navegar por Internet y sentirse participe de ese mundo virtual, en el cual se puede encontrar de todo en cualquier parte, sigue siendo uno de los atractivos más importantes de esta tecnología de la comunicación. La búsqueda de información o documentación es la actividad más realizada por los jóvenes en Internet.

Sin embargo, llama la atención que aunque este tipo de noticias toma cada vez más importancia como un tipo de práctica social y de consumo importante, casi no se analiza el hecho de la brecha digital existente en cuanto a la disponibilidad de las nuevas tecnologías por parte de la gente joven. En 2004, más de la tercera parte de los jóvenes (37%), no disponía para su uso personal ni familiar de un ordenador. Así mismo, llamaba la atención que más de la mitad de los jóvenes (58%) no disponían de ningún tipo de conexión a Internet<sup>30</sup>.

*Este tipo de resultados y la escasa importancia que se le da a divulgar la respuesta institucional pública, da cuenta de la tendencia general en la sociedad a presentar el tema de las nuevas tecnologías como una cuestión de avance y desarrollo que va de la mano con el consumo, ignorando las implicaciones sociales en cuanto al uso que se hace de estas herramientas.*

<sup>30</sup> *Juventud en Cifras INJUVE 2004.*

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre información y tecnología.

1. Usos información y tecnología (TIC)
2. Observatorio social (estudios, datos, encuestas)
3. Respuesta institucional pública

La información seleccionada sobre información y tecnología corresponde sobre todo a acontecimientos nacionales (50%), seguidos de los autonómicos (29%) y los locales (14%).

### Ocio y tiempo libre (9%)

El ocio y tiempo libre 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 las 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.

#### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: OCIO Y TIEMPO LIBRE

	CASOS	% COL
TOTAL	49	100%
General	2	4%
Observatorio social	1	2%
Respuesta o intervención institucional pública	46	94%

La práctica totalidad 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.).

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Quince jóvenes participan en el Taller de Graffiti*
- *El Ayuntamiento de Oviedo organiza el programa de ocio alternativo para jóvenes -La noche es tuya... y el día también-*
- *La Concejalía de Servicios Sociales del Ayuntamiento de Piélagos pone en marcha la novena edición del programa de ocio alternativo para jóvenes denominado -Sábado abierto a...-*
- *El Ayuntamiento de Los Corrales de Buelna pondrá en marcha un programa alternativo para la noche de los jóvenes de 14 a 30 años*

De nuevo resulta un tanto contradictoria la visión que ofrecen los medios de comunicación en torno al papel de las instituciones públicas en este ámbito, con respecto a la realidad social del ocio juvenil. En el citado Plan de Juventud 2005-2008 se apunta un modelo de ocio juvenil “*excesivamente pautado y constreñido a unos espacios concretos destinados a las actividades de diversión. Dichos espacios se circunscriben básicamente a lugares cerrados y privados en los que el ocio se limita casi exclusivamente al consumo (...). En este sentido, la falta de iniciativas de ocio, de espacios culturales y deportivos, donde desarrollar otro tipo de ocio más enriquecedor y variado, se relaciona con la falta de infraestructuras (locales, transportes, etc.) y espacios donde poner en marcha este tipo de iniciativas*”.

Aunque también se mencionan en dicho documento las iniciativas de ocio alternativo que con más frecuencia se han venido poniendo en marcha por instituciones públicas (sobre todo desde los Ayuntamientos). Sin embargo dichas actuaciones han concluido en fracaso en muchos

casos, debido principalmente al desconocimiento de las necesidades reales del ocio de los jóvenes, a la falta de dotación de medios e infraestructuras, y al rechazo de los propios jóvenes, que ven en dichas iniciativas un tipo de ocio dirigido y controlado al que rehuyen.

Las noticias sobre ocio y tiempo libre se circunscriben sobre todo al ámbito local (70%), y en menor medida autonómico (20%) y nacional (9%). El carácter localista de la información sobre las actividades de ocio juvenil, refleja el apego que tienen los jóvenes en nuestro país por disfrutar de su ocio en los espacios más cercanos.

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre ocio y tiempo libre

#### 1. Respuesta institucional pública

Respecto al tipo de respuestas institucionales públicas, sería importante analizar si éstas tienen en cuenta que para los jóvenes españoles prima la importancia de la socialización en espacios abiertos y de vida nocturna. Según las cifras del Injuve, el porcentaje de los que salen de noche duplica a los que no lo hacen, 68% y 32% respectivamente<sup>31</sup>.

### C) Área de formación (8%) [Formación]

Las cuestiones relacionadas con la formación reglada y el sistema educativo han ido adquiriendo cada vez una mayor importancia entre la juventud en nuestro país. Los aspectos relativos a la propia formación aparecen como un elemento considerado esencial por la mayor parte de los jóvenes a la hora de evaluar sus expectativas de futuro.

#### Formación (8%)

La mayor parte de las noticias seleccionadas por los medios relativas a la formación tratan también sobre la intervención de las instituciones en el fomento y la promoción de la formación (especialmente la reglada). Y es mucho menos frecuente encontrar noticias que informen sobre la situación y la investigación en materia de formación, a través de estudios e investigaciones sobre la situación juvenil en este aspecto.

##### Ejemplos (titulares de noticias)

- *La propuesta de reforma universitaria que ha presentado el Ministerio de Educación tiene entre sus objetivos impulsar la movilidad de los estudiantes por Europa*
- *El Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada (Cevug) ha organizado un curso -virtual- para analizar las identidades juveniles y las políticas públicas*
- *Se realiza la Semana de la Ciencia en todos los campus de la Universidad de Castilla La Mancha*

Esta visión mediática de la juventud y su formación sí parece estar en mayor consonancia con la preocupación que muestra una buena parte del colectivo juvenil por los estudios en general, como una preocupación en su horizonte existencial. Concretamente, les preocupan cuestiones relacionadas con la formación reglada y el sistema educativo: aprobar o suspender, el fracaso escolar, poder elegir carrera, el abandono escolar por falta de medios, la formación para el empleo, etc.

Las noticias sobre formación se refieren sobre todo a acontecimientos locales (51%), seguidas de las noticias nacionales (26%) y autonómicas o regionales (23%).

---

<sup>31</sup> INJUVE. Juventud en cifras 2004.

**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: FORMACIÓN**

	CASOS	% COL
TOTAL	42	100%
General	4	10%
Observatorio social	8	19%
Respuesta o intervención institucional privada	3	7%
Respuesta o intervención institucional pública	22	52%
Situación y problemas educativos	5	12%

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre formación:

1. Respuesta institucional pública
2. Observatorio social (estudios, encuestas, datos sobre la formación juvenil)

*Los medios siguen construyendo un discurso casi exclusivamente institucional sobre la formación de los jóvenes, centrándose únicamente en los estudios reglados o educación formal. Sin embargo existe otro tipo de formación que es la denominada no formal o no reglada. La falta de reconocimiento social (en este caso mediático) de las capacidades y conocimientos profesionales adquiridos a través de este tipo de educación, impide que los jóvenes opten por estas posibilidades formativas de contrastada eficacia en ámbitos como el ocio y tiempo libre, el medio ambiente, etc.*

**D) Área de emancipación: empleo y vivienda (17%) [Empleo + Vivienda]****Empleo (7%)**

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 grupos de mayor edad, especialmente para quienes tienen entre 25 y 29 años.

**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: EMPLEO**

	CASOS	% COL
TOTAL	39	100%
Desempleo, paro juvenil	5	13%
General	1	3%
Marco jurídico, Reformas laborales	1	3%
Observatorio social	2	5%
Respuesta o intervención institucional privada	1	3%
Respuesta o intervención institucional pública	12	31%
Situación empleo juvenil	17	44%

Las informaciones recogidas por los medios relativas a este tema se centran especialmente en la situación y características del empleo juvenil (con especial mención al desempleo y a la precariedad laboral, los salarios, contratos, etc.).

### Ejemplos (titulares de noticias)

- *El paro descende entre los jóvenes españoles*
- *Movilidad de los jóvenes por ofertas de empleo*
- *Precariedad laboral de los jóvenes de Salamanca*
- *Precariedad laboral de las mujeres jóvenes*

También es importante el número de noticias sobre la intervención institucional pública en este ámbito de la promoción y fomento del empleo juvenil.

### Ejemplos (titulares de noticias)

- *CC.OO. propone utilizar la negociación colectiva para elevar los salarios más bajos, sobre todo de los colectivos de mil euristas que además de los inmigrantes son jóvenes y mujeres*
- *Reforma de ley para impulsar el empleo juvenil en España*
- *Proyecto para empleo de jóvenes de Ceuta*

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.

En torno a dos de cada tres de los primeros empleos que realizan los jóvenes están regulados por contratos temporales (de prácticas, por obra, estacional, etc.). Esta temporalidad parece responder a una situación estructural del mercado laboral en nuestro país, ya que no depende del sexo ni de la edad de los jóvenes<sup>32</sup>.

Las noticias sobre empleo se refieren sobre todo a acontecimientos locales (39%), seguidas de las noticias nacionales (29%) y autonómicas (15%).

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre empleo

1. Situación y características del empleo juvenil
2. Respuesta institucional pública

Los medios parecen ofrecer una visión ajustada, aunque muy general, entre la preocupación juvenil por el empleo y la situación real de los jóvenes en este ámbito, así como de las respuestas institucionales ante esa realidad que se producen en nuestro entorno.

*Los jóvenes suelen aparecer en los medios como un colectivo con especiales dificultades en su relación con el empleo, aunque quizás ese sea un tópico que habría que matizar ya que en muchos casos se trata de un colectivo en formación, y no es sólo la juventud sino ésta en relación con otras variables las que implican una mayor vulnerabilidad: mujeres jóvenes, inmigrantes jóvenes, discapacitados jóvenes... El tratamiento de forma excesivamente general del problema del empleo por parte de los medios, no permite observar cuáles son las claves que explicarían estos importantes desajustes entre jóvenes y empleo.*

### Vivienda (10%)

El tema de la emancipación familiar es una de las principales preocupaciones personales de los jóvenes. El deseo de emancipación se ha ido incrementando entre el colectivo juvenil en los últi-

<sup>32</sup> INJUVE. Juventud en cifras 2004.

mos años, si bien, las dificultades para constituir un hogar propio se constatan en que “la mayor parte de los jóvenes (51%) entre los 18 y los 34 años vive en el domicilio familiar, un 42% afirma hacerlo en su propia casa (comprada o alquilada) y un 5% vive compartiendo piso con amigos o compañeros”<sup>33</sup>.

Las cuestiones relacionadas con la vivienda suponen una de las grandes preocupaciones entre el colectivo de los/as jóvenes españoles/as. Dicha preocupación se acentúa a medida que aumenta la edad de los jóvenes, siendo especialmente reseñado por el grupo de los jóvenes adultos (25-29 años).

**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: VIVIENDA**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	53	100%
General	9	17%
Observatorio social	8	15%
Respuesta o intervención institucional privada	1	2%
Respuesta o intervención institucional pública	35	66%

La mayor parte de las noticias sobre vivienda seleccionadas por los medios en esta investigación, hacen referencia a la respuesta de las instituciones públicas ante este grave problema social y todavía más acuciante entre el colectivo juvenil. El grueso de noticias trata sobre la actuación en materia de vivienda de las diferentes instituciones públicas (nacionales y autonómicas): políticas públicas de vivienda, ayudas para jóvenes, etc.

**Ejemplos (titulares de noticias)**

- *Promesa de un verdadero plan de vivienda joven*
- *Propuestas de empleo y vivienda para los jóvenes*
- *Programa de vivienda dirigido a los colectivos más desfavorecidos*
- *Servicio Municipal de Buenavista del Norte (Canarias) ayuda a 20 jóvenes a encontrar su primer hogar*
- *Sorteo de 42 viviendas del Plan Joven - Collado de Villalba*

También aparece un número de noticias que aunque no es demasiado numeroso si que merece reseñarse. Se trata de noticias sobre estudios, encuestas y datos sobre la problemática de la vivienda entre los jóvenes.

**Ejemplos (titulares de noticias)**

- *Estudio sobre el nivel de endeudamiento de los jóvenes por la vivienda*
- *Los pisos en Madrid, aún más arriba de las nubes*
- *Datos sobre el porcentaje salarial de los jóvenes destinado a la vivienda*

Resulta curioso constatar que los medios de comunicación se hacen eco con bastante frecuencia de la intervención de las instituciones públicas en materia de vivienda, cuando la realidad es que dicha intervención es más bien escasa, eso siendo generosos en la apreciación. Como se apuntaba en el plan de juventud 2005-2008, “La inaccesibilidad económica de los y las jóvenes al mercado de la vivienda, (en alquiler y mucho más en propiedad), supone un grave obstáculo en los procesos de emancipación juveniles en nuestro país. La falta de viviendas a precios asequibles y la escasa oferta de viviendas sociales, unida a la precariedad del empleo

<sup>33</sup> Informe anual jóvenes 2006. Injuve. <http://zeus/injuve/contenidos.item.action?id=409080779&menuId=1627100828>

*juvenil, está suponiendo que un número importante de jóvenes se vean obligados a prorrogar el periodo de emancipación hasta más allá de la treintena”.*

Sin embargo, y a pesar de la citada escasa oferta institucional en materia de vivienda, todos recordamos la imagen de un matrimonio joven abrazándose entusiasmado al conocer el resultado de un sorteo que les hace beneficiarios de una vivienda de protección oficial.

Frente a esta preocupación juvenil, el papel de los medios en muchos casos se limita 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. Al tratar este tema, los medios presentan como natural que esta responsabilidad social del estado se le traspase completamente al joven.

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre vivienda

1. Respuesta institucional pública (políticas de vivienda).
2. Observatorio social (estudios, encuestas, datos sobre la situación de la vivienda).

Las noticias sobre temática de vivienda son mayoritariamente de ámbito regional (57%), local (23%) y nacional (20%).

*El tratamiento de las noticias sobre vivienda y juventud es abordado desde una perspectiva institucional que resalta la naturaleza aparentemente endémica del problema ante un colectivo mostrado de forma homogénea. El uso de estudios y encuestas (generalmente institucionales) refuerza esa tendencia a mostrar el tema como un problema del que nadie es responsable.*

## **F) 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 nuestros jóvenes y su canalización a través de asociaciones y organizaciones.

En la consulta que se realizó entre los jóvenes para la elaboración del Plan de Juventud 2005-2008, se apuntaban algunas propuestas y demandas juveniles en este ámbito: mayor protagonismo social de los jóvenes, cambios desde los poderes públicos (especialmente desde los organismos locales) en cuanto al fomento de la participación, creación de redes, ...

### **Solidaridad y voluntariado (3%)**

Aunque las cuestiones relacionadas con la participación social no se encuentran actualmente entre las principales preocupaciones de la juventud española, sí que existe una demanda social juvenil creciente que aboga por fomentar la participación como fórmula de canalizar la intervención en la sociedad.

El tratamiento informativo de estas noticias parece apuntar en esa dirección; desde los medios no se concede excesiva importancia (reflejada en el espacio y tiempo informativos) a estos acontecimientos juveniles.

**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO**

	CASOS	% COL
TOTAL	15	100%
Observatorio social	1	7%
Participación y voluntariado	7	47%
Respuesta o intervención institucional privada	1	7%
Respuesta o intervención institucional pública	6	40%

Las noticias que abordan dicha temática se refieren en similar proporción a la participación y el voluntariado juvenil y a las campañas y programas que se promueven desde las instituciones públicas sobre estas temáticas.

**Ejemplos (titulares de noticias)**

- *Voluntariado en el sector vivienda. -Adecantamiento, pintura y limpieza de 50 viviendas en mal estado-*
- *Reforestación en Galicia a cargo de jóvenes voluntarios*
- *El Programa Jóvenes Cooperantes da la oportunidad a 75 universitarios de desarrollar proyectos de lucha contra la pobreza y la marginación a nivel mundial*
- *Campaña para promover la participación social*

La espacialidad de las noticias sobre solidaridad y voluntariado se enmarcan en el ámbito autonómico (53%), y en menor medida en el ámbito local (29%) e internacional (12%).

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre solidaridad y voluntariado:

1. Solidaridad y voluntariado
2. Respuesta institucional pública

*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 supere los marcos institucionales de actuación y ofrezca espacios reales y virtuales considerados más flexibles. Estas nuevas formas de participación no tienen cabida en el discurso mediático juvenil.*

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

El tratamiento de temas relacionados con la convivencia y diversidad en el universo juvenil por parte de los medios, merece ser analizado con detenimiento debido a que *a priori* en muchos casos, los relatos de los medios tienden a transmitir una imagen de los jóvenes excesivamente homogeneizadora y estereotipada.

**Violencia (13%)**

Algunos de los comportamientos específicos asociados a la juventud, conllevan la aparición de conductas juveniles que se han identificado como factores de riesgo en cuanto a los procesos futuros de socialización de los jóvenes. Entre estos comportamientos transgresores es fre-

cuenta la inclusión del recurso a la violencia como manifestación identitaria especialmente en torno a las actividades del grupo o pandilla, aunque en los últimos tiempos han aparecido otro tipo de comportamientos violentos no considerados tradicionalmente juveniles (violencia de género).

**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: VIOLENCIA Y DELITOS**

	CASOS	% COL
TOTAL	71	100%
Conflicto entre actores	57	80%
Observatorio social	1	1%
Respuesta o intervención institucional pública	13	18%

En esta línea apuntan la gran mayoría de noticias de esta investigación clasificadas bajo el epígrafe de violencia y delitos. Los acontecimientos seleccionados por los medios remiten al conflicto entre actores juveniles: agresiones entre jóvenes, violencia en el entorno escolar, violencia de género entre jóvenes, etc.

**Ejemplos (titulares de noticias)**

- *Destrozos en la noche de Halloween*
- *Vandalismo en el Parque de Los Príncipes del Barrio de los Remedios - Sevilla*
- *Joven apuñala a otros jóvenes*
- *Adolescentes que pegan a sus profesores en las aulas*
- *Mujeres jóvenes víctimas de violencia de género*

Y en mucha menor medida aparecen noticias sobre la respuesta institucional pública ante el problema de la violencia a través de campañas y programas de prevención y actuación entre el colectivo juvenil.

**Ejemplos (titulares de noticias)**

- *Congreso sobre valores y familia*
- *Decreto de la Comunidad Valenciana para combatir la violencia juvenil*
- *Reforma de Ley del menor, incluye a menores de entre 14 y 18 años*

Las noticias sobre violencia seleccionadas en esta investigación se refieren a sucesos de carácter regional o autonómico (58%), seguidos de aquellos de ámbito nacional (40%).

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre violencia y delitos

1. Conflicto entre actores
2. Respuesta institucional pública

Como se apunta en la Revista de Juventud *Problemas emergentes en la salud mental de la juventud*<sup>34</sup>, la violencia escolar está aumentando en los últimos años, y también el reflejo en los medios: “*Si recurrimos a la base de datos del Diario El País y tecleamos “violencia escolar” nos encontramos con que desde que apareció en 1976, figuran 210 noticias o artículos relativos a la misma; en los últimos cinco años 140, en el último año (2005), aparecen 73 referencias; en los*

<sup>34</sup> GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, B. ; REGO RODRÍGUEZ, E. Problemas emergentes en la salud mental de la juventud. Madrid: Injuve, 2006.

últimos seis meses, 43, y en los últimos 30 días, 8 referencias. Estas cifras reflejan la importancia social creciente que va teniendo la violencia escolar en España”.

Los relatos de las noticias sobre violencia parecen corresponderse con la representación social juvenil del problema. La percepción de la violencia entre los jóvenes ha estado tradicionalmente asociada con los espacios de ocio y en los entornos más cercanos y públicos, “La mayoría de los jóvenes ... considera que la violencia está bastante o muy extendida en nuestra sociedad, pero esta percepción de la violencia es mayor para las chicas que para los chicos. Más de la mitad de los y las jóvenes afirma que la violencia está considerablemente extendida en los espacios dedicados al ocio. Un 17% de la muestra percibe mucha o bastante violencia en su entorno cercano (barrio, calle, ciudad o pueblo, etc.), aunque esta percepción tiende a desaparecer a medida que aumenta la edad de los y las jóvenes. Sin embargo, tan sólo un 6% percibe comportamientos violentos en el medio escolar, y prácticamente no perciben violencia en el entorno laboral y familiar”<sup>35</sup>.

Desde esta realidad, que se corresponde en buena medida con la imagen ofrecida en los medios, es desde la que deberían partir las campañas institucionales de prevención de la violencia. Se debería indagar en dicha percepción de la violencia como problema entre los propios jóvenes para intentar identificar las causas y posibles soluciones a estos problemas.

*Los medios de comunicación tienden a mostrar en sus noticias una asociación frecuente entre jóvenes y comportamientos violentos, en los ámbitos de ocio y de la escuela; y en los últimos tiempos también se han incluido algunos casos de violencia de género entre jóvenes.*

*La violencia aparece como un problema estructural de nuestra sociedad en la que las únicas aparentes soluciones vienen de la mano de las campañas y programas institucionales. Los relatos periodísticos no suelen incluir reflexiones críticas sobre las causas del problema, ni tampoco sobre como abordar las posibles soluciones.*

## Valores y ciudadanía (2%)

Los datos ofrecidos desde el observatorio de la juventud en España (Sondeos de opinión y situación de la gente joven) señalan como principales causas sociales por las que la juventud española está dispuesta a comprometerse, aquellas relacionadas con la paz y la solidaridad. Así mismo, aparecen otro tipo de cuestiones a las que los jóvenes también le conceden una gran importancia como son la protección del medio ambiente, la libertad individual y la lucha contra el racismo. Vuelven a ser las mujeres jóvenes quienes muestran un mayor nivel de compromiso por las causas sociales.

En cuanto a la valoración de las cuestiones cotidianas, la prioridad vital es el mantenimiento de unas buenas relaciones familiares. La armonía familiar es el principal referente existencial de los/as jóvenes españoles/as, seguido del disfrute de las relaciones con los amigos. También conceden mucha importancia en sus vidas a tener una vida sexual satisfactoria, a ganar dinero, a obtener un buen nivel de formación, a tener éxito y a vivir libremente sin pensar en el que dirán. Existen dos aspectos muy poco valorados por los jóvenes que son: el interés por las cuestiones políticas convencionales y la preocupación por los asuntos religiosos.

---

<sup>35</sup> Sondeo de opinión y situación de la gente joven. 2003 (2ª encuesta). Violencia, Inmigración, Teléfono móvil e Internet. Injuve. <http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.item.action?id=1369437060&menuId=1171614155>

### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: VALORES Y CIUDADANÍA

	CASOS	% COL
TOTAL	13	100%
Conflicto entre actores	2	15%
General	1	8%
Respuesta o intervención institucional pública	7	54%
Valores y normas, religión	3	23%

Las noticias relacionadas con valores y ciudadanía seleccionadas tratan sobre todo acerca de campañas institucionales y sobre valores, normas y religión.

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- Lanzamiento del FORO JOVEN para jóvenes entre 12 y 16 años.
- El Islam en la escuela
- Participación en el V Foro de la Asociación de Centros Autónomos de la Enseñanza
- Intercambio con jóvenes europeos

Los acontecimientos sobre valores y ciudadanía seleccionados pertenecen mayoritariamente al ámbito autonómico o regional (43%) y en menor medida al ámbito local (29%) y nacional (21%).

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre valores y ciudadanía.

1. Respuesta institucional pública
2. Valores, normas y religión

Sin embargo, cuando se analiza el interés de los jóvenes por las cuestiones políticas se debe tener en cuenta que hablamos de las formas políticas *convencionales*. Además, las variables utilizadas en las encuestas sobre este tipo de temas representan posiciones límites como: mucho interés, bastante, poco o nada, y no se evalúa un interés moderado. De esta forma, se dice que al 76% de la población encuestada le interesa poco o nada este tema<sup>36</sup>.

*“La pérdida de confianza en el sistema político que revelan las encuestas, más las altas tasas de abstención en los tramos de edad entre los 18 y 25 años, muestran lo que se ha venido en denominar por parte de los estudiosos de la sociología y ciencia política la “crisis de representación” que hace que un número de jóvenes cada vez mayor se aleje de la política institucional y se acerque a las nuevas formas de participación basadas en el asociacionismo”. “Las asociaciones constituyen un observatorio idóneo para analizar cuáles son los recursos cívicos movilizados por los ciudadanos, y cuáles las virtudes cívicas que valoran”<sup>37</sup>.*

Los medios desconocen o ignoran la participación social de los jóvenes en nuestro país, donde son mayoría quienes afirman haber pertenecido o pertenecer a algún tipo de asociación (60%), lo que demuestra un importante nivel de interés por este tipo de formas que son representativas de la participación social. Estas consideraciones deberían ser tomadas en cuenta por los medios de comunicación para tratar de presentar una imagen más objetiva de los jóvenes en cuanto a su participación.

<sup>36</sup> INJUVE. Juventud en cifras 2004.

<sup>37</sup> INJUVE. Informe anual Jóvenes 2006. En: <http://zeus/injuve/contenidos.item.action?id=409080779&menuId=1627100828>

**La vinculación con el asociacionismo que tiene la población joven (15-29 años), por sexo y grupos de edades**

Porcentajes sobre el total de cada grupo de edades y sexo

Sexo y grupo de edades	VINCULACIÓN CON EL ASOCIACIONISMO			Base (N°)
	Perteneció actualmente	Ha pertenecido y ya no pertenece	Nunca ha pertenecido	
<b>AMBOS SEXOS</b>				
Total 15-29 años	37,0%	20,2%	42,8%	(1413)
De 15 a 19 años	42,4%	14,8%	42,8%	(432)
De 20 a 24 años	34,3%	23,8%	41,9%	(470)
De 25 a 29 años	35,0%	21,3%	43,7%	(511)
<b>VARONES</b>				
Total 15-29 años	40,6%	20,5%	39,0%	(752)
De 15 a 19 años	49,3%	12,4%	38,2%	(225)
De 20 a 24 años	37,0%	25,1%	37,9%	(243)
De 25 a 29 años	36,6%	22,9%	40,5%	(284)
<b>MUJERES</b>				
Total 15-29 años	33,0%	19,8%	47,1%	(661)
De 15 a 19 años	34,8%	17,4%	47,8%	(207)
De 20 a 24 años	31,3%	22,5%	46,3%	(227)
De 25 a 29 años	33,2%	19,4%	47,4%	(247)

Fuente: IBOPE. Sondeos de opinión y situación de la gente joven (1ª encuesta 2006)

*La escasa importancia que los medios parecen conceder a la información sobre valores y ciudadanía confirma o refuerza la ausencia de participación institucional de los jóvenes en la sociedad. 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.*

No quiere decir esto que el joven no sea una persona con conciencia política o no esté informado políticamente, quizás esta generación de jóvenes sea la más informada y a tiempo real de todos los acontecimientos políticos que ocurren tanto a nivel local, nacional o internacional. El problema es la falta de sintonía entre el funcionamiento de las organizaciones políticas y las nuevas formas de participación más personalizadas que demandan las nuevas generaciones.

### Inmigración (2%)

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

Esta importancia de los valores relacionados con el racismo y con la inmigración no parece tener demasiada correspondencia con la visión que ofrecen los medios sobre esta realidad social.

#### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: INMIGRACIÓN

	CASOS	% COL
TOTAL	8	100%
General	2	25%
Observatorio social	2	25%
Respuesta o intervención institucional pública	4	50%

La mayor parte de noticias se refiere a la respuesta institucional pública y al observatorio social sobre la inmigración (datos, estudios y encuestas).

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Formación profesional para jóvenes inmigrantes en León*
- *La Generalitat de Cataluña ofrece 20 plazas para recibir a menores inmigrantes provenientes de Centros de Menores de Canarias*
- *Datos de un estudio de la Fundación Hogar del Empleado sobre maltrato sufrido por compañeros*
- *Datos de una encuesta realizada por el BBVA: un 15% de los universitarios españoles no está de acuerdo con la inmigración.*

Las noticias sobre inmigración tratan sobre todo acontecimientos de carácter local (67%) y en menor medida se trata de noticias sobre sucesos de ámbito autonómico (22%) y nacional (11%). Este carácter local de la información sobre inmigración en los medios constata que se trata de una realidad cada vez más cercana; los acontecimientos no remiten a ámbitos nacionales o internacionales, sino que se producen en los entornos locales en los que se produce la convivencia con la población inmigrante.

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre inmigración

1. Respuesta institucional pública
2. Observatorio social (datos, estudios, encuestas)

La población extranjera en general y la joven extranjera en particular han ido aumentando paulatinamente en nuestro país en los últimos años. Los datos de la Revisión del Padrón de Habitantes de 2006 mostraban que en España de las 3.884.573 personas procedentes de otros países, 1.168.280 correspondían con jóvenes de entre 15 y 29 años, lo que representa el 30% del conjunto de la población extranjera.

*Llama la atención en este sentido el escaso tratamiento del tema de la inmigración juvenil por parte de los medios. No podemos saberlo con los datos recogidos para esta investigación, aunque la explicación bien podría venir por la disociación que los medios hacen de estas dos realidades: juventud e inmigración.*

La disociación en los medios de comunicación de los temas inmigración y juventud no parece la mejor forma de superar los prejuicios y estereotipos existentes sobre la inmigración y los inmigrantes. La percepción y las actitudes hacia este colectivo muy probablemente dependen en gran medida de las informaciones de los medios de comunicación y de cómo se *encuadra* la información sobre la inmigración en los medios informativos españoles. Por ello, resulta de especial importancia conocer cómo los medios de comunicación cubren la información sobre este tema, como primer paso para conocer la contribución de los medios a la formación de actitudes y percepciones sobre los inmigrantes”.<sup>38</sup>

La juventud en la mayoría de los estudios se muestra a favor de la tolerancia y la solidaridad, rechazan el racismo y la xenofobia, y se preocupan por el medio ambiente y la ecología. No obstante, al profundizar en la solidez de estos valores se detectan en algunos casos ciertos condicionamientos producidos por la moda o lo socialmente correcto.

<sup>38</sup> IGARTÚA, J.; MUÑIZ, C. y OTERO, J. A. “El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing”. En Revista Global Media Journal, vol. 3, n. 5, primavera 2006.

Los jóvenes se manifiestan a favor de integrar en la diversidad a los extranjeros de distintas razas y culturas, no manteniendo a priori posturas intolerantes hacia ellos. No obstante, en determinadas zonas donde el número de inmigrantes es muy abundante, se pueden dar entre perfiles concretos de jóvenes, actitudes xenófobas con los que vienen de otros países y son distintos a nosotros en cuanto a raza y cultura.

Asimismo, dentro de nuestra investigación, se observa que en las noticias relacionadas con inmigrantes, 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 en los medios es generalmente, para denunciar alguna conducta negativa. Este punto es interesante para analizar la poca representación que la comunidad inmigrante siente hacia los medios tradicionales de comunicación españoles.

Al mismo tiempo, dicha disociación mediática entre la juventud y la inmigración, parece alejarse de la realidad social de nuestro país, donde la especificidad de los jóvenes inmigrantes así como sus relaciones con los jóvenes españoles ofrece escenarios de actuación institucional para evitar problemas y conflictos emergentes en la actualidad.

### Relaciones familiares (2%)

En cuanto a la valoración de las cuestiones cotidianas, la prioridad vital de los jóvenes en nuestro país se concreta en el mantenimiento de unas buenas relaciones familiares. La armonía familiar es el principal referente existencial de los/as jóvenes españoles/as, seguido del disfrute de las relaciones con los amigos.

#### Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: RELACIONES FAMILIARES

	CASOS	% COL
TOTAL	7	100%
Conflicto entre individuos	4	57%
Observatorio social	1	14%
Respuesta o intervención institucional pública	2	29%

La mayor parte de noticias sobre relaciones familiares seleccionadas por los medios parece apuntar en otra dirección, ya que sobre todo aparecen noticias que remiten al conflicto entre actores en el seno familiar.

#### Ejemplos (titulares de noticias)

- *Crecimiento de las denuncias por maltrato de hijos a padres*
- *Según especialistas, la creciente vigilancia de adolescentes por parte de sus padres denota un fracaso en la labor educativa previa.*

Resulta especialmente divergente el tratamiento informativo de la información sobre relaciones familiares con respecto a la visión que tienen los propios jóvenes sobre este tipo de vínculos. *“En 2006, los aspectos afectivos y las relaciones interpersonales, se mantienen como las cuestiones más satisfactorias de los/as jóvenes que viven en España. El 96% de los entrevistados se muestra satisfecho (mucho o bastante) con su familia y el 94% con sus amigos”*.<sup>39</sup>

Las informaciones sobre relaciones familiares tratan acerca de cuestiones situadas espacialmente en el ámbito nacional (43%), seguida de las noticias de ámbito regional o autonómico (29%) y local (28%).

<sup>39</sup> INJUVE. Sondeo de opinión y situación de la gente joven (2006, 2ª encuesta). Percepción generacional, Valores y actitudes, Calidad de vida y Felicidad. En: <http://www.injuve.mtas.es/injuve>

Subcategorías temáticas más relevantes de las noticias sobre relaciones familiares

1. Conflicto entre actores

*A pesar del gran apego familiar de los jóvenes en nuestro país con respecto a sus familias de origen, y de la importancia de dichas relaciones familiares en los procesos de socialización juveniles: formación, emancipación, ocio, etc.; los medios no seleccionan acontecimientos que tengan que ver con dichas relaciones y cuando lo hacen, tienden a mostrar las desavenencias en el seno familiar, mucho más que las convergencias, que son la base real de la convivencia de la inmensa mayoría de jóvenes.*

#### 4.2.3. 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:

Respuesta institucional pública	Situación y realidad juvenil
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
Immigración	

1. **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.
2. **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.<sup>40</sup>

1. **Acontecimientos 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*”<sup>41</sup>.
2. **Acontecimientos 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 cotidianidad es modelar los impulsos y los deseos para que se acomoden a las normas éticas*”.<sup>42</sup>

<sup>40</sup> MARTÍN SERRANO, Manuel. La producción social de comunicación. (1ª ed.) Madrid: Alianza Editorial, 1986.

<sup>41</sup> MARTÍN SERRANO (Op. Cit.), p. 416.

<sup>42</sup> MARTÍN SERRANO (Op. Cit.), p. 416.

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

- 1. 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*<sup>43</sup>.

#### Ejemplos

- *Puesta en marcha de la Ley Antibotellón en Andalucía*
- *La ley que da cobertura jurídica a los alcaldes contra el botellón entrará en vigor en un mes*
- *Diputación de Barcelona trabaja en políticas educativas.*
- *Junta de Castilla y León concede subvención a ayuntamientos para financiar instalaciones juveniles.*
- *Convenio de la Concejalía de Juventud con distintos bancos para optar a hipotecas jóvenes.*
- *Creación de oficina de asesoramiento sobre emancipación juvenil*
- *Campaña para promover la participación social*
- *Campaña de tráfico para concienciar a los jóvenes sobre los accidentes*

Este discurso institucional coincide con la visión que se ofrece desde el estudio *Jóvenes en los medios* realizado por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), Obra Social de Caja Madrid y el INJUVE en 2007, y que se centra en la percepción que tienen los jóvenes de su representación mediática. Desde dicho estudio se afirma que, el tema juvenil aparece en los medios relacionado con problemáticas que exigen una atención inminente por parte de las instituciones, padres y demás responsables del control social. Esta característica hace que los receptores relacionen a los jóvenes como un colectivo sin mayores pretensiones y que se mueve dentro de cuestiones irrelevantes relacionadas con el ocio. De esta manera, sus problemas reales como el trabajo y la vivienda pierden peso dentro de las demandas del conjunto general de la sociedad.

*A partir del análisis de la información noticiosa se observa que el reflejo del mundo sociopolítico juvenil se construye en torno al discurso institucional (especialmente de las instituciones públicas), reforzando el papel del Estado como controlador del marco regulador juvenil.*

<sup>43</sup> MARTÍN SERRANO (Op. Cit.), p. 423.

- 2. 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. Esta comunicación a propósito de la cotidianeidad, 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”.*<sup>44</sup>

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.

#### **Ejemplos**

- *Mujeres jóvenes víctimas de violencia de género.*
- *Muerte por anorexia de joven en Brasil*
- *Condiciones de precariedad laboral de los jóvenes*
- *El 56% de los jóvenes riojanos cobra menos del salario mínimo*
- *Trastornos juveniles por violencia intrafamiliar.*
- *Adolescentes agraden a profesores en las aulas*
- *Adolescentes enganchados a la droga*
- *Usos abusivos de las TIC por parte de los jóvenes españoles*

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.

*La producción de las referencias del mundo cotidiano de los jóvenes se construye desde los medios en la mayor parte de los casos con una marcada visión negativa, donde predomina el suceso (conflicto entre actores y situaciones de riesgo); en este caso la situación relativa al empleo se aborda generalmente desde la perspectiva negativa que ofrece el paro y la precariedad laboral.*

<sup>44</sup> MARTÍN SERRANO (Op. Cit.), p. 425.

### MUNDO SOCIOPOLÍTICO

Marcos normativos y axiológicos juveniles  
Botellón  
Vivienda  
Ocio y tiempo libre  
Formación  
Economía y consumo  
Valores y ciudadanía  
Tráfico

### MUNDO VIDA COTIDIANA

Situación y realidades juveniles (prácticas sociales)  
Inmigración  
Violencia  
Empleo  
Toxicomanía  
Salud  
Información y tecnología  
Estilos de vida  
Relaciones familiares

En cuanto al ámbito del medio en relación con el tema agrupado se observa que:

- Los medios nacionales seleccionan sobre todo noticias relativas a convivencia y diversidad (29%) y a hábitos de vida saludable (28%).
- Los medios autonómicos y regionales prevalecen las noticias sobre acontecimientos relativos a hábitos de vida saludable (33%), a ocio y cultura (20%) y a emancipación (18%).
- Los medios locales se centran especialmente en acontecimientos relacionados con los hábitos de vida saludable (26%), el ocio y cultura (22%) y la convivencia y diversidad (19%).

*Con independencia del ámbito geográfico, tanto los medios nacionales, regionales o locales seleccionan sobre todo noticias relacionadas con hábitos de vida saludable.*

#### TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según ÁMBITO DEL MEDIO

% verticales	TOTAL	Ámbito		
		Nacional	Regional	Local
BASE	(547)	(112)	(408)	(27)
Emancipación	17%	17%	18%	11%
Participación	3%	3%	3%	4%
Convivencia y diversidad	18%	29%	15%	19%
Habitos Vida Saludable y M.Ambiente	31%	28%	33%	26%
Ocio, Cultura, T.Libre	19%	16%	20%	22%
Formación	8%	6%	8%	11%
Otros	4%	2%	4%	7%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

#### 4.2.4. 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.

El análisis del tratamiento negativo de la información de los medios ha sido abordado por autores como Van Dijk<sup>45</sup>, aplicándolo especialmente al análisis de la información periodística sobre inmigración. El análisis que plantea dicho autor sobre los inmigrantes y la inmigración nos pareció que cumplía ciertos paralelismos con el tratamiento que los medios llevaban a cabo en nuestro país cuando abordaban las cuestiones sobre los jóvenes y la juventud.

Igartúa y Muñiz aplican los trabajos de Van Dijk al estudio de la inmigración en la prensa española, y apuntan que “los medios fomentan la creación de un especie de correlación ilusoria, al

asociar a las minorías étnicas con acontecimientos de carácter negativo a través de una “*estrategia discursiva*” establecida en tres etapas: (a) se realiza la polarización entre “nosotros” y “ellos” (b) se mantiene una predilección por una variedad de “problemas” de los cuales son acusados los inmigrantes (culpabilización de la víctima), y finalmente, (c) los medios toman predilección por un pequeño conjunto de temas negativos (planteando la inmigración como invasión, ataque o amenaza ...)<sup>46</sup>.

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.

1. **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, asegurarse de que la reproducción social se realice adecuadamente*”<sup>47</sup>.

En los relatos de los medios las referencias a la juventud y a los jóvenes son constantes (Ej. la juventud española, jóvenes cooperantes, joven de 23 años, jóvenes agresores o jóvenes agredidos, etc.). Estas menciones o referencias aparecen para diferenciar y acotar claramente el colectivo del que se trata y el universo al que remiten los acontecimientos, con respecto al universo adulto, que generalmente no aparece mencionado como un colectivo diferenciado, aunque en los relatos subyace implícitamente, en muchas ocasiones por oposición, como un universo delimitado.

Ese mundo adulto aparece reforzado por el discurso mediático institucional. Los relatos de los medios sobre el funcionamiento de las instituciones en nuestra sociedad, enfatizan sobre la estabilidad y la confianza que dichas instituciones generan como instancias necesarias de la vertebración social. Es frecuente que frente a este discurso normalizado y normalizador del funcionamiento social adulto se oponga un discurso que afianza la visión de inestabilidad de la juventud. “*Este discurso manifiesta una preocupación porque la juventud no cumpla el papel que está llamada a desempeñar en su etapa adulta. Temor a los excesos hedonistas (sexo, drogas), a la falta de valores apropiados desde la moral adulta dominante, a la desimplicación en lo público. Pero este discurso sirve también para mantener a la juventud en una práctica minoría de edad: no están preparados para las responsabilidades adultas, no pueden ser aceptados como actores sociales plenos. Gil Calvo<sup>48</sup> se ha referido a algo parecido con la expresión «doble vínculo», pues mientras se les exige responsabilidades a los jóvenes, se les deniega la posibilidad de que las contraigan*”<sup>49</sup>.

*Los relatos de los medios de comunicación refuerzan la estabilidad del mundo adulto, reflejado en el funcionamiento institucional, al mismo tiempo que afianzan la inestabilidad del mundo juvenil.*

<sup>45</sup> VAN DIJK, T. A. Racismo y análisis crítico de los medios. Barcelona: Paidós, 1997 y VAN DIJK, T. A. Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina. Barcelona: Gedisa, 2003.

<sup>46</sup> IGARTÚA, J. J. ; MUÑIZ, C. “Encadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y la televisión españolas”. En Zer, n. 16, 2004

<sup>47</sup> REVILLA CASTRO, Juan Carlos. “La construcción discursiva de la juventud”. En Papers, n. 63/64, 2001.

<sup>48</sup> GIL CALVO, Enrique. Ocio y prácticas culturales de los jóvenes. Madrid: Injuve, 1985.

<sup>49</sup> REVILLA CASTRO (Op. Cit.).

**2. 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.

**Ejemplos:**

- *Realización de botellón entre los jóvenes.*
- *Consumos de drogas.*
- *Agresiones entre jóvenes en espacios de ocio*

Frente a esta visión culpabilizadora, existen otros discursos sociales que cuentan con menor reflejo en los medios de comunicación. Son aquellos que conciben la juventud como producto histórico y social. Esta visión juvenil muestra a los jóvenes de cada generación como un producto de la sociedad en la que viven, los problemas sociales aparecen reflejados sobre todo en la época juvenil. *“Así, se desresponsabiliza a los jóvenes de las caracterizaciones negativas que circulan sobre ellos, si bien no se niegan. Es ésta una de las estrategias que utilizan los jóvenes en su discurso cotidiano para desmarcarse del estereotipo negativo que sufren como categoría social, lo que da idea de la extensión de su circulación social (Revilla, 1998). Pero este discurso convierte también a los jóvenes en sujetos necesitados de ayuda, protección o educación. Si no tienen responsabilidad sobre cómo son y lo que les pasa, serán los adultos los que habrán de intervenir cambiando la sociedad, pero sobre todo cambiando a los propios jóvenes (intervención social, programas de juventud, etc.)”<sup>50</sup>.*

Como se apunta desde el estudio *Los jóvenes en los medios*<sup>51</sup>, los relatos sobre determinados problemas no son tratados como consecuencias de cambios sociales actuales, como el hecho de que los jóvenes comienzan antes y peor preparados a enfrentarse con los riesgos; sino que se buscan responsables y se censura desde esta óptica.

*Los relatos de los medios muestran con frecuencia a la juventud como responsable y culpable de su precaria situación, obviando las condiciones históricas y sociales causantes de dicha precariedad.*

**3. 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.

**Ejemplos:**

- *Drogadicción y toxicomanías: consumo excesivo de alcohol y de sustancias prohibidas entre los jóvenes.*
- *Violencia: Agresiones entre jóvenes en espacios de ocio*

<sup>50</sup> REVILLA CASTRO (Op. Cit.).

<sup>51</sup> MEGÍAS QUIRÓS, Ignacio y RODRÍGUEZ SAN JULIÁN, Elena. Jóvenes en los medios. Madrid: FAD; Obra Social de Caja Madrid; INJUVE. 2007.

- *Tráfico: Accidentes juveniles por imprudencias*
- *Salud: Enfermedades psicosociales relacionadas con la alimentación.*

El análisis de la información aparecida en los medios de comunicación muestra que la selección y el tratamiento temático y referencial de determinados acontecimientos juveniles vienen a reforzar la representación de la juventud subordinada al mundo de los adultos. “*Este discurso enfatiza las relaciones de poder, desiguales, entre jóvenes y adultos. Esto coloca a los primeros en una posición subordinada con la expectativa de unos beneficios futuros*<sup>52</sup>. Según Bourdieu<sup>53</sup> y Sagrera, se trata de la discriminación del grupo dominante adulto para proteger sus privilegios frente a las nuevas generaciones, y así se agravará en periodos donde hay mayor número de jóvenes y menor de adultos. En momentos como éste, aumenta la progresiva marginación de la juventud (Cembrano, 1986), pues el grupo dominado pierde su capacidad de acceder a los bienes”<sup>54</sup>.

Desde el citado Informe *jóvenes en los medios* también se apunta en esta dirección de la subordinación de los jóvenes ante el mundo de los adultos, en cuanto al tratamiento temático de las cuestiones juveniles.

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<sup>55</sup>.

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

El análisis del tratamiento informativo de los sucesos juveniles ha sido abordado también desde la teoría del encuadre (framing)<sup>56</sup>. Dicho enfoque pone 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. Encuadrar “*es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más prominentes en un texto comunicativo, de manera que promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones causales, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito*”.<sup>57</sup>

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>58</sup>.

<sup>52</sup> GONZÁLEZ BLASCO [et al.] *Jóvenes españoles 2000*. Madrid: Acento, 2000, p. 14.

<sup>53</sup> MARTÍN CRIADO, Enrique. *Producir la juventud*. Madrid: Istmo. 1998, 382p. ISBN 84-7090-312-8.

<sup>54</sup> REVILLA CASTRO (Op. Cit.).

<sup>55</sup> MEGÍAS QUIRÓS; RODRÍGUEZ SAN JULIÁN (Op. Cit.).

<sup>56</sup> Desde esta teoría, se conciben las noticias como la representación de un hecho que depende de determinado enfoque o encuadre (frame), concepto utilizado por diferentes estudiosos de los medios de comunicación desde los años 70. Igartúa y Muñiz señalan las características 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>57</sup> IGARTÚA; MUÑIZ (Op. Cit.).

<sup>58</sup> SEMETKO, H.; VALKENBURG, P. “Framing European Politics: a content analysis of press and television news”. En *Journal of Communication*, 2000, n. 50, (2), p. 93-109. Estos autores 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.

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. “*Los medios asumen un rol evaluativo, que juzga sobre qué sector de la sociedad recae la responsabilidad de los desordenes juveniles*”<sup>59</sup>. Durante la exploración inicial de las noticias se observaba la atribución de responsabilidad que los medios otorgan a los diferentes actores sociales (escuela, padres, gobierno). En especial, llama la atención que los medios han tomado partida del discurso actual sobre el papel de la familia como agente de control y armonía social, o de lo que Martín Serrano denomina “*el papel cada vez más importante en la estabilidad colectiva*”.

#### Encuadre noticioso

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
a) atribución de responsabilidad, donde responsabilidad y posible solución es atribuida a un gobierno, individuo o institución	337	62%
b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones	34	6%
c) interés humano con el que se “dramatiza” o “emociona” la información	86	16%
d) moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales	22	4%
e) consecuencias económicas, presentándolo en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente	51	9%
f) ninguna de las anteriores	17	3%

Los acontecimientos juveniles en cuanto a su encuadre noticioso también parecen variar en función de los diferentes medios:

- La prensa selecciona sobre todo acontecimientos juveniles relacionados con la atribución de responsabilidad institucional (69%); noticias de consecuencias económicas (11%), de interés humano (10%) y sobre conflicto entre individuos (7%).
- En la radio también priman las noticias sobre atribución de responsabilidad institucional (63%), seguidas de las noticias de interés humano (26%).
- La televisión elige como acontecimientos juveniles, aquellos de interés humano (35%), seguidos por las noticias sobre atribución de responsabilidad institucional (20%) y las noticias sobre moralidad y religión (14%).

*En cuanto al encuadre noticioso, la prensa y la radio seleccionan sobre todo acontecimientos de responsabilidad institucional, mientras que la televisión trata más frecuentemente noticias juveniles de interés humano.*

<sup>59</sup> MEGÍAS QUIRÓS; RODRÍGUEZ SAN JULIÁN (Op. Cit.).

### ENCUADRE NOTICIOSO según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
a) atribución de responsabilidad	62%	69%	63%	20%
b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones	6%	7%	3%	6%
c) interés humano ...	16%	10%	26%	35%
d) moralidad	4%	3%	1%	14%
e) consecuencias económicas	9%	11%	4%	9%
f) ninguna de las anteriores	3%	1%	3%	16%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

El análisis temático del encuadre noticioso ofrece información que refuerza la visión del mensaje institucional. En las noticias sobre la gran mayoría de temas predomina una visión institucional de atribución de responsabilidades donde se apuntan las posibles soluciones y la atribución de las mismas a los gobiernos, instituciones, etc.

<b>Botellón</b>	Atribución de responsabilidades
<b>Economía y consumo</b>	Consecuencias económicas
<b>Empleo</b>	Interés humano
<b>Estilos de vida</b>	Interés humano
<b>Formación</b>	Atribución de responsabilidades
<b>General</b>	Atribución de responsabilidades
<b>Información y tecnología</b>	Atribución de responsabilidades
<b>Inmigración</b>	Atribución de responsabilidades e Interés humano
<b>Ocio y tiempo libre</b>	Atribución de responsabilidades
<b>Relaciones familiares</b>	Atribución de responsabilidades
<b>Salud</b>	Atribución de responsabilidades e Interés humano
<b>Solidaridad y voluntariado</b>	Atribución de responsabilidades
<b>Toxicomanía</b>	Atribución de responsabilidades
<b>Tráfico</b>	Atribución de responsabilidades
<b>Valores y ciudadanía</b>	Atribución de responsabilidades
<b>Violencia y delitos</b>	Atribución de responsabilidades
<b>Vivienda</b>	Atribución de responsabilidades

#### 4.2.6. La evaluación de las noticias juveniles

Entre el análisis que se ha llevado a cabo en esta investigación sobre la selección de noticias acerca de la juventud se recogió la evaluación de las mismas en torno a las categorías positivo, neutro y negativo.

Los resultados permiten afirmar que la mayor parte las noticias recogidas sobre jóvenes tienen un carácter positivo (48%), aunque las noticias negativas suponen un importante número (38%). Las noticias calificadas como neutras (ni positivas ni negativas) representan el 14%.

#### Evaluación de la noticia

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
NEGATIVO	209	38%
NEUTRO	67	14%
POSITIVO	261	48%

La evaluación de las noticias por temas ofrece información especialmente interesante sobre la selección de información por parte de los medios de comunicación.

- Las noticias negativas aparecen con mayor frecuencia (más del 50% de los casos) asociadas a temas como violencia y delitos, botellón, toxicomanía, estilos de vida, relaciones familiares y salud.
- Las noticias positivas aparecen especialmente entre los temas de ocio y tiempo libre, también de solidaridad y voluntariado y de economía y consumo. Así mismo, son valoradas positivamente aunque en menor medida las noticias de valores y ciudadanía, de formación, de información y tecnología, de empleo y de vivienda.

En cuanto a la evaluación de las noticias por la agrupación de temas encontramos diferencias en el tratamiento informativo entre unas y otras temáticas.

Las noticias positivas predominan en aquellas pertenecientes a participación (93% de casos), a ocio, cultura y tiempo libre (83% de casos), a formación (67%) y a emancipación (55%).

Las noticias evaluadas negativamente corresponden en mayor proporción a las noticias de hábitos de vida saludable (61%) y de convivencia y diversidad (59%).

#### EVALUACIÓN DE LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA

% horizontales	BASE	Evaluación			TOTAL
		NEGATIVO	NEUTRO	POSITIVO	
TOTAL	(547)	38%	14%	48%	100%
BOTELLÓN	(105)	64%	14%	22%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(31)	6%	6%	87%	100%
EMPLEO	(39)	41%	15%	44%	100%
ESTILOS DE VIDA	(12)	42%	33%	25%	100%
FORMACIÓN	(42)	14%	19%	67%	100%
GENERAL	(20)		30%	70%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(12)	17%	17%	67%	100%
INMIGRACIÓN	(8)	38%		63%	100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(49)		2%	98%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(7)	43%	14%	43%	100%
SALUD	(21)	67%	5%	29%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(15)		7%	93%	100%
TOXICOMANÍA	(37)	59%	8%	32%	100%
TRÁFICO	(9)	22%	11%	67%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(13)	23%	15%	62%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(71)	69%	25%	6%	100%
VIVIENDA	(56)	27%	11%	63%	100%

*Las noticias seleccionadas relativas a temáticas de participación y de ocio, cultura y tiempo libre son presentadas mayoritariamente de forma positiva. Mientras que las noticias sobre hábitos de vida saludable y sobre convivencia y diversidad aparecen tratadas negativamente.*

### EVALUACIÓN DE LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)

% horizontales	BASE	Evaluación			TOTAL
		NEGATIVO	NEUTRO	POSITIVO	
TOTAL	(547)	38%	14%	48%	100%
Emancipación	(95)	33%	13%	55%	100%
Participación	(15)		7%	93%	100%
Convivencia y diversidad	(99)	59%	21%	20%	100%
Habitos Vida Saludable y M.Ambiente	(172)	61%	12%	27%	100%
Ocio, Cultura, T.Libre	(104)	9%	9%	83%	100%
Formación	(42)	14%	19%	67%	100%
Otros	(20)		30%	70%	100%

Conviene recoger la visión que los propios jóvenes ofrecen sobre el tratamiento informativo de su mundo en los medios de comunicación analizado en el informe de Jóvenes en los Medios. Los problemas relacionados con el mundo juvenil son presentados en numerosas ocasiones de forma alarmante y transgresora del buen funcionamiento social. En este tema, señalan la preocupación que les genera la visión que dan los medios, al presentar *“las diferentes problemáticas como resultado de la relación inmadura que tienen los jóvenes con los contextos y factores de riesgo”*. Además, se observa la tendencia a generalizar los estereotipos referidos a lo malo, *“motivo por el cual los jóvenes dicen sentirse más “señalados” que “tratados” en los medios”*<sup>60</sup>.

#### 4.3. 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.).

Estos productos llegan a los receptores, quienes seleccionan determinados datos de entre los que se les ofrecen; los relacionan con otros datos procedentes de otras fuentes o de sus experiencias personales, creándose unas representaciones subjetivas de los acontecimientos.

De la selección y tratamiento que los mediadores lleven a cabo con los datos de referencia dependerá el contenido informativo de las noticias, y por ende, las representaciones que se pongan al servicio de la audiencia sobre determinados acontecimientos.

Ante el repertorio inabarcable de información que se puede obtener de todo acontecer, los mediadores (empresas periodísticas y periodistas) eligen aquella que consideran que mejor responde a sus intereses y necesidades y a los intereses y necesidades sociales.

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.
- Análisis de la temporalidad en que transcurren los acontecimientos noticiosos.
- Análisis de los personajes que participan en los acontecimientos juveniles.
- Análisis de las acciones que desempeñan los personajes en los relatos noticiosos.

<sup>60</sup> MEGÍAS QUIRÓS; RODRÍGUEZ SAN JULIÁN (Op. Cit.).

### 4.3.1. Análisis de la espacialidad

Bajo este epígrafe se incluyeron tres variables (preguntas del cuestionario) que hacían referencia a los espacios en los que se desarrollan los acontecimientos juveniles incluidos en las noticias.

La selección de acontecimientos de la que hemos venido dando cuenta por parte de los medios, implica la elección de unos acontecimientos juveniles que se desarrollan en unos espacios más generales o más concretos. De la selección de unos acontecimientos espaciales en detrimento de otros se deduce una u otra visión de la realidad juvenil.

El estudio de las referencias a la espacialidad que se ha llevado a cabo en esta investigación se ha planteado en un doble sentido:

- El estudio de los espacios públicos y privados en los que se desarrollan las noticias sobre jóvenes.
- El estudio del ámbito territorial y espacial concreto en el que se sitúan los acontecimientos en los que participa la juventud.

La inmensa mayoría de las noticias seleccionadas sobre los jóvenes para esta investigación se desarrollan en el ámbito público (86%), un 10% tienen un ámbito indeterminado y tan sólo un 3% remiten a una especialidad privada.

**Espacialidad del acontecer**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
Público	16	3%
Privado	477	87%
Indeterminado	54	10%

Esta espacialidad pública de los acontecimientos juveniles, refuerza el discurso social sobre la juventud, ofreciendo una visión más pública que privada de las actividades que realizan los jóvenes. Los medios tienden a seleccionar como objetos de referencia aquellos hechos que se producen en la esfera pública del desenvolvimiento social juvenil (procesos de socialización)

#### A) Ámbito del acontecer

En cuanto al ámbito del acontecer se observa un marcado carácter localista de la información seleccionada por los medios sobre los jóvenes. Los acontecimientos locales (43%) y regionales (29%) predominan sobre los nacionales (25%) e internacionales (4%).

**Ámbito del acontecer**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
Internacional	18	3%
Nacional	131	24%
Regional	158	29%
Local	240	44%

### ÁMBITO DEL ACONTECER según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
Internacional	3%	2%	2%	10%
Nacional	24%	18%	43%	30%
Regional	29%	27%	28%	42%
Local	44%	53%	28%	17%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

*Marcado carácter público y localista de la información mediática sobre la juventud. 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.*

Esta visión mediática de la juventud coincide con la visión localista que tienen los propios jóvenes sobre su existencia; como se apuntaba ya en el Informe de Juventud 2000, la juventud española se identifica mayoritariamente con su pueblo o ciudad y en menor medida con su comunidad autónoma o región. La identificación nacional es mucho menor, siendo muy escasos los jóvenes que se sienten concernidos en ámbitos internacionales o transnacionales (ciudadanos europeos, ciudadanos del mundo).

#### B) Ámbito concreto

Permitía determinar el espacio concreto en el que se desarrollaban los acontecimientos seleccionados. Se recogió como una pregunta semi-abierta, es decir, en principio las respuestas son libres, pero cada término que se añade pasa a formar parte de un listado de posibles respuestas que sirve como base para los sucesivos cuestionarios.

Con esta pregunta se ha tratado tanto de recoger los espacios geográficos (pueblos, ciudades, regiones o países), como los espacios concretos en los que se desarrollan las informaciones sobre los jóvenes.

En cuanto al ámbito concreto donde se desarrollan los acontecimientos juveniles seleccionados por los medios, los resultados vienen a reforzar el carácter localista de la información sobre los jóvenes. Las noticias seleccionadas por los medios mayoritariamente se sitúan en su ámbito espacial concreto (75%), siendo menos habitual hacer referencia al espacio geográfico (ciudad, comunidad autónoma, país...) en el que se desarrollan (25%).

ÁMBITO GEOGRÁFICO  
(pueblo, ciudad, país...)  
74%

ÁMBITO ESPACIAL CONCRETO  
(calle, institución, hogar...)  
25%

### Ámbito concreto

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
Centros culturales, educativos o de ocio	137	25%
Centros médicos, hospitalarios o de rehabilitación	6	1%
Colectivos	32	6%
Entorno laboral y empresarial	16	3%
Espacios abiertos	62	11%
Genérico	36	7%
Hogar	78	14%
Instituciones públicas	42	8%
No consta o no queda claro	6	1%
Ubicación geográfica específica	132	24%

Las noticias seleccionadas que se desarrollan en espacios concretos se sitúan especialmente en centros educativos, culturales y de ocio (25%), en el entorno del hogar (15%), en el entorno de las organizaciones sociales, como asociaciones, ONGs (13%); y en espacios abiertos, especialmente lugares urbanos como las calles, plazas, parques, etc. (12%).

Esta ubicación espacial viene a corroborar el carácter público que tienen las noticias sobre juventud. La inmensa mayoría de casos se sitúan en el ámbito público (geográfico, institucional, espacial...), siendo mucho menos frecuentes las noticias que se refieren al ámbito privado del hogar.

ÁMBITO PÚBLICO  
(geográfico, institucional, espacial)  
84%

ÁMBITO PRIVADO  
(hogar)  
15%

GRUPOS SECUNDARIOS Y DE LAS INSTITUCIONES

GRUPOS PRIMARIOS DE SOCIALIZACIÓN

**ÁMBITO PRIMARIO DE SOCIALIZACIÓN:** Los temas que tienen un carácter privado corresponden en mayor medida a los acontecimientos que se producen en el ámbito primario de socialización, donde priman las relaciones en el seno del hogar (relaciones familiares y las actividades relacionales y autónomas de manejo y adquisición de información) y los comportamientos de riesgo (salud, violencia y toxicomanía).

**ÁMBITO DE GRUPOS SECUNDARIOS Y DE LAS INSTITUCIONES:** Los temas de carácter público remiten a informaciones relativas a los grupos secundarios de socialización juvenil y a las instituciones. Se centran en las cuestiones económicas juveniles (vivienda, economía y consumo) y sociales (formación, valores y ciudadanía, inmigración y tráfico).

*En este sentido, la mayoritaria selección temática de los acontecimientos juveniles ubicados espacialmente en el ámbito público e institucional, confirma el estereotipo del discurso social predominante sobre juventud: emancipación, estudios, empleo, ocio...*

La especialidad de las noticias sobre juventud también varía en función de los medios:

- La prensa selecciona en mayor proporción noticias de carácter local (52%), seguidas de las noticias sobre acontecimientos regionales o autonómicos (27%) y de aquellas que se desarrollan o remiten al ámbito nacional (16%).
- Las noticias aparecidas en radio tratan en mayor medida sobre acontecimientos nacionales (40%) y menos frecuentemente sobre cuestiones regionales o autonómicas (30%) y locales (25%).

- La televisión selecciona sobre todo acontecimientos juveniles regionales o autonómicos (48%) seguidos de los nacionales (29%), locales (14%) e internacionales (7%).

*La prensa ofrece una visión más localista de la juventud, seleccionando en mayor medida acontecimientos juveniles que se circunscriben al ámbito cercano (local); mientras que la radio y la televisión abordan espacialmente más cuestiones autonómicas y nacionales. La televisión es el único medio que ha seleccionado noticias juveniles de carácter internacional.*

#### ÁMBITO DE LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
General	3%	2%	5%	1%
Internacional	3%	2%	1%	7%
Nacional	22%	16%	40%	29%
Autonómico	30%	27%	30%	48%
Local	42%	52%	25%	14%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

En cuanto a la espacialidad pública o privada de los acontecimientos en los distintos medios, no se aprecian diferencias significativas en su tratamiento por parte de la radio, la prensa y la televisión. Se puede mencionar que en todos los casos predomina la selección de acontecimientos ubicados espacialmente en la esfera pública (entre ocho y nueve de cada diez casos). Aunque no son muy numerosas, en la prensa aparecen más noticias que se desarrollan en el ámbito privado (4%) que en la radio y televisión, donde aparecen más noticias ubicadas en ámbitos indeterminados.

#### ESPACIALIDAD DEL ACONTECER según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
Público	3%	4%	1%	
Privado	87%	86%	89%	88%
Indeterminado	10%	10%	10%	12%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

#### 4.3.2. Análisis de la temporalidad

EL estudio de la temporalidad de los objetos de referencia que son expresados en los relatos de las noticias sobre jóvenes se ha llevado a cabo mediante el análisis de su "historicidad".

La ubicación temporal de los relatos no sólo ofrece información sobre el tiempo, sino que también aporta información sobre visiones retrospectivas que hablan de las causas y sobre posibles consecuencias o proyecciones de los acontecimientos.

Ha sido analizada atendiendo a los siguientes criterios:

Pasado  
 Pasado/Presente  
 Pasado/Presente/Futuro  
 Presente  
 Presente/Futuro  
 Futuro

La construcción de la referencia relativa a la temporalidad de las noticias seleccionadas ofrece un modelo mediador que selecciona especialmente acontecimientos ubicados en el presente (35%), (la lógica de los productos comunicativos noticiosos, suelen situarse en un plano temporal muy arraigado al presente).

#### Temporalidad del acontecer

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
Pasado	5	1%
Pasado - Presente	77	14%
Pasado - Presente - Futuro	87	16%
Presente	194	35%
Presente - Futuro	178	33%
Futuro	6	1%

Cuando aparecen noticias con referencias al pasado (retrospectiva) y al futuro (prospectiva), suelen relacionarse con el presente inmediato: las informaciones con referencias al pasado/presente suponen el 16% y las que se sitúan en presente/futuro suponen el 32%. Las noticias que ofrecen una visión temporal completa (pasado/presente/futuro) representan el 16%.

De estos datos se pueden extraer algunas consideraciones.

- Esta visión presentista de la información sobre juventud es fiel reflejo del “ambiente juvenil” donde cuenta el presente y no tanto el pasado o el futuro. Tradicionalmente, la juventud transcurre asociada a contextos en los que se busca lo nuevo y lo imprevisto. Las experiencias se evalúan por su intensidad y no tanto por su proyección futura o por sus antecedentes pasados.
- El carácter presentista de los acontecimientos en los que se ve inmersa la juventud ofrece una visión parcial de dichos sucesos. La falta de referencias al pasado (a las causas de la información en última instancia) en la mayor parte de las noticias (69%) supone una descontextualización del acontecimiento con respecto a su proceso temporal e histórico. Esto supone, sobre todo en cuanto a las noticias sobre determinados temas, el refuerzo de una visión incompleta de los acontecimientos en los que participan los jóvenes, lo que afectará sin duda a las representaciones que confeccionan las audiencias sobre dichos sucesos.
- En cuanto a la proyección futura de los acontecimientos juveniles seleccionados por los medios, son relativamente más frecuentes (el 48% de los noticias ofrecen referencias futuras). Esta visión futura de los acontecimientos juveniles entronca con el discurso social de la juventud como agente de cambio social (Ortega y Gasset y Mannheim), donde se muestra a la juventud como la encargada de aportar las innovaciones al integrarse en la estructura social futura. Este discurso excesivamente idealista tiende a proyectar en los jóvenes los deseos y anhelos de la sociedad.
- La información referida al tema juvenil que se presenta en los medios, obedece al modelo de producto informativo que busca vender de forma ágil e inmediata. Esta hipótesis parte de la presunción de que los medios periodísticos valoran la información en función de su peso mediático, generando una opinión de forma improvisada, que luego la gente asume como juicios de valor propios.

*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.*

En el análisis de la temporalidad de las noticias atendiendo a los distintos medios en los que aparecen encontramos que:

- La prensa cuando selecciona acontecimientos noticiosos sobre juventud suele ubicarlos temporalmente en presente (34%) y en el presente/futuro (33%). Las noticias con referencias al pasado/presente (15%) y aquellas con visión temporal completa (pasado/presente/futuro) (16%) resultan menos frecuentes.
- La radio es el medio que ofrece en mayor proporción que el resto de medios noticias situadas temporalmente en el presente (49%), seguidas de las noticias temporales presente/futuro (30%). Las noticias con referencias al pasado/presente y al pasado presente/futuro representan alrededor del 10% respectivamente.
- Las referencias temporales en las noticias de televisión corresponden sobre todo a noticias sobre presente/futuro (31%), seguidas de las noticias presentes (28%).

*Las noticias que ofrecen una visión temporal más completa, con referencias al pasado (causas) al presente (hechos) y al futuro (consecuencias), son las noticias juveniles que aparecen en televisión. La radio por el contrario ofrece una visión más presentista de la información juvenil, lo que refuerza una visión muy descontextualizada y sesgada con respecto a las causas y a las consecuencias.*

#### TEMPORALIDAD DEL ACONTECER según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
Pasado	1%	1%	1%	
Pasado - Presente	14%	15%	11%	14%
Pasado - Presente - Futuro	16%	16%	9%	25%
Presente	35%	33%	50%	28%
Presente - Futuro	33%	33%	30%	33%
Futuro	1%	2%		
TOTAL	100%	100%	100%	100%

### 4.3.3. Análisis de los personajes

El bloque de análisis relativo a los personajes contempla una serie de cuestiones con las que se pretende indagar, tanto en las características sociodemográficas de los personajes que aparecen en la noticia, como en la función y actividad que se les asignan en los relatos de los acontecimientos en los que participan.

En nuestra investigación, para el estudio de los personajes se ha considerado pertinente situar el análisis en torno a los ejes Institucional/Particular y Juvenil/No juvenil, para intentar ver el papel que juegan las instituciones y los jóvenes en los acontecimientos juveniles narrados en las noticias.

En un primer apartado se recogió información acerca de las características sociológicas de todos los personajes intervinientes o referenciados en la noticia, tanto los pertenecientes al

colectivo juvenil como los de otras edades y como los diversos personajes institucionales. Para facilitar el análisis, en el campo *Nombre del personaje* se incluyó también su cargo o función representativa cuando actuaba como portavoz de algún colectivo o institución.

#### A) Número de personajes que intervienen en la noticia

El número de personajes participantes en las noticias sobre juventud permitía conocer como los mediadores confeccionan las referencias sobre los acontecimientos juveniles.

**Nº personajes que intervienen en la noticia**

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
Ninguno	14	3%
Uno	197	36%
Dos	164	30%
Tres	85	16%
Cuatro	42	8%
Cinco	23	4%
Seis o más	22	4%

Los medios de comunicación elaboran la mayor parte de las noticias acerca de la juventud incluyendo de uno a tres personajes (75% de los casos), siendo menos frecuente que en dichos acontecimientos se seleccionen entre cuatro y cinco personajes (13%). Las noticias sobre juventud que incluyen seis o más personajes suponen alrededor del 8%.

*Los relatos de los acontecimientos juveniles en los medios de comunicación se elaboran mayoritariamente incluyendo la participación de entre uno y tres personajes; los relatos noticiosos sobre juventud no parecen poner el énfasis tanto en el número de personajes que participan, como en los propios acontecimientos seleccionados.*

#### B) Categoría del personaje

La mayor parte de los personajes de las noticias sobre jóvenes recogidas en esta investigación corresponden a instituciones públicas y sus representantes (33%) y a personajes jóvenes (23%).

Las instituciones juveniles y sus representantes representan el 9% de los personajes, seguidos de las instituciones y organizaciones sociales (8%), de las instituciones de observatorio social y estudios de opinión (7%), de las instituciones educativas y culturales (6%), de las instituciones privadas y empresariales (6%), de los personajes humanos no jóvenes o indeterminados (4%), de los cuerpos de seguridad (2%) y de los medios de comunicación (1%).

### Personajes mencionados en la noticia

	CASOS	% COL
TOTAL	1240	100,0%
a) Instituciones públicas	418	33,7%
b) Instituciones privadas y empresariales	66	5,3%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	80	6,5%
d) Instituciones y organizaciones sociales	97	7,8%
e) Observatorio social, instits. Estudios de opinión, etc.	93	7,5%
f) Cuerpos de seguridad	26	2,1%
g) Medios de comunicación	14	1,1%
h) Instituciones juveniles	118	9,5%
i) Personajes jóvenes	283	22,8%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	45	3,6%

Observando las diferentes categorías de personajes, estos se pueden agrupar en torno a dos categorías más generales de acuerdo a su distinta naturaleza: Los personajes institucionales y los personajes particulares (individuales e indeterminados)

PERSONAJES INSTITUCIONALES  
(instituciones y sus representantes)  
73%

PERSONAJES PARTICULARES  
(jóvenes y no jóvenes)  
26%

*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.*

La construcción de los relatos juveniles en lo relativo a los personajes sigue marcada por la visión institucional (sobre todo de las instituciones públicas) y por los discursos de sus representantes; por el discurso sociopolítico, "*Los Agentes que son objeto de atención preferente proceden de quienes por su función institucional, tienen a su cargo la acción o la representación de las organizaciones formales: actores tales como los políticos, los funcionarios...*"<sup>61</sup>. Los personajes juveniles, que debieran ser los propios protagonistas de los acontecimientos que se relatan sobre la juventud, quedan enmarcados en un segundo plano.

También, la propia naturaleza de las noticias apunta en este sentido, según Tuchman, la noticia "*es ante todo una institución social. En segundo término, la noticia es una aliada de las instituciones legitimadas. Y en tercer término, la noticia es localizada, recogida y diseminada por profesionales que trabajan en organizaciones, de tal manera que es inevitable un producto de los informadores que actúan dentro de procesos institucionales y de conformidad con prácticas institucionales*"<sup>62</sup>.

Para constatar este alejamiento del discurso mediático juvenil de la propia realidad de los jóvenes, se pueden agrupar los personajes en dos categorías que permitan clasificar los personajes en torno al eje juvenil/No juvenil.

PERSONAJES INSTITUCIONALES Y  
NO JÓVENES  
66%

PERSONAJES JÓVENES Y SUS  
INSTITUCIONES  
33%

<sup>61</sup> MARTÍN SERRANO, M. (Op. Cit.), p. 424.

<sup>62</sup> TUCHMAN, G. (Op. cit.), p. 13.

De esta forma se observa que la mayoría de los personajes incluidos en las noticias sobre jóvenes no pertenecen al ámbito juvenil (61%), frente al 29% de personajes propiamente juveniles.

*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).*

**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Tema principal de la noticia							TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	
TOTAL	(1240)	15%	3%	21%	27%	22%	8%	4%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	18%	3%	17%	35%	16%	6%	6%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	11%	5%	5%	6%	73%	2%		100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	(80)	6%	4%	24%	19%	19%	29%		100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	5%	8%	23%	35%	16%	8%	4%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	13%		29%	37%	6%	14%	1%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)			31%	62%	8%			100%
g) Medios de comunicación	(14)			43%	14%	14%	29%		100%
h) Instituciones juveniles	(118)	9%	4%	4%	9%	55%	3%	14%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	23%	3%	26%	21%	18%	7%	1%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	7%		47%	22%	13%	9%	2%	100%

- 1 Emancipación
- 2 Participación
- 3 Convivencia y diversidad

- 4 Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente
- 5 Ocio, Cultura, T. Libre

- 6 Formación
- 7 Otros

**B.1) Personajes institucionales (73%)**

La mayor parte de los personajes (tres de cada cuatro casos) incluidos en los relatos de las noticias sobre jóvenes tienen un carácter institucional; se trata de representantes e instituciones, públicas en su mayor parte, que ayudan a construir la referencias informativas sobre la realidad juvenil en los medios.

**Instituciones públicas (34%)**

En cuanto a los personajes que forman parte de los relatos sobre los acontecimientos juveniles seleccionados por los medios, destacan especialmente las instituciones públicas (34%). Estos personajes corresponden sobre todo a instituciones locales (ayuntamientos y sus representantes) y regionales (Comunidades Autónomas y sus representantes).

**Detalle del personaje: a) Instituciones públicas**

	CASOS	% COL
TOTAL	418	100,0%
Gobierno nacional	34	8,1%
Com. Autónomas	109	26,1%
Instituciones provinciales	8	1,9%
Ayuntamientos y sus representantes	147	35,2%
Representación institucional	87	20,8%
Otros organismos públicos	19	4,5%
General	14	3,3%

El papel de las instituciones públicas en los relatos sobre acontecimientos juveniles es mayoritariamente de protagonista (47%) y en menor medida de controlador de quienes hacen o padecen (31%) y de cooperante.

### Instituciones sociales (8%)

Otros personajes institucionales son las instituciones sociales (8%), como las asociaciones y movimientos que sirven para vertebrar la comunidad (asociaciones de vecinos, de defensa de consumidores y ciudadanos, ONGs, de Jóvenes empresarios...).

**Detalle del personaje: d) Instituciones y organizaciones sociales**

	CASOS	% COL
TOTAL	97	100,0%
Asociaciones	73	75,3%
General u Otros	24	24,7%

Las organizaciones como las asociaciones también aparecen con más frecuencia en las noticias relacionadas con Hábitos de vida saludable, Ocio y Convivencia y diversidad.

Las instituciones sociales que aparecen en los acontecimientos juveniles, representadas sobre todo por asociaciones juegan mayoritariamente un papel protagonista (47%); siendo menos frecuente que aparezcan controlando las acciones (24%) o como cooperantes de los protagonistas (23%).

Las organizaciones sociales y sus representantes suelen aparecer realizando trabajos expresivos, acciones comunicativas (58%). Y en menor medida aparecen realizando acciones ejecutivas (42%).

### Instituciones educativas y culturales (7%)

Las instituciones educativas y culturales y sus representantes constituyen el 6% de los personajes aparecidos en las noticias seleccionadas. Se trata sobre todo de instituciones de educación reglada (representantes de colegios, institutos, universidades...).

**Detalle del personaje: c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes**

	CASOS	% COL
TOTAL	80	100,0%
Instituciones educativas	60	75,0%
Instituciones culturales	16	20,0%
General u Otros	4	5,0%

Las instituciones educativas son personajes que se relacionan más habitualmente con los acontecimientos de Formación, de Ocio y de Hábitos de vida saludable.

Dichas instituciones generalmente aparecen como controladoras de las acciones de los protagonistas (43%). También pueden aparecer como protagonistas (27%) y como cooperantes (24%).

Las instituciones educativas en los acontecimientos juveniles son mencionadas por aquello que hacen (60%), más que por aquello que dicen (40%).

### Instituciones juveniles (10%)

Las instituciones juveniles y sus representantes suponen también el 9% de los personajes. Los representantes de los Consejos de Juventud (Nacional y Locales) y de los Institutos de la juventud (nacional y regionales) son quienes componen este colectivo.

**Detalle del personaje: h) Instituciones juveniles**

	CASOS	% COL
TOTAL	118	100,0%
Consejos de juventud	15	12,7%
Secciones o áreas de Juventud (Aytos, CC.AA., ...)	54	45,8%
Institutos de la juventud	17	14,4%
Asociaciones o bandas juveniles	17	14,4%
General u Otros	15	12,7%

La participación de estas instituciones es mayoritaria en los relatos de ocio y tiempo libre.

En los relatos periodísticos, dichas organizaciones juveniles cumplen el papel de controladores de quienes hacen o padecen (60%) y en menor medida pueden aparecer como protagonistas de los acontecimientos juveniles.

Las organizaciones juveniles aparecen en los relatos realizando acciones ejecutivas (69%) y en menor medida realizando acciones expresivas (31%).

### Instituciones u observatorios de opinión (8%)

Los institutos de opinión (públicos o privados) suponen un 5% de los personajes de las noticias juveniles. La mayor parte corresponden a especialistas en sociología de la juventud y en menor medida a instituciones públicas como el CIS, el INE, el Injuve o universidades. Aparecen generalmente como fuentes cualificadas de opinión, ofreciendo datos que contextualizan o ayudan a contextualizar las diversas realidades juveniles.

**Detalle del personaje: "e) Observatorio social, instits estudios opinión,**

	CASOS	% COL
TOTAL	93	100,0%
Públicas	16	17,2%
Privadas	2	2,2%
Especialistas investigadores	70	75,3%
General u Otros	5	5,4%

Las instituciones que son observatorios de opinión aparecen como personajes más frecuentes en las noticias sobre Hábitos de vida saludable y Convivencia y Diversidad.

Las organizaciones que aparecen como fuentes de información (observatorio social) en los relatos juveniles de los medios aparecen sobre todo como protagonistas de los acontecimientos relatados (38%), como controladores (32%) y como cooperante de los protagonistas (28%).

Suelen llevar a cabo acciones expresivas (65%) en mucha mayor medida que acciones ejecutivas (35%).

### Instituciones privadas (5%)

Las organizaciones y empresas privadas representan 5% de los personajes de las noticias sobre jóvenes. La mayoría corresponden a instituciones financieras: bancos y sus fundaciones; y en menor proporción a empresas privadas.

#### Detalle del personaje: b) Instituciones privadas y empresariales

	CASOS	% COL
TOTAL	66	100,0%
Empresas	20	30,3%
Instituciones financieras y sus fundaciones	44	66,7%
General u Otros	2	3,0%

Las organizaciones privadas son personajes frecuentes de los relatos relativos al Ocio y tiempo libre.

Las empresas privadas suelen aparecer como controladores de quines hacen o padecen determinadas actividades en los relatos (60%) y en menor medida cooperantes (18%) y como protagonistas (17%).

Aparecen en los relatos desempeñando ligeramente más acciones ejecutivas (53%) que acciones expresivas (46%).

#### Cuerpos de seguridad (2%)

Los cuerpos de seguridad públicos y sus representantes (policías, guardias civiles...) suponen tan sólo el 2% de personajes incluidos en los relatos noticiosos juveniles.

#### Detalle del personaje: f) Cuerpos de seguridad

	CASOS	% COL
TOTAL	26	100,0%
Seguridad pública	26	100,0%

La policía suele aparecer como personaje de los relatos juveniles que tienen que ver con Hábitos de vida saludable.

Los cuerpos de seguridad cuando aparecen en los relatos sobre acontecimientos juveniles juegan especialmente un papel protagonista (50%). Siendo menos frecuente el rol de controladores (27%) y el de cooperantes (19%)

Desempeñan por igual acciones ejecutivas y expresivas.

#### Medios de comunicación (1%)

Las referencias a los medios de comunicación apenas representan un 1% de los personajes con los que se confeccionan las noticias sobre jóvenes.

#### Detalle del personaje: g) Medios de comunicación

	CASOS	% COL
TOTAL	14	100,0%
Internacionales	2	14,3%
Nacionales	12	85,7%

Las instituciones comunicativas suelen formar parte de las noticias acerca de Convivencia y diversidad y sobre Formación.

La mención a los medios de comunicación en las noticias sobre juventud suele aparecer asociada al rol de controladores de lo que sucede (56%). También pueden aparecer como protagonistas (31%). Desempeñan en mayor medida acciones comunicativas (69%) que ejecutivas (31%).

## B.2) Personajes particulares (26%)

En la construcción del relato noticioso aparece un 26% de personajes particulares, entre los que consideramos interesante distinguir entre aquellos que son personajes juveniles y los que no lo son.

### Personajes jóvenes (23%)

La mayor parte de los personajes particulares que aparecen en los relatos son personas jóvenes. De los cuales, la mayoría desempeñan papeles relacionados con su participación en conflictos entre actores (víctimas, agresores....).

Les siguen los personajes jóvenes con roles culturales (artistas sobre todo), educativos (estudiantes de secundaria y universitarios), laborales (trabajadores, parados...) y participativos (voluntarios).

**Detalle del personaje: i) Personajes jóvenes**

	CASOS	% COL
TOTAL	283	100,0%
Ámbito laboral	28	9,9%
Ámbito educativo	31	11,0%
Ámbito cultural	31	11,0%
Ámbito participación social	16	5,7%
Ambito de conflicto	83	29,3%
General u Otros	94	33,2%

Los personajes jóvenes suelen aparecer con más frecuencia en los temas de Convivencia y diversidad, Emancipación, Hábitos de vida saludable y Ocio y tiempo libre.

Los jóvenes en los relatos periodísticos desempeñan sobre todo roles protagonistas (65%). Aunque también es importante reseñar el número de personajes jóvenes que son mencionados en los acontecimientos como antagonistas (21%)

Los personajes jóvenes intervienen en los relatos en mayor medida por lo que hacen (60%) que por lo que dicen (40%).

### Personajes no jóvenes (4%)

Otro grupo de los personajes particulares corresponde a los personajes que no son jóvenes o no se puede saber por el relato si son una cosa u otra. Suponen tan sólo el 4% del conjunto de actores implicados en las noticias y corresponden sobre todo a ciudadanos anónimos (vecinos, profesionales...).

**Detalle del personaje: j) Personajes no jóvenes o indeterminados**

	CASOS	% COL
TOTAL	45	100,0%
Ciudadanos públicos	3	6,7%
Ciudadanos anónimos	32	71,1%
General u Otros	10	22,2%

Los personajes no jóvenes se asocian más frecuentemente con acontecimientos de Convivencia y diversidad y Hábitos de vida saludable.

Suelen aparecer como protagonistas (42%), y es menos frecuente que desempeñen roles de cooperantes (20%), de controladores (14%) o de antagonistas (12%).

Los personajes particulares que no son jóvenes suelen realizar en los relatos un mayor número de acciones comunicativas (54%) que acciones expresivas (46%).

### C) Individualización del personaje

El discurso juvenil en los medios se confecciona en mayor medida con referencias a personajes individuales (70%) que a personajes colectivos (31%).

#### Individualización

	CASOS	% COL
TOTAL	396	100,0%
Individual	273	68,9%
Colectivo	123	31,1%

Los personajes jóvenes que aparecen en los medios en cuanto a su grado de individualización, en un 60% de los casos corresponden a personajes individuales frente al 40% que son personajes colectivos.

#### INDIVIDUALIZACIÓN DEL PERSONAJE MENCIONADO según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

% verticales	TOTAL	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Individual	69%	61%	89%
Colectivo	31%	39%	11%
TOTAL	100%	100%	100%

Entre los personajes no jóvenes aparecidos en los relatos predominan los personajes individuales (64%) sobre los colectivos (22%).

### D) Edad del personaje

La mayor parte de los personajes que conforman las referencias sobre la realidad juvenil en los medios no son personajes jóvenes (72%). Tan sólo el 28% son personajes propiamente jóvenes.

#### D.1) ¿Es joven?

##### ¿Es joven?

	CASOS	% COL
TOTAL	396	100,0%
No	284	71,7%
Sí	112	28,3%

*El hecho 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 MCM) de la importancia de la participación activa juvenil.*

Al ser consultados, los jóvenes reconocen no entender las informaciones de los medios y no saber mucho sobre la realidad política o institucional. En este punto cabe analizar si los jóvenes muestran desinterés, sencillamente porque no son llamados a participar en los proyectos o iniciativas destinadas a su colectivo y también porque no se les invita a opinar en los relatos periodísticos; incluso en aquellos que son propiamente juveniles.

Durante el análisis de las noticias, se observó que en muchos casos los medios no citan comentarios de los protagonistas jóvenes y casi siempre los actores que hablan son las instituciones, especialistas y en general los actores adultos. En temas educativos y sociales por ejemplo, al divulgar las diferentes iniciativas que se desarrollan para apoyar proyectos juveniles, los medios de comunicación describen la iniciativa, logros y coordinadores, pero casi nunca se da a conocer el punto de vista de los jóvenes sobre su aceptación y motivación. Esto se ve en un tema tan importante como la Reforma Universitaria, en la que al único que no se le consulta sobre su opinión es al estudiante.

Asimismo, sorprende registrar que casi en la totalidad de las noticias relacionadas con iniciativas artísticas o culturales diseñadas para que los jóvenes participen, la información sólo tiene en cuenta la opinión de los organizadores y no las observaciones de los participantes. Al final, se desconoce si en realidad los jóvenes se sienten identificados con iniciativas diseñadas en su totalidad por otros.

Para tratar de explicar esta situación, sería oportuno analizar si la sub-valoración de la participación de los jóvenes en las noticias, obedece a la realidad de las noticias como producto de mercancía propia de la sociedad del espectáculo. Es decir, si los principales consumidores de la información divulgada por los medios son los adultos (padres y madres), para qué interesa la opinión del colectivo juvenil, si el principal objetivo sería alertar la preocupación de los padres y del conjunto de la sociedad sobre los aspectos más negativos de los y las jóvenes.

## D.2) ¿Se menciona su edad?

### ¿Se menciona su edad?

	CASOS	% COL
TOTAL	396	100,0%
No	83	21,0%
Sí	313	79,0%

Una vez centrados en la edad de los personajes jóvenes, se observa que en la mayor parte de los casos no se menciona la edad de los personajes (79%), frente al 7% de jóvenes que aparecen presentados explícitamente con su edad.

Con los personajes jóvenes sucede lo mismo, la mayor parte no aparecen designados por su edad (72%), frente al 28% de personajes jóvenes que son mencionados por ella.

### MENCIONAN LA EDAD DEL PERSONAJE según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

% verticales	TOTAL	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Sí	21%	28%	2%
No	79%	72%	98%
TOTAL	100%	100%	100%

### D.3) Grupo de edad

Grupo de edad

	CASOS	% COL
TOTAL	83	100,0%
De 0 a 14 años	1	1,2%
De 15 a 19 años	32	38,6%
De 20 a 24 años	29	34,9%
De 25 a 29 años	15	18,1%
30 años o más	6	7,2%

Cuando en las noticias se designa a los personajes jóvenes con su edad, dichos personajes corresponden sobre todo a quienes tienen entre 15 y 24 años (74%), siendo menos frecuente que aparezcan jóvenes de 25 a 29 (19%) y por encima de esa edad.

En el caso de los personajes jóvenes todavía está más acentuada la presencia de aquellos que tienen entre 15 y 24 años (76%).

**BLOQUE DE EDAD DEL PERSONAJE**  
según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

% verticales	TOTAL	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(83)	(81)	(2)
De 0 a 14 años	1%		50%
De 15 a 19 años	39%	40%	
De 20 a 24 años	35%	36%	
De 25 a 29 años	18%	19%	
30 años o más	7%	6%	50%
TOTAL	100%	100%	100%

*El hecho de que no se especifique el grupo de edad a la que pertenece el joven, influye en que se de una generalización que impide explicar la relación que hay entre edad y actitud.*

Dentro de nuestra observación, lo único que se puede notar es que los llamados “problemas sociales” dentro de este colectivo, están en gran medida relacionados con los más jóvenes, mientras que los mayores son mostrados en su camino de adaptación a las problemáticas normales del mundo adulto (vivienda, empleo). En el estudio *Los jóvenes en los medios* se apunta hacia la concienciación de los más jóvenes ante los problemas apelando a su responsabilidad: “En el caso de los más jóvenes hace falta tratar los temas desde el planteamiento de la madurez como elemento que diferencia expectativas, hábitos y sensibilidades<sup>63</sup>”.

Por ejemplo, algo que es importante tener en cuenta es que actividades como el botellón, la prefieren en su mayoría los jóvenes de 15 a 19 años y de 20 a 24 años en un 35.1% y 32.5% respectivamente. Los mayores tan sólo representan un 11.7%. Esta tendencia nos indica que este tipo de prácticas, están relacionados sólo con los más jóvenes<sup>64</sup>.

En segundo lugar se estudia la participación del personaje en la noticia, indicando el grado de participación en la misma, el rol que desempeña, acción principal y acciones secundarias que realiza y qué es exactamente lo que dice, en caso de que hable.

<sup>63</sup> MEGÍAS QUIRÓS; RODRÍGUEZ SAN JULIÁN (Op. Cit.).

<sup>64</sup> Juventud en cifras, Injuve, 2004.

## E) Género del personaje

En cuanto al género de los personajes predominan los personajes masculinos (41%), seguidos de los personajes genéricos (31%) –sobre todo aquellos definidos en torno al término “jóvenes”–, y en ligera menor proporción de los personajes femeninos (29%).

### Género

	CASOS	% COL
TOTAL	396	100,0%
Masculino	162	40,9%
Femenino	113	28,5%
Genérico	121	30,6%

Los personajes jóvenes reflejan esta misma tendencia, los personajes masculinos (35%) son más habituales que los femeninos (28%).

### GÉNERO DEL PERSONAJE MENCIONADO según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

% verticales	TOTAL	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Masculino	41%	35%	57%
Femenino	29%	28%	31%
Genérico	31%	38%	13%
TOTAL	100%	100%	100%

Los relatos sobre los acontecimientos juveniles noticiosos incluyen en mayor proporción personajes masculinos que femeninos. Esta confección de la referencia informativa refleja una realidad social dominada por la hegemonía masculina en la toma de decisiones tanto en el mundo adulto como en el juvenil.

Al mismo tiempo, los relatos informativos de los medios refuerzan una representación institucional del universo juvenil, basada en un discurso normalizador conformado desde diversas instancias: instituciones públicas, medios de comunicación, investigación social, etc. La representación social de la juventud a nivel genérico hace referencia a una realidad más masculina que femenina, de mediana edad (de 20 a 25 años), de jóvenes solteros más que de casados, de estudiantes más que de trabajadores, ...

*La mayor presencia de personajes masculinos que femeninos en los relatos juveniles retrata una realidad del entorno juvenil dominada por una visión machista, reflejo del mundo adulto. Por otra parte, el discurso noticioso contribuye a conformar una representación institucional normalizada de la juventud en torno a lo masculino más que a lo femenino.*

Los personajes jóvenes que aparecen en los medios en cuanto a su género predominan los personajes genéricos: (39%) (menciones a la juventud pero sobre todo a los jóvenes), seguidos de los personajes masculinos (34%) y de los personajes femeninos (27%).

Entre los personajes particulares no jóvenes aparecidos en los relatos predominan los personajes femeninos (38%) sobre los masculinos (26%) y sobre los genéricos (22%).

## F) Nivel de implicación en la noticia (Personaje principal, personaje secundario)

La mayor parte de los personajes son personajes principales en el relato (58%), frente al 42% que son personajes secundarios en los acontecimientos noticiosos.

Nivel de implicación en la noticia

	CASOS	% COL
TOTAL	1240	100,0%
Personaje principal	709	57,2%
Personaje secundario	531	42,8%

Los personajes jóvenes aparecen mayoritariamente como personajes principales de las noticias en que se relatan acontecimientos de los que forman parte (83%).

En cuanto al resto de personajes encontramos que también las instituciones públicas y las instituciones juveniles aparecen mayoritariamente como personajes principales. Y suelen aparecer como personajes secundarios instituciones privadas, instituciones educativas, cuerpos de seguridad, medios de comunicación y personajes no jóvenes.

NIVEL DE IMPLICACIÓN EN LA NOTICIA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA

% horizontales	BASE	Implicación noticia		TOTAL
		Personaje principal	Personaje secundario	
TOTAL	(1240)	57%	43%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	56%	44%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	23%	77%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	(80)	39%	61%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	57%	43%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	41%	59%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	46%	54%	100%
g) Medios de comunicación	(14)	43%	57%	100%
h) Instituciones juveniles	(118)	54%	46%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	83%	17%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	44%	56%	100%

*Los relatos de los medios de comunicación sobre acontecimientos juveniles se elaboran con personajes jóvenes, instituciones públicas e instituciones juveniles como personajes principales y con instituciones públicas y privadas, instituciones educativas, instituciones juveniles, cuerpos de seguridad, medios de comunicación y personajes no jóvenes como personajes secundarios.*

## G) Rol que desempeñan los personajes en las noticias juveniles

(Protagonista, héroe; Antagonista, antihéroe; Cooperante del héroe; Cooperante del antihéroe; Controlador de quienes hacen o padecen; Ninguno de los anteriores o no está claro).

La mayor parte de los personajes cumplen funciones en el relato de protagonistas o héroes (45%), seguidos de los controladores de quienes hacen o padecen (28%); un 15% de los personajes cumplen la función de cooperante de héroe y un 8% cumplen la función de antagonista o antihéroes.

### Rol

	CASOS	% COL
TOTAL	1240	100,0%
Protagonista, héroe	561	45,2%
Antagonista, antihéroe	96	7,7%
Cooperante del héroe	190	15,3%
Cooperante del antihéroe	24	1,9%
Controlador de quienes hacen o padecen	349	28,1%
Ninguno de los anteriores o No está claro	20	1,6%

Los personajes jóvenes interpretan mayoritariamente papeles de protagonista, aunque también es relativamente frecuente que cumplan la función de antagonistas o antihéroes.

Los personajes institucionales cumplen en los relatos funciones de protagonistas y de controladores de quienes hacen o padecen.

### ROL DEL PERSONAJE según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA

% horizontales	BASE	Rol						TOTAL
		1	2	3	4	5	6	
TOTAL	(1240)	45%	8%	15%	2%	28%	2%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	47%	5%	16%	2%	31%		100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	18%	2%	20%	3%	56%	2%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(80)	28%	4%	23%		44%	3%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	47%	5%	22%	1%	25%		100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	39%		29%		31%	1%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	50%	4%	19%		27%		100%
g) Medios de comunicación	(14)	36%		7%		57%		100%
h) Instituciones juveniles	(118)	27%	4%	8%		60%	1%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	65%	20%	7%	2%	1%	5%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	38%	11%	22%	11%	16%	2%	100%

1. Protagonista, héroe
2. Antagonista, antihéroe
3. Cooperante del héroe

4. Cooperante del antihéroe
5. Controlador de quienes hacen o padecen
6. Ninguno de los anteriores o No está claro

#### 4.3.4. Análisis de las acciones que desempeñan los personajes

##### A) La acción principal

Los comportamientos de los personajes aparecidos en los relatos sobre juventud se han clasificado en torno a las acciones que desempeñan siguiendo la clasificación clásica de acciones:

- Acciones ejecutivas. Acciones destinadas a la acción (hacer o padecer algo)
- Acciones expresivas. Acciones destinadas a la comunicación (decir algo)

Las noticias sobre juventud seleccionadas para esta investigación incluyen personajes que desempeñan en un porcentaje similar acciones ejecutivas (51%) y acciones expresivas (49%).

### Acción principal

	CASOS	% COL
TOTAL	1240	100,0%
Ejecutiva	626	50,5%
Expresiva	614	49,5%

La prensa construye sus relatos con personajes que desempeñan un mayor número de acciones ejecutivas (53%), mientras que las radio y la televisión incluyen un mayor número de acciones expresivas, 54% y 59% respectivamente.

### ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según MEDIO ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

% horizontales	BASE	Acción Principal		TOTAL
		Ejecutiva	Expresiva	
TOTAL	(1240)	50%	50%	100%
Prensa	(937)	53%	47%	100%
Radio	(172)	46%	54%	100%
TV	(131)	41%	59%	100%

En cuanto a los diferentes temas a los que remiten los acontecimientos noticiosos, los personajes de las noticias sobre Participación, Emancipación, Ocio, cultura y tiempo libre y Formación incluyen más frecuentemente acciones ejecutivas. Los acontecimientos sobre Hábitos de vida saludable construyen su referencia incluyendo personajes que realizan más frecuentemente acciones expresivas. Y las noticias sobre Convivencia y diversidad incluyen por igual acciones comunicativas y acciones ejecutivas.

Los personajes jóvenes, las instituciones juveniles, privadas y empresariales, y educativas aparecen desempeñando un mayor número de acciones ejecutivas, mientras que las instituciones públicas, los personajes particulares no jóvenes, las instituciones de estudios de opinión y las organizaciones sociales realizan en los relatos acciones comunicativas.

### ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)

% horizontales	BASE	Acción principal		TOTAL
		Ejecutiva	Expresiva	
TOTAL	(1240)	50%	50%	100%
Emancipación	(184)	52%	48%	100%
Participación	(39)	69%	31%	100%
Convivencia y diversidad	(255)	50%	50%	100%
Hábitos Vida Saludable y Medio Ambiente	(333)	26%	74%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(278)	67%	33%	100%
Formación	(100)	67%	33%	100%
Otros	(51)	69%	31%	100%

## ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA

% horizontales	BASE	Acción principal		TOTAL
		Ejecutiva	Expresiva	
TOTAL	(1240)	50%	50%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	45%	55%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	55%	45%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(80)	60%	40%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	40%	60%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	34%	66%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	50%	50%	100%
g) Medios de comunicación	(14)	29%	71%	100%
h) Instituciones juveniles	(118)	69%	31%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	58%	42%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	44%	56%	100%

### A.1) Lo que dicen los personajes: las acciones expresivas

Las acciones expresivas se han codificado en función de si se trata de comportamientos comunicativos de orden informativo, de orden crítico y de orden propositivo.

#### Acción principal: Tipo de acción expresiva

	CASOS	% COL
TOTAL	614	100%
Declaraciones y presentaciones	410	66,8%
Críticas, denuncias y reclamaciones	111	18,1%
Proposiciones, demandas y evaluaciones	93	15,1%

La inmensa mayoría de las acciones expresivas se refieren a comportamientos informativos: declaraciones y presentaciones sobre lo que ocurre (acciones referidas a expresar, explicar, informar, señalar, opinar, describir, etc.).

#### Ejemplos:

- *Informa sobre las acciones de gobierno para la aplicación de la ley antibotellón*
- *Presenta nuevas condiciones de la Hipoteca Joven, a la que pueden acceder personas de entre 18 y 35 años de edad.*
- *Habla sobre los cabezas rapadas en España*
- *Califica el balance inicial de la XVIII Semana de la Juventud como positivo por la alta participación y la variedad de actividades.*
- *Invita a reflexionar sobre la preferencia real de los jóvenes en el tipo de actividades realizadas en la Semana de la Juventud.*
- *Explicó que en esta edición se amplían las actividades a realizar y las fechas, manteniendo el nombre del programa "noctambil@s".*

Seguidos de los comportamientos expresivos críticos: críticas, denuncias y reclamaciones (criticar, denunciar, exigir, reclamar, rechazar).

#### Ejemplos:

- *Critica el uso de la imagen del éxito juvenil, en la publicidad del alcohol, así como también critica a la Federación Española de Bebidas espirituosas. (FEBE)*
- *Denuncia al ayuntamiento por negligencia en macrobotellón*

- *Acusación al alcalde de meter a los jóvenes en un espacio poco apropiado para sus prácticas de ocio.*
- *Demanda la colaboración del rector de la Universidad de Granada para controlar los botellones*
- *Responsabiliza del desorden creado por los jóvenes en el macro botellón, a la gasolinera*
- *Reclama ampliación de la plantilla de policías en Jaén*

Y de las acciones propositivas: proposiciones, demandas y evaluaciones (propone, evalúa, plantea, demanda).

#### **Ejemplos:**

- *Hace ponencia en el Congreso de los Diputados sobre el uso del Cannabis en los jóvenes*
- *Publica un boletín que informa sobre las drogas que aparecen, además de los congresos, conferencias y cursos a los que asisten los propios médicos*
- *Presenta campaña publicitaria contra las drogas*
- *Plantea la posibilidad de aumentar el transporte nocturno.*
- *Recomienda acerca de la Violencia Escolar*
- *Autor de artículo sobre jóvenes españoles actuales*
- *Expone la justificación de la marcha*
- *Demanda acciones para combatir los trastornos alimentarios*

Las acciones críticas y propositivas ofrecen información sobre el grado de participación activa de los jóvenes en la construcción del discurso juvenil.

#### **¿El personaje habla?**

##### **¿El personaje habla?**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	1240	100,0%
Sí	675	54,4%
No	565	45,6%

A algo más de la mitad de los personajes incluidos en los relatos mediáticos juveniles los medios les conceden la palabra (54%), es decir, el personaje aparece hablando (en el caso de los medios audiovisuales) o aparecen sus palabras entrecomilladas (en los medios impresos). La mayor parte de los personajes a los que los medios les conceden la palabra corresponden a instituciones públicas (37%), a personajes jóvenes (20%) e instituciones de estudios de opinión (10%).

##### **PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según EL PERSONAJE HABLA**

% verticales	TOTAL	¿Habla?	
		Sí	No
TOTAL	(1240)	(675)	(565)
a) Instituciones públicas	34%	37%	30%
b) Instituciones privadas y empresariales	5%	4%	7%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	6%	5%	81%
d) Instituciones y organizaciones sociales	8%	9%	7%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	8%	10%	5%
f) Cuerpos de seguridad	2%	2%	2%
g) Medios de comunicación	1%	1%	1%
h) Instituciones juveniles	10%	7%	13%
i) Personajes jóvenes	23%	20%	26%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	4%	3%	4%
TOTAL	100%	100%	100%

A los personajes jóvenes se les permite hablar en menor medida (49%) que al resto de personajes (68%).

#### PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según EL PERSONAJE HABLA

% horizontales	BASE	¿Habla?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	54%	46%	100%
Si es joven	(285)	49%	51%	100%
No es joven	(111)	68%	32%	100%

*A la mayor parte de los personajes institucionales (instituciones públicas, organizaciones sociales, institutos de opinión, cuerpos de seguridad, medios de comunicación) se les concede la palabra desde los medios en mayor medida que a los personajes juveniles (particulares e instituciones).*

#### EL PERSONAJE HABLA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA

% horizontales	BASE	¿Habla?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	54%	46%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	60%	40%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	44%	56%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(80)	46%	54%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	61%	39%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	72%	28%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	62%	38%	100%
g) Medios de comunicación	(14)	71%	29%	100%
h) Instituciones juveniles	(118)	40%	60%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	49%	51%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	51%	49%	100%

La radio (54%) y especialmente la televisión (79%) son los medios que en mayor medida permiten hablar a los personajes con los que confeccionan los relatos noticiosos sobre jóvenes.

#### EL PERSONAJE HABLA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

% horizontales	BASE	¿Habla?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	54%	46%	100%
Prensa	(937)	51%	49%	100%
Radio	(172)	55%	45%	100%
TV	(131)	79%	21%	100%

Cuando se trata de hacer un análisis detallado de algún asunto que afecta a las personas jóvenes, las fuentes de información sólo se basan en los comentarios de un experto y no se interroga a los jóvenes sobre las causas que lo llevan a cometer determinadas conductas. Ej: denuncias por maltrato de hijos a padres.

## Si el personaje habla, ¿qué dice?

En la mayor parte de los casos en que los medios conceden la palabra a los jóvenes, éstos generalmente se limitan a hacer declaraciones y a presentar los acontecimientos que se relatan, mayoritariamente confirmando los hechos que se incluyen en las noticias.

Las acciones expresivas de los jóvenes criticando, denunciando o reclamando alguna cuestión que se incluye en el relato de los medios suponen un menor porcentaje.

Y todavía es menos frecuente que los medios concedan la palabra a los personajes jóvenes para que propongan, hagan demandas o realicen evaluaciones sobre las cuestiones en las que se ven implicados.

### El personaje habla: Tipo de acción expresiva

	CASOS	% COL
TOTAL	675	100,0%
Declaraciones y presentaciones	445	65,9%
Críticas, denuncias y reclamaciones	158	23,4%
Proposiciones, demandas y evaluaciones	72	10,7%

Los personajes jóvenes cuando aparecen en los medios realizando acciones referidas a la comunicación suelen corresponder en mayor medida a declaraciones y presentaciones (69%) y en menor medida a críticas y denuncias (25%), siendo infrecuente que aparezcan realizando proposiciones y evaluaciones de lo que acontece.

### TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

% verticales	TOTAL	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(214)	(139)	(75)
Declaraciones y presentaciones	67%	69%	63%
Críticas, denuncias y reclamaciones	28%	25%	32%
Proposiciones, demandas y evaluaciones	6%	6%	5%
TOTAL	100%	100%	100%

*El hecho de que en los relatos noticiosos los personajes jóvenes desempeñen en mayor medida acciones expresivas de naturaleza informativa (declaraciones y presentaciones), que acciones expresivas críticas y propositivas, refuerza el papel secundario que los medios conceden a los propios jóvenes en los acontecimientos juveniles.*

**Con respecto al argumento principal de la noticia, ¿qué hace exactamente el personaje en sus declaraciones? (Confirma, desmiente, crítica)**

**El personaje habla. Con respecto al argumento principal de la noticia, ¿qué hace exactamente el personaje en sus declaraciones?**

	CASOS	% COL
TOTAL	675	100,0%
Confirma	587	87,0%
Desmiente	16	2,4%
Crítica	72	10,7%

Las preguntas finales del cuestionario pretenden clasificar de modo genérico cuál es la participación de los personajes que aparecen en las imágenes, tanto en las de carácter fijo (prensa) como en los videos dentro de las noticias de televisión. La pretensión con las preguntas del cuestionario creadas a tal efecto era simplemente la de obtener los rasgos generales respecto a la manera en que se presenta a los jóvenes por medio de las imágenes.

Con independencia de la categoría a la que pertenecen los personajes que aparecen en los relatos sobre acontecimientos juveniles, cuando los medios conceden la palabra a algún actor, en todos los casos se usa para confirmar aquello de lo que se está dando cuenta.

Cuando aparecen críticas en las declaraciones de los personajes, éstas también provienen en mayor medida del mundo institucional (instituciones y sus representantes), que del mundo juvenil (personajes jóvenes y sus instituciones)

Cuando los personajes en las noticias juveniles aparecen diciendo algo, es más frecuente que ofrezcan una visión positiva sobre la juventud (27%) que negativa (18% de los casos).

#### El personaje habla. Visión de la juventud

	CASOS	% COL
TOTAL	675	100,0%
Positiva	179	26,5%
Negativa	118	17,5%
Neutra	72	56,0%

La prensa (28%) y la radio (29%) son los medios que cuando conceden la palabra a los personajes que intervienen en los relatos sobre juventud ofrecen una visión más positiva de los jóvenes; mientras que la televisión ofrece mayoritariamente una visión juvenil negativa a través de las declaraciones de los personajes a los que permite hablar (72%).

#### VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	TV
TOTAL	(396)	54%	46%	100%
BASE	(675)	(477)	(94)	(104)
Positiva	27%	27%	29%	20%
Negativa	17%	19%	19%	8%
Neutra	56%	53%	52%	72%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Los personajes que aparecen *hablando* en los sucesos juveniles ofrecen una visión más positiva cuando se trata de acontecimientos sobre Ocio, cultura y tiempo libre (50%), Participación (50%) y Formación (44%). Las declaraciones que ofrecen una representación negativa corresponden en mayor medida a personajes que intervienen en acontecimientos sobre Convivencia y diversidad (34%) y Hábitos de vida saludable (24%).

**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	Visión			TOTAL
		Positiva	Negativa	Neutra	
TOTAL	(675)	27%	17%	56%	100%
Emancipación	(107)	33%	1%	66%	100%
Participación	(16)	50%		50%	100%
Convivencia y diversidad	(144)	18%	34%	48%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(238)	13%	24%	63%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(112)	50%	7%	43%	100%
Formación	(45)	44%	7%	49%	100%
Otros	(13)	31%		69%	100%

La visión más negativa de la juventud la ofrecen los personajes televisivos a los que se les concede la palabra en los acontecimientos juveniles relatados en las noticias.

**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	TV
BASE	(675)	(477)	(94)	(104)
Positiva	27%	27%	29%	20%
Negativa	17%	19%	19%	8%
Neutra	56%	53%	52%	72%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**A.2) Lo que hacen los personajes: las acciones ejecutivas**

Las acciones ejecutivas se han codificado en función de si se trata de comportamientos participativos, acciones conflictivas, de análisis social, acciones controladoras y prácticas sociales.

**Acción principal: Tipo de acción ejecutiva**

	CASOS	% COL
TOTAL	626	100,0%
Acciones participativas	417	66,6%
Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto	69	11,0%
Acciones controladoras o de control social	50	8,0%
Acciones generales o prácticas sociales	33	5,3%
Acciones de análisis social	57	9,1%

Las acciones o comportamientos ejecutivos mayoritariamente se refieren a acciones participativas en los acontecimientos noticiosos (impulsar, organizar, contratar, elaborar, ayudar, proteger, conseguir...).

**Ejemplos**

- *Presenta la estrategia Comunitaria para reducir el alcoholismo y la drogadicción, sobre todo entre los más jóvenes.*
- *Firma convenio para realizar estudio sobre hábitos juveniles en Gijón*
- *Participó en la presentación del premio.*
- *Tramita el carné joven que hasta el momento han adquirido 131 jóvenes de entre 14 y 26 años en Amorebieta.*

Seguidas de las acciones conflictivas y violentas (agredir, delinquir, pelear...),

#### Ejemplos

- *Intoxicados por consumir éxtasis líquido*
- *Golpea a joven en Córdoba*
- *Agresión a una profesora y publicación del hecho en Internet.*
- *Mantienen relaciones abusivas en las discotecas*
- *Asalta colegio en Alemania, para vengarse de los profesores*

De las de análisis social (investigar, analizar, observar, encuestar, etc.),

#### Ejemplos

- *Confirma que el Plan Estratégico de Juventud se presentaría el 18 de enero por encargo del ayuntamiento de Chiclana a la Universidad de Cádiz.*
- *Realizan el Plan Estratégico de Juventud por encargo del ayuntamiento de Chiclana.*
- *Realiza encuesta en relación al comportamiento sexual de jóvenes universitarios*
- *Elabora el "Informe sobre indicadores estadísticos acerca de la juventud"*
- *Pública libro bajo el título de "Los jóvenes y la felicidad. ¿Dónde la buscan? ¿Dónde la encuentran?"*
- *Realiza investigación titulada "Estudio sobre los universitarios españoles".*

De las acciones de control social (multar, juzgar, detener...)

#### Ejemplos

- *Expulsa a la alumna que grabó el vídeo*
- *Es detenido por la Policía de Granada a las 5 de la mañana*
- *Detienen a joven en Granada*
- *Denuncia a la Guardia Civil la desaparición de la víctima*
- *Se legalizan en asociaciones civiles*
- *Incluye medidas para limitar la venta, consumo y publicidad del alcohol. Entrará en vigor a partir del 2007*
- *Dos jóvenes detenidos por la Guardia Civil por acoso a través de Internet*

Y de las prácticas sociales cotidianas (beber, comprar, divertirse, etc.).

#### Ejemplos

- *Vive en la residencia municipal Fernando de los Ríos*
- *Da pasos para contar con terrenos para construir edificios intergeneracionales jóvenes - mayores*
- *Saldrán a la calle en bicicleta*
- *Tienen que dedicar el 60.8% de su salario para acceder a una vivienda libre*
- *Joven en paro y vive con sus padres*
- *Jóvenes que ganan mil euros mensuales, a pesar de estudios, profesiones e idiomas. No les da para la hipoteca*
- *Beben en las calles*

### ¿El personaje aparece en la imagen?

Los personajes que participan en los acontecimientos juveniles seleccionados por los medios de comunicación generalmente no aparecen en imagen (74%). Sólo un 26% de personajes mencionados en las noticias sobre juventud aparecen en imágenes.

#### ¿Aparece en la imagen?

	CASOS	% COL
TOTAL	1240	100,0%
Sí	312	25,2%
No	928	74,8%

Los personajes jóvenes son los que aparecen con más frecuencia en imágenes (47%), complementando o contextualizando las noticias de prensa y televisión. El resto de personajes es mucho menos frecuente que aparezcan en imágenes en las noticias sobre jóvenes.

**APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Aparece		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	25%	75%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	18%	82%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	20%	80%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(80)	24%	76%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	13%	87%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	19%	81%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	19%	81%	100%
g) Medios de comunicación	(14)	7%	93%	100%
h) Instituciones juveniles	(118)	21%	79%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	47%	53%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	27%	73%	100%

La televisión, lógicamente, es el medio que en mayor medida muestra a sus personajes en las noticias de juventud (89%), mientras que la prensa muestra en imágenes el 21% de personajes que intervienen en sus noticias.

**APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Aparece		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	(937)	(172)	(131)
Prensa	25%	21%		89%
Radio	75%	79%	100%	11%
TV	100%	100%	100%	100%

Los personajes que suelen aparecer en imágenes en las noticias sobre juventud se asocian sobre todo a temas de Hábitos de vida saludable (29%), de Ocio (22%) y de Emancipación (18%).

**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN**

% verticales	BASE	Aparece	
		Sí	No
BASE	(1240)	(312)	(928)
Emancipación	15%	18%	14%
Participación	3%	4%	3%
Convivencia y diversidad	21%	12%	23%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	27%	29%	26%
Ocio, Cultura, T. Libre	22%	22%	23%
Formación	8%	11%	7%
Otros	4%	3%	4%
TOTAL	100%	100%	100%

## Si el personaje aparece en la imagen, ¿qué hace?

Cuando aparecen los personajes en imágenes suelen hacerlo realizando declaraciones o haciendo comentarios sobre los acontecimientos en los que participan.

También es frecuente que aparezcan realizando prácticas sociales y participativas (comprando, realizando actividades domésticas, usando tecnología....).

Los personajes que aparecen en imagen como refuerzo comunicativo (generalmente aparecen posando sin realizar otras actividades o declaraciones) suponen el 4%. Y es mucho menos frecuente que los personajes aparezcan en imágenes realizando acciones conflictivas.

### El personaje aparece en la imagen: Tipo de acción ejecutiva

	CASOS	% COL
TOTAL	312	100,0%
Acciones participativas	58	18,6%
Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto	12	3,8%
Acciones controladoras o de control social	4	1,3%
Acciones generales o prácticas sociales	79	25,3%
Acciones de análisis social	120	38,5%
Actitud de refuerzo comunicativo	39	12,5%

Las noticias sobre juventud que incluyen imágenes para confeccionar la referencia informativa, suelen mostrar personajes realizando acciones expresivas (haciendo declaraciones y comentarios) y en menor medida aparecen personajes realizando prácticas sociales ejecutivas (comprar, usar tecnología....).

En cuanto a los personajes jóvenes que aparecen en imágenes en las noticias sobre juventud, suelen asociarse en mayor medida con los acontecimientos sobre prácticas sociales (36%) y con las acciones de Análisis social (29%).

### TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

% verticales	TOTAL	Es joven	
		SÍ	No
BASE	(159)	(133)	(26)
Acciones participativas	14%	16%	8%
Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto	6%	6%	4%
Acciones controladoras o de control social	1%	1%	
Acciones generales o prácticas sociales	35%	36%	31%
Acciones de análisis social	33%	29%	50%
Actitud de refuerzo comunicativo	11%	12%	8%
TOTAL	100%	100%	100%

La aparición en imágenes de los jóvenes suele utilizarse por parte de los medios para mostrar en mayor medida una visión positiva de la juventud (28%), que una visión negativa (8%).

### El personaje aparece en la imagen: Visión de la juventud

	CASOS	% COL
TOTAL	312	100,0%
Positiva	87	27,9%
Negativa	26	8,3%
Neutra	199	63,8%

Los personajes que aparecen en imágenes en las noticias de prensa y televisión ofrecen una visión más positiva cuando aparecen asociados a acontecimientos sobre Participación (50%), Formación (47%) y Ocio, cultura y tiempo libre (43%). Las imágenes que muestran una visión menos favorable de la juventud se asocian a personajes y a acontecimientos pertenecientes a Hábitos de vida saludable (17%) y de Convivencia y diversidad.

#### VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)

% horizontales	BASE	Visión			TOTAL
		Positiva	Negativa	Neutra	
TOTAL	(312)	28%	8%	64%	100%
Emancipación	(57)	25%	4%	72%	100%
Participación	(14)	50%		50%	100%
Convivencia y diversidad	(38)	16%	16%	68%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(91)	14%	16%	69%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(68)	43%	3%	54%	100%
Formación	(34)	47%		53%	100%
Otros	(10)	20%	10%	70%	100%

Como sucedía con los personajes a los que los medios permiten hablar en las noticias sobre juventud, cuando los personajes aparecen en imágenes de televisión es más frecuente que ofrezcan una visión juvenil negativa (10%), que cuando aparecen en imágenes (fotografías de prensa) (7%).

#### VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

% verticales	TOTAL	Medio	
		Prensa	Radio
BASE	(312)	(195)	(117)
Positiva	28%	32%	21%
Negativa	8%	7%	10%
Neutra	64%	61%	68%
TOTAL	100%	100%	100%

*Los personajes jóvenes son los que aparecen con más frecuencia en imágenes en las noticias juveniles aparecidas en prensa y televisión. Vienen a reforzar en mayor medida acontecimientos sobre Hábitos de vida saludable, Ocio y de Emancipación. Y cuando aparecen en imágenes contribuyen a reforzar una visión positiva de la juventud.*

#### A.3) Visión de la juventud a través de las acciones ejecutivas y expresivas

También se ha recogido la visión que subyace o que trasciende de la juventud a través de las acciones y comportamientos que conforman los relatos de las noticias sobre los jóvenes.

1. Las acciones ejecutivas ofrecen una visión mayoritariamente neutra (ni positiva ni negativa) de la juventud (50%), siendo ligeramente más los comportamientos negativos (25%) hacia la juventud que los que ofrecen una visión positiva de la misma (24%).

**Acción principal ejecutiva: Visión de la juventud**

	CASOS	% COL
TOTAL	625	100,0%
Positiva	152	24,3%
Negativa	158	25,3%
Neutra	315	50,4%

2. En el caso de las acciones expresivas predomina una visión neutra de dichas acciones (53%), sobre la visión negativa (38%): siendo poco habitual que tras las acciones destinadas a la comunicación aparezca o se muestre una visión positiva de la juventud (9%).

**Acción principal ejecutiva: Visión de la juventud**

	CASOS	% COL
TOTAL	614	100,0%
Positiva	52	8,5%
Negativa	236	38,4%
Neutra	326	53,1%

*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).*

Visión de la juventud a partir de las acciones que desempeñan los personajes en los relatos sobre juventud.

	Acciones Ejecutivas	Acciones Expresivas
Positiva	24%	9%
Neutra	50%	53%
Negativa	25%	38%

Estos datos vienen a reforzar de alguna manera las opiniones expuestas en la reciente investigación de la FAD y el Injuve *Los jóvenes en los medios: "Aún en los casos en los que se reflejan aspectos reales de la juventud, lo que interesa es vender lo negativo y no analizar o destacar los porqués de esa situación, por supuesto mucho menos en profundizar en las supuestas faltas de perspectivas, ni en valorar los esfuerzos que los jóvenes puedan estar haciendo para afrontar esta situación"*<sup>65</sup>.

Una vez que los medios seleccionan los acontecimientos juveniles considerados de interés, proceden a la producción de relatos sobre dichos acontecimientos. Los medios de comunicación de prensa, radio y televisión incluyen una serie de personajes que hacen o padecen cosas (acciones ejecutivas) y otros que expresan o dicen cosas (acciones expresivas).

Si observamos en conjunto que actores aparecen en los relatos por lo que hacen y quienes aparecen por lo que dicen, observamos que la producción de la referencia sobre los acontecimientos juveniles se construye mayoritariamente a partir de acciones expresivas (referidas a la comunicación) que desempeñan las instancias institucionales (donde destacan las organizacio-

<sup>65</sup> MEGÍAS QUIRÓS; RODRÍGUEZ SAN JULIÁN (Op. Cit.).

nes públicas) y de las acciones ejecutivas que mayoritariamente las desempeñan los actores pertenecientes al ámbito juvenil.

*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.*

Tipos de acciones que desempeñan los personajes en los relatos sobre acontecimientos juveniles.

**Acciones referidas al hacer  
(ACCIONES EJECUTIVAS)**

INSTITUCIONES EDUCATIVAS  
INSTITUCIONES JUVENILES  
PERSONAJES JÓVENES

**Acciones referidas al decir  
(ACCIONES EXPRESIVAS)**

INSTITUCIONES PÚBLICAS  
ORGANIZACIONES SOCIALES  
ORGANIZACIONES DE ESTUDIOS DE OPINIÓN  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
PERSONAJES PARTICULARES NO JÓVENES

Estos datos vienen a constatar o reforzar la idea de que en los relatos periodísticos la subordinación de los jóvenes con respecto al mundo adulto está representada por las instituciones de la comunidad. Dichas instancias son las que expresan, comentan, contextualizan las acciones que realizan los jóvenes y sus instituciones.



Del análisis de las informaciones sobre la juventud aparecidas en los medios que se seleccionaron para este trabajo 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.

1. 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 en cuanto a la valoración de los acontecimientos:

- Los temas de ocio aparecen valorados de forma positiva en los relatos. Hay que tener en cuenta que tras este tratamiento favorable de los acontecimientos juveniles, en ocasiones se esconde una representación superficial de la juventud, basada en cuestiones más o menos intrascendentes de la vida juvenil.
  - Las noticias sobre vida saludable tienen un marcado carácter negativo. Los medios tienden a ofrecer una imagen inmadura de la juventud con respecto a los factores de riesgo, mostrando una representación alarmante y conflictiva de sus protagonistas (los jóvenes).
2. 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 de las instituciones 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 dichas organizaciones.

Estos relatos del mundo sociopolítico reflejan y refuerzan en el discurso mediático el papel de las instituciones (especialmente públicas) en la construcción social de representaciones sobre la juventud.

- b) Situación de la gente joven. Las noticias juveniles sobre violencia, toxicomanías, empleo, salud, información y tecnología y relaciones familiares son referidas desde la perspectiva del incidente o el suceso 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, resaltando la atribución a los diferentes gobiernos y sus representantes de las posibles soluciones a los problemas del entorno social de los jóvenes. Además de esta visión institucional, la selección de noticias y su tratamiento muestra los hechos conflictivos en los que se ven envueltos los actores juveniles.

3. La respuesta institucional, predominante en los relatos de las noticias sobre juventud, tiende a mostrar la estabilidad del mundo adulto frente a la irresponsabilidad e inestabilidad del mundo juvenil.

En muchos casos, los temas seleccionados, así como su tratamiento, inciden en una visión inculpatoria del colectivo juvenil. Donde los miembros de dicho colectivo aparecen como los principales responsables de las situaciones adversas que les ocurren (adicciones, irresponsabilidad y falta de madurez, ausencia de iniciativas... etc.).

El relato noticioso sobre los jóvenes sirve para mantener a éstos en una constante minoría de edad, donde la juventud aparece necesariamente 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; el discurso mediático ofrece constantemente una visión donde predomina la incompetencia social de la juventud.

Los medios tienden a mostrar acontecimientos juveniles negativos o conflictivos (sobre hábitos de vida saludable: salud y toxicomanías y sobre convivencia y diversidad: violencia) en los que los jóvenes aparecen como culpables de su propia situación. Este tratamiento de los sucesos viene a reforzar la subordinación del *inestable* mundo juvenil a la *estabilidad* del mundo adulto.

4. Al observar los temas de las noticias sobre jóvenes y enmarcarlos en torno a las áreas de actuación político-administrativas públicas<sup>66</sup>, parece existir una cierta concordancia argumental entre la construcción mediática de los acontecimientos y la visión institucional del universo juvenil.

Se ha observado que las noticias sobre la mayor parte de las temáticas, ofrecen una visión institucional de atribución de responsabilidades donde se apuntan y atribuyen las posibles soluciones a los gobiernos, instituciones, etc. Estos relatos ofrecen un marco público e institucional que conforma la agenda temática y el discurso social predominante en la sociedad sobre la juventud: emancipación, formación, convivencia, hábitos de vida saludable, Ocio y participación.

---

<sup>66</sup> Las áreas corresponden a las Áreas de Actuación del Plan de Juventud 2005-2008 de las que se ha dado cuenta en el análisis temático de este trabajo.

5. La selección de acontecimientos pertenecientes al ámbito público e institucional, así como su tratamiento espacial geográfico marcadamente localista (local y autonómico), junto con el mayoritario carácter *presentista* de la información sobre jóvenes, remiten información sobre las señas de identidad en torno a las que los medios construyen las referencias existenciales de los jóvenes:
- a) Los medios construyen un discurso público de la juventud asociado a relatos noticiosos pertenecientes al ámbito de socialización de los grupos secundarios y las instituciones. Se centran en las cuestiones económicas juveniles (vivienda, economía y consumo) y sociales (formación, valores y ciudadanía, inmigración y tráfico).
  - b) Los jóvenes conceden gran importancia e identificación a su entorno cercano de socialización (barrio, pueblo, ciudad, C. Autónoma); espacios que conforman para muchos de ellos su horizonte existencial. Los medios (especialmente la prensa) muestran adecuadamente esta importancia de lo local, seleccionando sobre todo acontecimientos que se circunscriben al ámbito más cercano de los jóvenes.
  - c) El carácter *presentista* de la información juvenil en los medios ofrece una visión parcial de los acontecimientos juveniles donde priman el “ambiente juvenil” y las formas de producción de información (noticias):
    - El reflejo *presentista* del “ambiente juvenil” en las noticias sobre jóvenes coincide con la percepción social de la juventud marcada por una existencia en la que sólo cuenta el presente: los eslóganes juveniles inciden en esa idea, “vive el presente”; que tienen un fuerte carácter consumista.
    - Esta ubicación de la juventud en el presente por parte de los medios, muestra una visión descontextualizada de los acontecimientos juveniles: la ausencia de referencias al pasado (causas) y al futuro (consecuencias) refuerza la representación estereotipada de los jóvenes en torno a situaciones coyunturales: hedonismo juvenil, sucesos conflictivos, etc., que en ocasiones remiten a problemas estructurales más profundos de la sociedad.
6. La producción de la referencia en cuanto a los personajes que intervienen en los acontecimientos juveniles, refuerza el carácter institucional de los relatos noticiosos y la subordinación del colectivo juvenil al adulto.
- a) 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 organizaciones a las que representan a través de los relatos informativos.
  - b) 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, entre las que se incluyen los medios de comunicación.
  - c) Los personajes jóvenes que se incluyen en los relatos sobre acontecimientos juveniles no suelen aparecer designados por su edad, lo que impide relacionar sus actitudes y comportamientos sociales con las diferentes edades juveniles. Este tratamiento informativo refuerza una representación normalizada de la juventud, mostrándola como un colectivo excesivamente homogéneo en el que no se reflejan las múltiples juventudes.
7. La referencia informativa sobre las acciones que desempeñan los personajes en los relatos juveniles se confecciona incluyendo por igual acciones relativas a la comunicación (expresivas) y acciones relativas a la ejecución (ejecutivas). Las acciones relativas al hacer de los personajes (ejecutivas) ofrecen una visión más positiva sobre la juventud, que la que subyace de las acciones expresivas (relativas a la comunicación).

Las acciones expresivas de los personajes en las noticias sobre jóvenes, remiten mayoritariamente a las opiniones de las instituciones, que frecuentemente ofrecen una visión negativa de la juventud.

El hecho de que en los relatos noticiosos los personajes jóvenes desempeñen en mayor medida acciones expresivas de naturaleza informativa (declaraciones y presentaciones), que acciones expresivas críticas y propositivas, refuerza el papel secundario que los medios conceden a los propios jóvenes en los acontecimientos juveniles.

8. Los medios de comunicación refuerzan la visión subordinada de la juventud cuando conceden un papel más activo en los relatos noticiosos a los personajes institucionales que a los propios jóvenes. Los medios conceden en mayor medida la palabra a los representantes institucionales que a los protagonistas juveniles.

El papel secundario de la juventud también se refleja en el tipo de intervenciones expresivas que llevan a cabo los jóvenes en los relatos, donde predominan las declaraciones y presentaciones (de contenido más neutro) sobre las críticas y proposiciones (de carácter más activo y participativo).

Estas consideraciones o conclusiones sobre la producción de información por parte de los medios ofrecen algunas 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.

Después de este trabajo parece evidenciarse que las formas de selección y tratamiento informativo de los asuntos de los jóvenes por los medios, vienen a legitimar una visión de la juventud desde la perspectiva de las instituciones y de los adultos. Y así lo vienen percibiendo los propios jóvenes, que, como demuestran diversas investigaciones, no se ven reflejados ni identificados con los modelos que de ellos y de su mundo se ofrecen. Esto podría explicar la tradicional falta de interés que los jóvenes muestran por la información de los medios de comunicación tradicionales, *“Los jóvenes no se identifican a sí mismos en las imágenes estereotipadas que ofrecen de ellos los medios de comunicación social...La difusión de una versión sesgada, manipulada o incompleta de la realidad juvenil, contribuye a acentuar la marginación de los jóvenes, a reducir sus posibilidades de inserción crítica en la sociedad, y de ejercer un verdadero papel de fermento renovador”*<sup>67</sup>.

---

<sup>67</sup> RODRIGUEZ GONZÁLEZ, Félix [et al.]. Comunicación y lenguaje juvenil. Madrid: Fundamentos, 1989.

- BACA LAGOS, Vicente: Imagen de los jóvenes en los medios de comunicación de masas. Madrid: Injuve, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 1998.
- ESPÍN, Manuel. 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, 2002.
- FARNÓS DE LOS SANTOS, Teresa. TV, cine y videojuegos. En VIII Reunión Internacional sobre Biología y Sociología de la Violencia. Violencia y Juventud. Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia (Valencia 14 y 15 de octubre de 2004).
- GIL CALVO, Enrique. Ocio y prácticas culturales de los jóvenes. Madrid: Injuve, 1985.
- GONZÁLEZ BLASCO [et al.] *Jóvenes españoles 2000*. Madrid: Acento, 2000.
- GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, B. y REGO RODRÍGUEZ, E.: Problemas emergentes en la salud mental de la juventud. Madrid: Injuve, 2006.
- IGARTÚA, J.; MUÑIZ, C. y OTERO, J. A.: “El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing”. En Revista Global Media Journal, vol. 3, n. 5, primavera 2006.
- IGARTÚA, J. J. y MUÑIZ, C.: “Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y la televisión españolas”. En Zer, n. 16, 2004.
- INJUVE. Informe 2004 Juventud en España. Madrid: Injuve, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2005.
- INJUVE. Informe anual Jóvenes 2006. En: <http://zeus/injuve/contenidos.item.action?id=409080779&menuId=1627100828> [consultado el 18 de julio de 2007].
- INJUVE. 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. Plan Interministerial de Juventud 2005-2008. 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. Sondeo de opinión y situación de la gente joven (2006, 2ª encuesta). Percepción generacional, Valores y actitudes, Calidad de vida y Felicidad. En: <http://www.injuve.mtas.es/injuve> [consultado el 18 de julio de 2007]
- INJUVE. Sondeo de opinión y situación de la gente joven 2003 (2ª encuesta). Violencia, Inmigración, Teléfono móvil e Internet. En: <http://www.injuve.mtas.es/injuve/> [consultado el 18 de julio de 2007].

- JÓVENES en los medios. La imagen mediática de la juventud, desde su propia mirada. Madrid: Instituto de la Juventud, 2007, 136 p.
- 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, núm. 215, de 07/11/2006 y B.O.E. núm. 286, de 30/11/2006).
- MARTÍN CRIADO, Enrique. Producir la juventud. Madrid: Istmo. 1998, 382 p. ISBN 84-7090-312-8.
- MARTÍN SERRANO, Manuel; VELARDE HERMIDA, Olivia. Informe de Juventud 2000. Madrid: Injuve, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2001.
- MARTÍN SERRANO, Manuel. La producción social de comunicación. (1ª ed.) Madrid: Alianza Editorial, 1986.
- McCOMBS, M. E.; SHAW, D. y SHAW. The Agenda-Setting Function of Mass Media. En POQ, 1972, 36, p. 176-187.
- MEGÍAS QUIRÓS [et al.]. Jóvenes y sexo: el estereotipo que obliga y el rito que identifica (FAD). Madrid: Injuve, 2005.
- MEGÍAS QUIRÓS, Ignacio y RODRÍGUEZ SAN JULIÁN, Elena. Jóvenes en los medios. Madrid: FAD; Obra Social de Caja Madrid; INJUVE, 2007.
- PALOMERO PESCADOR, J. E. y FERNÁNDEZ DOMÍNGUEZ, M. R. "La violencia escolar: Un punto de vista global" En Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado, n. 41, (2001), p. 19-38.
- PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS. Guía de buenas prácticas para medios de comunicación y profesionales de la información. En: [www.pnsd.msc.es/prensa/BuenasPracticas.htm](http://www.pnsd.msc.es/prensa/BuenasPracticas.htm) [consultado el 18 de julio de 2007].
- REVILLA CASTRO, Juan Carlos. "La construcción discursiva de la juventud". En Papers, n. 63/64, 2001.
- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, Félix [et al.]. Comunicación y lenguaje juvenil. Madrid: Fundamentos, 1989.
- SEMETKO, H. y VALKENBURG, P. "Framing European Politics: a content analysis of press and television news". En Journal of Communication, 2000, n. 50, (2), p. 93-109. Estos autores.
- TUCHMAN, G. La producción de la noticia. Barcelona: Gustavo Gili, 1983, p. 13.
- VAN DIJK, T. A. Racismo y análisis crítico de los medios. Barcelona: Paidós, 1997 y VAN DIJK, T. A. Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina. Barcelona: Gedisa, 2003.

## 7.1. Protocolos de recogida de la información

**PROTOCOLO de NOTICIAS**

Campos de control:

P0\_C. Control:  Archivo del doc. original:  Título de la noticia:

El medio

P.1 Medio en que se publica la noticia:  Prensa → P.1b) Sección:   
 Radio  
 Televisión

P.2 Ámbito del Medio:  Nacional  
 Regional  
 Local

La noticia

P.3 Ámbito de la noticia:

Tema de la noticia

P.4 Tema principal:

P.4b) Categoría del tema principal:

<input type="radio"/> BOTELLÓN	<input type="radio"/> INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	<input type="radio"/> TOXICOMANÍA
<input type="radio"/> ECONOMÍA Y CONSUMO	<input type="radio"/> INMIGRACIÓN	<input type="radio"/> TRÁFICO
<input type="radio"/> EMPLEO	<input type="radio"/> OCIO Y TIEMPO LIBRE	<input type="radio"/> VALORES Y CIUDADANÍA
<input type="radio"/> ESTILOS DE VIDA	<input type="radio"/> RELACIONES FAMILIARES	<input type="radio"/> VIOLENCIA Y DELITOS
<input type="radio"/> FORMACIÓN	<input type="radio"/> SALUD	<input type="radio"/> VIVIENDA
<input type="radio"/> GENERAL	<input type="radio"/> SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	

(Seleccionar subcategoría según corresponda)

**F.4c) Subcategorías para Bolelón**

- General
- Marco jurídico
- Acción social y espacial
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública
- Respuesta social
- Observatorio social

**F.4d) Subcategorías para Economía y Consumo**

- General
- Consumo
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional pública
- Respuesta a intervención institucional privada

**F.4e) Subcategorías para Empleo**

- Desempleo, para juvenil
- General
- Marco jurídico, Reformas laborales
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública
- Situación empleo juvenil

**F.4f) Subcategorías para Estilos de vida**

- Conflicto entre actores
- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública

**F.4g) Subcategorías para Formación**

- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública
- Situación y problemas educativos

**F.4h) Subcategorías para General**

- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública

**F.4i) Subcategorías para Información y Tecnología**

- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención i

**F.4j) Subcategorías para Inmigración**

- Conflicto entre individuos
- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública

**F.4k) Subcategorías para Ocio y Tiempo libre**

- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública

**F.4l) Subcategorías para Relaciones familiares**

- Conflicto entre individuos
- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública

**F.4m) Subcategorías para salud**

- Adicciones, enfermedades
- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública

**F.4n) Subcategorías para Solidaridad y Voluntariado**

- General
- Observatorio social
- Participación y voluntariado
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública

**F.4o) Subcategorías para Toxicomanía**

- Adicciones, drogodependencias juveniles
- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública

**F.4p) Subcategorías para Tráfico**

- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública
- Victimización y accidentes de tráfico

**F.4q) Subcategorías para Valores y Ciudadanía**

- Conflicto entre actores
- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública
- Valores y normas, religión

**F.4r) Subcategorías para Violencia y Delitos**

- Conflicto entre actores
- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública
- Victimización

**F.4s) Subcategorías para Vivienda**

- General
- Observatorio social
- Respuesta a intervención institucional privada
- Respuesta a intervención institucional pública

**F.5 Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil:**

PS\_Tema específico con lo que aparece relacionado lo juvenil

#### Espacialidad

**F.6 Espacialidad del acontecer:**  Público  Privado  Indefinido

**F.7 Ámbito del acontecer:**  Internacional  Nacional  Regional  Local

**F.8 Ámbito concreto:** PS\_Ámbito concreto

**F.8b) Categorías del ámbito concreto:**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> Centros culturales, educativos o de ocio           | <input type="radio"/> Hogar                           |
| <input type="radio"/> Centros médicos, hospitalarios o de rehabilitación | <input type="radio"/> Instituciones públicas          |
| <input type="radio"/> Colectivos   | <input type="radio"/> Ubicación geográfica específica |
| <input type="radio"/> Entorno laboral y empresarial                      | <input type="radio"/> No consta o no queda claro      |
| <input type="radio"/> Espacios abiertos                                  | <input type="radio"/> Genérico                        |

**F.9 Temporalidad del acontecer:**  Pasado

- Pasado - Presente  
 Pasado - Presente - Futuro  
 Presente  
 Presente - Futuro  
 Futuro

#### Encuadre noticioso

**F.10 Encuadre noticioso:**

- (a) atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución  
 (b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones  
 (c) interés humano con el que se "dramatiza" o "emociona" la información  
 (d) moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales  
 (e) consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos o los que tendrá que hacer frente

#### Los personajes

**F.11 N° de personajes que intervienen en la noticia:** El Número

(Paso a Protocolo de Personajes)

## PROTOCOLO de PERSONAJES

Campos de control: P0\_C. Control: P0\_C0

F.12 Personaje: F.12\_Personaje

- F.12b) Categoría del personaje:**
- a) Instituciones públicas
  - b) Instituciones privadas y empresariales
  - c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes
  - d) Instituciones y organizaciones sociales
  - e) Observatorio social, instts estudios opinión.
  - f) Cuerpos de seguridad
  - g) Medios de comunicación
  - h) Instituciones juveniles
  - i) Personajes jóvenes
  - j) Personajes no jóvenes o indeterminados

(Seleccionar subcategoría según corresponda)

<p><b>F.12c) Subcategorías de Instituciones públicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Gobierno nacional</li> <li><input type="radio"/> Com. Autónomas</li> <li><input type="radio"/> Instituciones provinciales</li> <li><input type="radio"/> Ayuntamientos y sus representantes</li> <li><input type="radio"/> Representación institucional</li> <li><input type="radio"/> Otros organismos públicos</li> <li><input type="radio"/> General</li> </ul>	<p><b>F.12h) Subcategorías de Cuerpos de seguridad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Seguridad pública</li> <li><input type="radio"/> Seguridad privada</li> <li><input type="radio"/> General u Otros</li> </ul>
<p><b>F.12d) Subcategorías de Instituciones privadas y empresariales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Empresas</li> <li><input type="radio"/> Instituciones financieras y sus fundaciones</li> <li><input type="radio"/> General u Otros</li> </ul>	<p><b>F.12i) Subcategorías de Medios de comunicación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Internacionales</li> <li><input type="radio"/> Nacionales</li> <li><input type="radio"/> General u Otros</li> </ul>
<p><b>F.12e) Subcategorías de Instituciones educativas y culturales y sus representantes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Instituciones educativas</li> <li><input type="radio"/> Instituciones culturales</li> <li><input type="radio"/> General u Otros</li> </ul>	<p><b>F.12j) Subcategorías de Instituciones juveniles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Comités de juventud</li> <li><input type="radio"/> Secciones o áreas de Juv (Ayts, CC.AA...)</li> <li><input type="radio"/> Institutos de la juventud</li> <li><input type="radio"/> Asociaciones o bandas juveniles</li> <li><input type="radio"/> Ferias sobre juventud</li> <li><input type="radio"/> General u Otros</li> </ul>
<p><b>F.12f) Subcategorías de Instituciones y organizaciones sociales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Asociaciones</li> <li><input type="radio"/> General u Otros</li> </ul>	<p><b>F.12k) Subcategorías de Personajes jóvenes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Ámbito laboral</li> <li><input type="radio"/> Ámbito educativo</li> <li><input type="radio"/> Ámbito cultural</li> <li><input type="radio"/> Ámbito participación social</li> <li><input type="radio"/> Ámbito de conflicto</li> <li><input type="radio"/> General u Otros</li> </ul>
<p><b>F.12g) Subcategorías de Observatorio social, instituciones de estudios de opinión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Públicas</li> <li><input type="radio"/> Privadas</li> <li><input type="radio"/> Especialistas Investigadores</li> <li><input type="radio"/> General u Otros</li> </ul>	<p><b>F.12l) Subcategorías de Personajes no jóvenes o indeterminados</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Ciudadanos públicos</li> <li><input type="radio"/> Ciudadanos anónimos</li> <li><input type="radio"/> General u Otros</li> </ul>

### Características

F.13 ¿Es joven?  Sí  No

F.14 Género:  Masculino  Femenino  Genérico  Indeterminado

F.15 Individualización:  Individual  Colectivo  Sin datos o Indeterminado

F.16 ¿Se menciona su edad?  Sí  No → F.16b) Grupo de edad:  De 0 a 14 años  De 15 a 19 años  De 20 a 24 años  De 25 a 29 años  30 años o más

## Participación del personaje en la noticia

P.17 Nivel de implicación en la noticia:  Personaje principal  Personaje secundario

P.18 Rol que desempeña:  Protagonista, héroe  
 Antagonista, antihéroe  
 Cooperante del héroe  
 Cooperante del antihéroe  
 Controlador de quienes hacen o padecen  
 Ninguno de los anteriores o no está claro

### Acción principal

P.19 Acción principal:

P.19b) Tipo de acción:  Ejecutiva  Expresiva

P.19c) Evaluación de la acción principal:  Positiva  Negativa  Neutra

(Seleccionar subcategoría según corresponda)

Para las acciones Expresivas:

P.19d) Tipo de acción expresiva:  Declaraciones y presentaciones  
 Críticas, denuncias y reclamaciones  
 Proposiciones, demandas y evaluaciones

P.19e) Visión de la juventud:  Positiva  Negativa  Neutra

Para las acciones Ejecutivas:

P.19f) Tipo de acción ejecutiva:  Acciones participativas  
 Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto  
 Acciones controladoras o de control social  
 Acciones generales o prácticas sociales  
 Acciones de análisis social

P.19g) Visión de la juventud:  Positiva  Negativa  Neutra

### Otras acciones

P.20 Otras acciones:

P.20b) Tipo de acción:  Ejecutiva  Expresiva

(Seleccionar subcategoría según corresponda)

Para las acciones Expresivas:

P.20c) Tipo de acción expresiva:  Declaraciones y presentaciones  
 Críticas, denuncias y reclamaciones  
 Proposiciones, demandas y evaluaciones

P.20d) Visión de la juventud:  Positiva  Negativa  Neutra

Para las acciones Ejecutivas:

P.20e) Tipo de acción ejecutiva:  Acciones participativas  
 Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto  
 Acciones controladoras o de control social  
 Acciones generales o prácticas sociales  
 Acciones de análisis social

P.20f) Visión de la juventud:  Positiva  Negativa  Neutra

## Declaraciones

P.21 ¿El personaje habla?  Sí  No

(en caso afirmativo)

<b>P.21b) ¿Qué dice?</b>	<input type="text" value="P.21b. Qué dice el personaje....."/>
<b>P.21c) Tipo de acción expresiva:</b>	<input type="radio"/> Declaraciones y presentaciones <input type="radio"/> Críticas, denuncias y reclamaciones <input type="radio"/> Propositiones, demandas y evaluaciones
<b>P.21d) Con respecto al argumento principal de la noticia, ¿qué hace exactamente el personaje en sus declaraciones?</b>	<input type="radio"/> Confirma <input type="radio"/> Desmiente <input type="radio"/> Crítica
<b>P.21e) Visión de la juventud</b>	<input type="radio"/> Positiva <input type="radio"/> Negativa <input type="radio"/> Neutra

## Análisis de la imagen

P.22 ¿El personaje aparece en la imagen?  Sí  No

(en caso afirmativo)

<b>P.22b) ¿Haciendo qué?</b>	<input type="text" value="P.22b. Aparece en la imagen haciendo qué....."/>
<b>P.22c) Tipo de acción ejecutiva:</b>	<input type="radio"/> Acciones participativas <input type="radio"/> Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto <input type="radio"/> Acciones controladoras o de control social <input type="radio"/> Acciones generales o prácticas sociales <input type="radio"/> Acciones de análisis social
<b>P.22d) Visión de la juventud:</b>	<input type="radio"/> Positiva <input type="radio"/> Negativa <input type="radio"/> Neutra

## **7.2. Libro de códigos (*Protocolo de Noticias*)**

Campos de Control:

Título de la noticia

Archivo del documento original (*nombre del archivo electrónico*)

P.O.- Código de Control (*numeración correlativa automática de cada registro*)

P.1.- Medio en el que se publica la noticia:

- Prensa
- Radio
- Televisión

P.1b) (*Prensa*) Sección en la que se publica la noticia (*pregunta abierta*)

P.2.- Ámbito del Medio:

- Nacional
- Regional
- Local

P.3.- Ámbito de la noticia

- General
- Internacional
- Nacional
- Autonómico
- Local

P.4.- Tema principal de la noticia (*pregunta abierta, texto libre*)

P.4b) Categorías de P.4:

- **Botellón**
- **Economía y consumo**
- **Empleo**
- **Estilos de vida**
- **Formación**
- **General**
- **Información y tecnología**
- **Inmigración**
- **Ocio y tiempo libre**
- **Relaciones familiares**
- **Salud**
- **Solidaridad y voluntariado**
- **Toxicomanía**
- **Tráfico**
- **Valores y ciudadanía**
- **Violencia y delitos**
- **Vivienda**

P.4c) Subcategorías de P.4b, opción *Botellón*:

- General
- Marco jurídico
- Acción social y espacial
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública
- Respuesta social
- Observatorio social

P.4d) Subcategorías de P.4b, opción *Economía y consumo*:

- General
- Consumo
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional pública
- Respuesta o intervención institucional privada

P.4e) Subcategorías de P.4b, opción *Empleo*:

- Desempleo, paro juvenil
- General
- Marco jurídico, Reformas laborales
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública
- Situación empleo juvenil

P.4f) Subcategorías de P.4b, opción *Estilos de vida*:

- Conflicto entre actores
- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública

P.4g) Subcategorías de P.4b, opción *Formación*:

- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública
- Situación y problemas educativos

P.4h) Subcategorías de P.4b, opción *General*:

- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública

P.4i) Subcategorías de P.4b, opción *Información y tecnología*:

- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública
- TIC, consumos culturales, brecha digital

P.4j) Subcategorías de P.4b, opción *Inmigración*:

- Conflicto entre individuos
- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública

P.4k) Subcategorías de P.4b, opción *Ocio y tiempo libre*:

- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública

P.4l) Subcategorías de P.4b, opción *Relaciones familiares*:

- Conflicto entre individuos
- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública

P.4m) Subcategorías de P.4b, opción *Salud*:

- Adicciones, enfermedades
- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública

P.4n) Subcategorías de P.4b, opción *Solidaridad y voluntariado*:

- General
- Observatorio social
- Participación y voluntariado
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública

P.4ñ) Subcategorías de P.4b, opción *Toxicomanías*:

- Adicciones, drogodependencias juveniles
- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública

P.4o) Subcategorías de P.4b, opción *Tráfico*:

- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública
- Víctimización y accidentes de tráfico

P.4p) Subcategorías de P.4b, opción *Valores y ciudadanía*

- Conflicto entre actores
- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública
- Valores y normas, religión

P.4q) Subcategorías de P.4b, opción *Violencia y delitos*

- Conflicto entre actores
- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública
- Victimización

P.4r) Subcategorías de P.4b, opción *Vivienda*

- General
- Observatorio social
- Respuesta o intervención institucional privada
- Respuesta o intervención institucional pública

P.5.- Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil (*p. abierta*)

P.6.- Espacialidad del acontecer

- Público
- Privado
- Indeterminado

P.7.- Ámbito del acontecer

- Internacional
- Nacional
- Regional
- Local

P.8.- Ámbito concreto (*pregunta abierta*)

P.8b) Categorías de P.8:

- ***Centros culturales, educativos o de ocio***
- ***Centros médicos, hospitalarios o de rehabilitación***
- ***Colectivos***
- ***Entorno laboral y empresarial***
- ***Espacios abiertos***
- ***Hogar***
- ***Instituciones públicas***
- ***Ubicación geográfica específica***
- ***No consta o no queda claro***
- ***Genérico***

P.9.- Temporalidad del acontecer

- Pasado
- Pasado - Presente
- Pasado - Presente - Futuro
- Presente
- Presente - Futuro
- Futuro

P.10.- Encuadre noticioso

- a) atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución
- b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones
- c) interés humano con el que se “dramatiza” o “emociona” la información
- d) moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales
- e) consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente
- f) ninguna de las anteriores o no está claro

P.11.- Número de personajes que intervienen en la noticia (*indicar número*)

**(Protocolo de Personajes)**

Campos de Control:

P.O.- Código de Control (código automático que vincula a cada personaje con la noticia en la que aparece)

P.12.- Nombre del personaje mencionado en la noticia (*indicar nombre*)

P.12b) Categorías de P.12:

- a) Instituciones públicas
- b) Instituciones privadas y empresariales
- c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes
- d) Instituciones y organizaciones sociales
- e) Observatorio social, instits estudios opinión,
- f) Cuerpos de seguridad
- g) Medios de comunicación
- h) Instituciones juveniles
- i) Personajes jóvenes
- j) Personajes no jóvenes o indeterminados

P.12c) Subcategorías de P.12b, opción a)

- Gobierno nacional
- Com. Autónomas
- Instituciones provinciales
- Ayuntamientos y sus representantes
- Representación institucional
- Otros organismos públicos
- General

P.12d) Subcategorías de P.12b, opción b)

- Empresas
- Instituciones financieras y sus fundaciones
- General u Otros

P.12e) Subcategorías de P.12b, opción c)

- Instituciones educativas
- Instituciones culturales
- General u Otros

P.12f) Subcategorías de P.12b, opción d)

- Asociaciones
- General u Otros

P.12g) Subcategorías de P.12b, opción e)

- Públicas
- Privadas
- Especialistas investigadores
- General u Otros

P.12h) Subcategorías de P.12b, opción f)

- Seguridad pública
- Seguridad privada
- General u Otros

P.12i) Subcategorías de P.12b, opción g)

- Internacionales
- Nacionales
- General u Otros

P.12j) Subcategorías de P.12b, opción h)

- Consejos de juventud
- Secciones o áreas de Juv (Aytos, CC.AA., ...)
- Institutos de la juventud
- Asociaciones o bandas juveniles
- Ferias sobre juventud
- General u Otros

P.12k) Subcategorías de P.12b, opción i)

- Ámbito laboral
- Ámbito educativo
- Ámbito cultural
- Ámbito participación social
- Ambito de conflicto
- General u Otros

P.12l) Subcategorías de P.12b, opción j)

- Ciudadanos públicos
- Ciudadanos anónimos
- General u Otros

P.13.- ¿Es joven?

- Sí
- No

P.14.- Género

- Masculino
- Femenino
- Genérico
- Indeterminado

P.15.- Individualización

- Individual
- Colectivo
- Sin datos o indeterminado

P.16.- ¿Se menciona su edad?

- Sí
- No

*(en caso afirmativo, pasa a P.16b); en caso negativo, pasa a P.17)*

P.16b) Grupo de edad al que pertenece

- De 0 a 14 años
- De 15 a 19 años
- De 20 a 24 años
- De 25 a 29 años
- 30 años o más

P.17.- Nivel de implicación en la noticia

- Personaje principal
- Personaje secundario

P.18.- Rol que desempeña

- Protagonista, héroe
- Antagonista, antihéroe
- Cooperante del héroe
- Cooperante del antihéroe
- Controlador de quienes hacen o padecen
- Ninguno de los anteriores o no está claro

P.19.- Acción principal (*p. abierta*)

P.19b) Tipo de acción:

- Ejecutiva
- Expresiva

P.19c) Evaluación de la acción principal

- Positiva
- Negativa
- Neutra

*(Seleccionar subcategorías según corresponda)*

#### Para las Acciones Expresivas

P.19d) Tipo de acción expresiva:

- Declaraciones y presentaciones
- Críticas, denuncias y reclamaciones
- Propositiones, demandas y evaluaciones

P.19e) Visión de la juventud

- Positiva
- Negativa
- Neutra

#### Para las Acciones Ejecutivas

P.19f) Tipo de acción ejecutiva:

- Acciones participativas
- Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto
- Acciones controladoras o de control social
- Acciones generales o prácticas sociales
- Acciones de análisis social

P.19g) Visión de la juventud

- Positiva
- Negativa
- Neutra

P.20.- Otras acciones (*pregunta abierta*)

P.20b) Tipo de acción:

- Ejecutiva
- Expresiva

(*Seleccionar subcategorías según corresponda*)

#### Para las Acciones Expresivas

P.20c) Tipo de acción expresiva:

- Declaraciones y presentaciones
- Críticas, denuncias y reclamaciones
- Propositiones, demandas y evaluaciones

P.20d) Visión de la juventud

- Positiva
- Negativa
- Neutra

#### Para las Acciones Ejecutivas

P.20e) Tipo de acción ejecutiva:

- Acciones participativas
- Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto
- Acciones controladoras o de control social
- Acciones generales o prácticas sociales
- Acciones de análisis social

P.20f) Visión de la juventud

- Positiva
- Negativa
- Neutra

P.21.- ¿El personaje habla?

- Sí
- No

(*en caso afirmativo, pasa a P.21b*); *en caso negativo, pasa a P.22*)

P.21b) ¿Qué dice? (*pregunta abierta*)

P.21c) Tipo de acción expresiva:

- Declaraciones y presentaciones
- Críticas, denuncias y reclamaciones
- Propositiones, demandas y evaluaciones

P.21d) Con respecto al argumento principal, ¿qué hace exactamente?

- Confirma
- Desmiente
- Crítica

P.21e) Visión de la juventud

- Positiva
- Negativa
- Neutra

P.22.- ¿El personaje aparece en la imagen?

- Sí
- No

(*en caso afirmativo, pasa a P.22b*); *en caso negativo, fin del cuestionario*)

P.22b) En caso afirmativo, ¿qué hace? (*pregunta abierta*)

P.22c) Tipo de acción ejecutiva:

- Acciones participativas
- Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto
- Acciones controladoras o de control social
- Acciones generales o prácticas sociales
- Acciones de análisis social

P.22d) Visión de la juventud

- Positiva
- Negativa
- Neutra

P.23) Observaciones

### 7.3. Índice de tablas

#### ***Salidas de Frecuencias: Noticias***

Relación de tablas:

Tabla 1: Medio en el que se publica la noticia

Tabla 2: Ámbito del medio

Tabla 3: Ámbito de la noticia

Tabla 4: Tema principal

Tabla 5: Tema principal (agrupado en ÁREAS)

Tabla 6: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: BOTELLÓN

Tabla 7: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: SALUD

Tabla 8: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: TOXICOMANIAS

Tabla 9: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: TRÁFICO

Tabla 10: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: ECONOMÍA Y CONSUMO

Tabla 11: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: ESTILOS DE VIDA

Tabla 12: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA

Tabla 13: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: OCIO Y TIEMPO LIBRE

Tabla 14: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: FORMACIÓN

Tabla 15: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: EMPLEO

Tabla 16: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: VIVIENDA

Tabla 17: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO

Tabla 18: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: VIOLENCIA Y DELITOS

Tabla 19: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: VALORES Y CIUDADANÍA

Tabla 20: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: INMIGRACIÓN

Tabla 21: Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: RELACIONES FAMILIARES

Tabla 22: Encuadre noticioso

Tabla 23: Evaluación de la noticia

Tabla 24: Espacialidad del acontecer

Tabla 25: Ámbito del acontecer

Tabla 26: Ámbito concreto

Tabla 27: Temporalidad del acontecer

Tabla 28: Nº personajes que intervienen en la noticia

**Tabla 1**  
**Medio en el que se publica la noticia**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
Prensa	377	69%
Radio	101	18%
Televisión	69	13%

**Tabla 2**  
**Ámbito del medio**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
Nacional	112	20%
Regional	408	75%
Local	27	5%

**Tabla 3**  
**Ámbito de la noticia**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
General	14	3%
Internacional	14	3%
Nacional	122	22%
Autonómico	165	30%
Local	232	42%

**Tabla 4**  
**Tema principal de la noticia**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
BOTELLÓN	105	19%
ECONOMÍA Y CONSUMO	31	6%
EMPLEO	39	7%
ESTILOS DE VIDA	12	2%
FORMACIÓN	42	8%
GENERAL	20	4%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	12	2%
INMIGRACIÓN	8	1%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	49	9%
RELACIONES FAMILIARES	7	1%
SALUD	21	4%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	15	3%
TOXICOMANÍA	37	7%
TRÁFICO	9	2%
VALORES Y CIUDADANÍA	13	2%
VIOLENCIA Y DELITOS	71	13%
VIVIENDA	56	10%

**Tabla 5**  
**Tema principal de la noticia**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
Emancipación	95	17%
Participación	15	3%
Convivencia y diversidad	99	18%
Habitos Vida Saludable y M.Ambiente	172	31%
Ocio, Cultura, T.Libre	104	19%
Formación	42	8%
Otros	20	4%

**Tabla 6**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: BOTELLÓN**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	105	100%
Acción social y espacial	22	21%
General	4	4%
Marco jurídico	38	36%
Observatorio social	6	6%
Respuesta o intervención institucional pública	26	25%
Respuesta social	9	9%

**Tabla 7**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: SALUD**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	21	100%
Adicciones, enfermedades	18	86%
General	1	5%
Respuesta o intervención institucional pública	2	10%

**Tabla 8**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: TOXICOMANÍAS**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	36	100%
Adicciones, drogodependencias juveniles	24	67%
General	1	3%
Observatorio social	5	14%
Respuesta o intervención institucional pública	6	17%

**Tabla 9**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: TRÁFICO**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	9	100%
General	2	22%
Observatorio social	1	11%
Respuesta o intervención institucional privada	1	11%
Respuesta o intervención institucional pública	3	33%
Victimización y accidentes de tráfico	2	22%

**Tabla 10**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: ECONOMÍA Y CONSUMO**

	CASOS	% COL
TOTAL	31	100%
Consumo	3	10%
Observatorio social	2	6%
Respuesta o intervención institucional privada	16	52%
Respuesta o intervención institucional pública	10	32%

**Tabla 11**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: ESTILOS DE VIDA**

	CASOS	% COL
TOTAL	12	100%
Conflicto entre actores	9	75%
Observatorio social	1	8%
Respuesta o intervención institucional pública	2	17%

**Tabla 12**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA**

	CASOS	% COL
TOTAL	12	100%
Observatorio social	4	33%
Respuesta o intervención institucional pública	3	25%
TIC, consumos culturales, brecha digital	5	42%

**Tabla 13**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: OCIO Y TIEMPO LIBRE**

	CASOS	% COL
TOTAL	49	100%
General	2	4%
Observatorio social	1	2%
Respuesta o intervención institucional pública	46	94%

**Tabla 14**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: FORMACIÓN**

	CASOS	% COL
TOTAL	42	100%
General	4	10%
Observatorio social	8	19%
Respuesta o intervención institucional privada	3	7%
Respuesta o intervención institucional pública	22	52%
Situación y problemas educativos	5	12%

**Tabla 15**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: EMPLEO**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	39	100%
Desempleo, paro juvenil	5	13%
General	1	3%
Marco jurídico, Reformas laborales	1	3%
Observatorio social	2	5%
Respuesta o intervención institucional privada	1	3%
Respuesta o intervención institucional pública	12	31%
Situación empleo juvenil	17	44%

**Tabla 16**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: VIVIENDA**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	53	100%
General	9	17%
Observatorio social	8	15%
Respuesta o intervención institucional privada	1	2%
Respuesta o intervención institucional pública	35	66%

**Tabla 17**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	15	100%
Observatorio social	1	7%
Participación y voluntariado	7	47%
Respuesta o intervención institucional privada	1	7%
Respuesta o intervención institucional pública	6	40%

**Tabla 18**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: VIOLENCIA Y DELITOS**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	71	100%
Conflicto entre actores	57	80%
Observatorio social	1	1%
Respuesta o intervención institucional pública	13	18%

**Tabla 19**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: VALORES Y CIUDADANÍA**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	13	100%
Conflicto entre actores	2	15%
General	1	8%
Respuesta o intervención institucional pública	7	54%
Valores y normas, religión	3	23%

**Tabla 20**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: INMIGRACIÓN**

	CASOS	% COL
TOTAL	8	100%
General	2	25%
Observatorio social	2	25%
Respuesta o intervención institucional pública	4	50%

**Tabla 21**  
**Tema específico con el que aparece relacionado lo juvenil: RELACIONES FAMILIARES**

	CASOS	% COL
TOTAL	7	100%
Conflicto entre individuos	4	57%
Observatorio social	1	14%
Respuesta o intervención institucional pública	2	29%

**Tabla 22**  
**Encuadre noticioso**

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
a) atribución de responsabilidad, donde responsabilidad y posible solución es atribuida a un gobierno, individuo o institución	337	62%
b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones	34	6%
c) interés humano con el que se "dramatiza" o "emociona" la información	86	16%
d) moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales	22	4%
e) consecuencias económicas, presentándolo en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente	51	9%
f) ninguna de las anteriores	17	3%

**Tabla 23**  
**Evaluación de la noticia**

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
NEGATIVO	209	38%
NEUTRO	67	14%
POSITIVO	261	48%

**Tabla 24**  
**Espacialidad del acontecer**

	CASOS	% COL
TOTAL	547	100%
Público	16	3%
Privado	477	87%
Indeterminado	54	10%

**Tabla 25**  
**Ámbito del acontecer**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
Internacional	18	3%
Nacional	131	24%
Regional	158	29%
Local	240	44%

**Tabla 26**  
**Ámbito concreto**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
Centros culturales, educativos o de ocio	137	25%
Centros médicos, hospitalarios o de rehabilitación	6	1%
Colectivos	32	6%
Entorno laboral y empresarial	16	3%
Espacios abiertos	62	11%
Genérico	36	7%
Hogar	78	14%
Instituciones públicas	42	8%
No consta o no queda claro	6	1%
Ubicación geográfica específica	132	24%

**Tabla 27**  
**Temporalidad del acontecer**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
Pasado	5	1%
Pasado - Presente	77	14%
Pasado - Presente - Futuro	87	16%
Presente	194	35%
Presente - Futuro	178	33%
Futuro	6	1%

**Tabla 28**  
**Número de personajes que intervienen en la noticia**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	547	100%
Ninguno	14	3%
Uno	197	36%
Dos	164	30%
Tres	85	16%
Cuatro	42	8%
Cinco	23	4%
Seis o más	22	4%

## Salidas de Frecuencias: Personajes

Relación de tablas:

- Tabla 29: Personajes mencionados en la noticia
- Tabla 30: Detalle del personaje: a) Instituciones públicas
- Tabla 31: Detalle del personaje: b) Instituciones privadas y empresariales
- Tabla 32: Detalle del personaje: c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes
- Tabla 33: Detalle del personaje: d) Instituciones y organizaciones sociales
- Tabla 34: Detalle del personaje: "e) Observatorio social, instits estudios opinión,
- Tabla 35: Detalle del personaje: f) Cuerpos de seguridad
- Tabla 36: Detalle del personaje: "g) Medios de comunicación
- Tabla 37: Detalle del personaje: h) Instituciones juveniles
- Tabla 38: Detalle del personaje: i) Personajes jóvenes
- Tabla 39: Detalle del personaje: j) Personajes no jóvenes o indeterminados
- Tabla 40: ¿Es joven?
- Tabla 41: Género
- Tabla 42: Individualización
- Tabla 43: ¿Se menciona su edad?
- Tabla 44: Grupo de edad
- Tabla 45: Nivel de implicación en la noticia
- Tabla 46: Rol
- Tabla 47: Acción principal
- Tabla 48: Evaluación de la acción principal
- Tabla 49: Acción principal: Tipo de acción expresiva
- Tabla 50: Acción principal expresiva: Visión de la juventud
- Tabla 51: Acción principal: Tipo de acción ejecutiva
- Tabla 52: Acción principal ejecutiva: Visión de la juventud
- Tabla 53: ¿El personaje habla?
- Tabla 54: El personaje habla: Tipo de acción expresiva
- Tabla 55: El personaje habla. Con respecto al argumento principal de la noticia, ¿qué hace exactamente el personaje en sus declaraciones?
- Tabla 56: El personaje habla. Visión de la juventud
- Tabla 57: ¿Aparece en la imagen?
- Tabla 58: El personaje aparece en la imagen: Tipo de acción ejecutiva
- Tabla 59: El personaje aparece en la imagen: Visión de la juventud

**Tabla 29**  
**Personajes mencionados en la noticia**

	CASOS	% COL
TOTAL	1240	100,0%
a) Instituciones públicas	418	33,7%
b) Instituciones privadas y empresariales	66	5,3%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	80	6,5%
d) Instituciones y organizaciones sociales	97	7,8%
e) Observatorio social, instits. Estudios de opinión, etc.	93	7,5%
f) Cuerpos de seguridad	26	2,1%
g) Medios de comunicación	14	1,1%
h) Instituciones juveniles	118	9,5%
i) Personajes jóvenes	283	22,8%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	45	3,6%

**Tabla 30**  
**Detalle del personaje: a) Instituciones públicas**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	418	100,0%
Gobierno nacional	34	8,1%
Com. Autónomas	109	26,1%
Instituciones provinciales	8	1,9%
Ayuntamientos y sus representantes	147	35,2%
Representación institucional	87	20,8%
Otros organismos públicos	19	4,5%
General	14	3,3%

**Tabla 31**  
**Detalle del personaje: b) Instituciones privadas y empresariales**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	66	100,0%
Empresas	20	30,3%
Instituciones financieras y sus fundaciones	44	66,7%
General u Otros	2	3,0%

**Tabla 32**  
**Detalle del personaje: c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	80	100,0%
Instituciones educativas	60	75,0%
Instituciones culturales	16	20,0%
General u Otros	4	5,0%

**Tabla 33**  
**Detalle del personaje: d) Instituciones y organizaciones sociales**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	97	100,0%
Asociaciones	73	75,3%
General u Otros	24	24,7%

**Tabla 34**  
**Detalle del personaje: e) Observatorio social, instits estudios opinión,**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	93	100,0%
Públicas	16	17,2%
Privadas	2	2,2%
Especialistas investigadores	70	75,3%
General u Otros	5	5,4%

**Tabla 35**  
**Detalle del personaje: f) Cuerpos de seguridad**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	26	100,0%
Seguridad pública	26	100,0%

**Tabla 36**  
**Detalle del personaje: g) Medios de comunicación**

	CASOS	% COL
TOTAL	14	100,0%
Internacionales	2	14,3%
Nacionales	12	85,7%

**Tabla 37**  
**Detalle del personaje: h) Instituciones juveniles**

	CASOS	% COL
TOTAL	118	100,0%
Consejos de juventud	15	12,7%
Secciones o áreas de Juventud (Aytos, CC.AA., ...)	54	45,8%
Institutos de la juventud	17	14,4%
Asociaciones o bandas juveniles	17	14,4%
General u Otros	15	12,7%

**Tabla 38**  
**Detalle del personaje: i) Personajes jóvenes**

	CASOS	% COL
TOTAL	283	100,0%
Ámbito laboral	28	9,9%
Ámbito educativo	31	11,0%
Ámbito cultural	31	11,0%
Ámbito participación social	16	5,7%
Ambito de conflicto	83	29,3%
General u Otros	94	33,2%

**Tabla 39**  
**Detalle del personaje: j) Personajes no jóvenes o indeterminados**

	CASOS	% COL
TOTAL	45	100,0%
Ciudadanos públicos	3	6,7%
Ciudadanos anónimos	32	71,1%
General u Otros	10	22,2%

**Tabla 40**  
**¿Es joven?**

	CASOS	% COL
TOTAL	396	100,0%
Sí	284	71,7%
No	112	28,3%

**Tabla 41**  
**Género**

	CASOS	% COL
TOTAL	396	100,0%
Masculino	162	40,9%
Femenino	113	28,5%
Genérico	121	30,6%

**Tabla 42**  
**Individualización**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	396	100,0%
Individual	273	68,9%
Colectivo	123	31,1%

**Tabla 43**  
**¿Se menciona su edad?**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	396	100,0%
Sí	83	21,0%
No	313	79,0%

**Tabla 44**  
**Grupo de edad**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	83	100,0%
De 0 a 14 años	1	1,2%
De 15 a 19 años	32	38,6%
De 20 a 24 años	29	34,9%
De 25 a 29 años	15	18,1%
30 años o más	6	7,2%

**Tabla 45**  
**Nivel de implicación en la noticia**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	1240	100,0%
Personaje principal	709	57,2%
Personaje secundario	531	42,8%

**Tabla 46**  
**Rol**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	1240	100,0%
Protagonista, héroe	561	45,2%
Antagonista, antihéroe	96	7,7%
Cooperante del héroe	190	15,3%
Cooperante del antihéroe	24	1,9%
Controlador de quienes hacen o padecen	349	28,1%
Ninguno de los anteriores o No está claro	20	1,6%

**Tabla 47**  
**Acción principal**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	1240	100,0%
Ejecutiva	626	50,5%
Expresiva	614	49,5%

**Tabla 48**  
**Evaluación de la acción principal**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	1240	100,0%
Positiva	446	36,0%
Negativa	306	24,7%
Neutra	488	39,4%

**Tabla 49**  
**Acción principal: Tipo de acción expresiva**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	614	100,0%
Declaraciones y presentaciones	410	66,8%
Críticas, denuncias y reclamaciones	111	18,1%
Proposiciones, demandas y evaluaciones	93	15,1%

**Tabla 50**  
**Acción principal expresiva: Visión de la juventud**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	614	100,0%
Positiva	52	8,5%
Negativa	236	38,4%
Neutra	326	53,1%

**Tabla 51**  
**Acción principal: Tipo de acción ejecutiva**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	626	100,0%
Acciones participativas	417	66,6%
Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto	69	11,0%
Acciones controladoras o de control social	50	8,0%
Acciones generales o prácticas sociales	33	5,3%
Acciones de análisis social	57	9,1%

**Tabla 52**  
**Acción principal ejecutiva: Visión de la juventud**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	625	100,0%
Positiva	152	24,3%
Negativa	158	25,3%
Neutra	315	50,4%

**Tabla 53**  
**¿El personaje habla?**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	1240	100,0%
Sí	675	54,4%
No	565	45,6%

**Tabla 54**  
**El personaje habla: Tipo de acción expresiva**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	675	100,0%
Declaraciones y presentaciones	445	65,9%
Críticas, denuncias y reclamaciones	158	23,4%
Proposiciones, demandas y evaluaciones	72	10,7%

**Tabla 55**  
**El personaje habla. Con respecto al argumento principal de la noticia, ¿qué hace exactamente el personaje en sus declaraciones?**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	675	100,0%
Confirma	587	87,0%
Desmiente	16	2,4%
Critica	72	10,7%

**Tabla 56**  
**El personaje habla. Visión de la juventud**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	675	100,0%
Positiva	179	26,5%
Negativa	118	17,5%
Neutra	378	56,0%

**Tabla 57**  
**¿Aparece en la imagen?**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	1240	100,0%
Sí	312	25,2%
No	928	74,8%

**Tabla 58**  
**El personaje aparece en la imagen: Tipo de acción ejecutiva**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	312	100,0%
Acciones participativas	58	18,6%
Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto	12	3,8%
Acciones controladoras o de control social	4	1,3%
Acciones generales o prácticas sociales	79	25,3%
Acciones de análisis social	120	38,5%
Actitud de refuerzo comunicativo	39	12,5%

**Tabla 59**  
**El personaje aparece en la imagen: Visión de la juventud**

	<b>CASOS</b>	<b>% COL</b>
TOTAL	312	100,0%
Positiva	87	27,9%
Negativa	26	8,3%
Neutra	199	63,8%

## CRUCES - *Ámbito del medio*

Relación de tablas:

Tabla 60: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según ÁMBITO DEL MEDIO

Tabla 61: ÁMBITO DEL MEDIO según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA

Tabla 62: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según ÁMBITO DEL MEDIO

Tabla 63: ÁMBITO DEL MEDIO según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)

**Tabla 60**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según ÁMBITO DEL MEDIO**

% verticales	TOTAL	Ámbito		
		Nacional	Regional	Local
BASE	(547)	(112)	(408)	(27)
BOTELLÓN	19%	7%	23%	7%
ECONOMÍA Y CONSUMO	6%	6%	6%	4%
EMPLEO	7%	9%	7%	7%
ESTILOS DE VIDA	2%	4%	1%	7%
FORMACIÓN	8%	6%	8%	11%
GENERAL	4%	2%	4%	7%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	2%	3%	2%	
INMIGRACIÓN	1%	1%	1%	7%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	4%	10%	11%
RELACIONES FAMILIARES	1%		1%	4%
SALUD	4%	5%	3%	11%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	3%	3%	3%	4%
TOXICOMANÍA	7%	12%	6%	4%
TRÁFICO	2%	4%	1%	4%
VALORES Y CIUDADANÍA	2%	4%	2%	
VIOLENCIA Y DELITOS	13%	24%	10%	7%
VIVIENDA	10%	8%	11%	4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 61**  
**ÁMBITO DEL MEDIO según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Ámbito			TOTAL
		Nacional	Regional	Local	
BASE	(547)	20%	75%	5%	100%
BOTELLÓN	(105)	8%	90%	2%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(31)	23%	74%	3%	100%
EMPLEO	(39)	26%	69%	5%	100%
ESTILOS DE VIDA	(12)	33%	50%	17%	100%
FORMACIÓN	(42)	17%	76%	7%	100%
GENERAL	(20)	10%	80%	10%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(12)	25%	75%		100%
INMIGRACIÓN	(8)	13%	63%	25%	100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(49)	8%	86%	6%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(7)		86%	14%	100%
SALUD	(21)	29%	57%	14%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(15)	20%	73%	7%	100%
TOXICOMANÍA	(37)	35%	62%	3%	100%
TRÁFICO	(9)	44%	44%	11%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(13)	31%	69%		100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(71)	38%	59%	3%	100%
VIVIENDA	(56)	16%	82%	2%	100%

**Tabla 62**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según ÁMBITO DEL MEDIO**

% verticales	TOTAL	Ámbito		
		Nacional	Regional	Local
BASE	(547)	(112)	(408)	(27)
Emancipación	17%	17%	18%	11%
Participación	3%	3%	3%	4%
Convivencia y diversidad	18%	29%	15%	19%
Habitos Vida Saludable y M.Ambiente	31%	28%	33%	26%
Ocio, Cultura, T.Libre	19%	16%	20%	22%
Formación	8%	6%	8%	11%
Otros	4%	2%	4%	7%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 63**  
**ÁMBITO DEL MEDIO según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	Ámbito			TOTAL
		Nacional	Regional	Local	
BASE	(547)	20%	75%	5%	100%
Emancipación	(95)	20%	77%	3%	100%
Participación	(15)	20%	73%	7%	100%
Convivencia y diversidad	(99)	32%	63%	5%	100%
Habitos Vida Saludable y M.Ambiente	(172)	18%	78%	4%	100%
Ocio, Cultura, T.Libre	(104)	17%	77%	6%	100%
Formación	(42)	17%	76%	7%	100%
Otros	(20)	10%	80%	10%	100%

**Cruces: Medio donde se publica la noticia**

Relación de tablas:

- Tabla 64: ÁMBITO DE LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA
- Tabla 65: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ÁMBITO DE LA NOTICIA
- Tabla 66: ESPACIALIDAD DEL ACONTECER según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA
- Tabla 67: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ESPACIALIDAD DEL ACONTECER
- Tabla 68: ÁMBITO DEL ACONTECER según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA
- Tabla 69: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ÁMBITO DEL ACONTECER
- Tabla 70: TEMPORALIDAD DEL ACONTECER según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA
- Tabla 71: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según TEMPORALIDAD DEL ACONTECER

**Tabla 64**  
**ÁMBITO DE LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
General	3%	2%	5%	1%
Internacional	3%	2%	1%	7%
Nacional	22%	16%	40%	29%
Autonómico	30%	27%	30%	48%
Local	42%	52%	25%	14%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 65**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ÁMBITO DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	Televisión	
TOTAL	(547)	69%	18%	13%	100%
General	(14)	57%	36%	7%	100%
Internacional	(14)	57%	7%	36%	100%
Nacional	(122)	51%	33%	16%	100%
Autonómico	(165)	62%	18%	20%	100%
Local	(232)	85%	11%	4%	100%

**Tabla 66**  
**ESPACIALIDAD DEL ACONTECER según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
Público	3%	4%	1%	
Privado	87%	86%	89%	88%
Indeterminado	10%	10%	10%	12%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 67**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ESPACIALIDAD DEL ACONTECER**

% horizontales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	Televisión	
TOTAL	(547)	69%	18%	13%	100%
Público	(16)	94%	6%		100%
Privado	(477)	68%	19%	13%	100%
Indeterminado	(54)	67%	19%	15%	100%

**Tabla 68**  
**ÁMBITO DEL ACONTECER según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
Internacional	3%	2%	2%	10%
Nacional	24%	18%	43%	30%
Regional	29%	27%	28%	42%
Local	44%	53%	28%	17%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 69**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ÁMBITO DEL ACONTECER**

% horizontales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	Televisión	
TOTAL	(547)	69%	18%	13%	100%
Internacional	(18)	50%	11%	39%	100%
Nacional	(131)	51%	33%	16%	100%
Regional	(158)	64%	18%	18%	100%
Local	(240)	83%	12%	5%	100%

**Tabla 70**  
**TEMPORALIDAD DEL ACONTECER según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
Pasado	1%	1%	1%	
Pasado - Presente	14%	15%	11%	14%
Pasado - Presente - Futuro	16%	16%	9%	25%
Presente	35%	33%	50%	28%
Presente - Futuro	33%	33%	30%	33%
Futuro	1%	2%		
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 71**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según TEMPORALIDAD DEL ACONTECER**

% horizontales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	Televisión	
BASE	(547)	69%	18%	13%	100%
Pasado	(5)	80%	20%		100%
Pasado - Presente	(77)	73%	14%	13%	100%
Pasado - Presente - Futuro	(87)	70%	10%	20%	100%
Presente	(194)	64%	26%	10%	100%
Presente - Futuro	(178)	70%	17%	13%	100%
Futuro	(6)	100%			100%

**Cruces: Encuadre noticioso**

Relación de tablas:

- Tabla 72: ENCUADRE NOTICIOSO según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA
- Tabla 73: Tabla 1 - MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ENCUADRE NOTICIOSO
- Tabla 74: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según ENCUADRE NOTICIOSO
- Tabla 75: ENCUADRE NOTICIOSO según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA
- Tabla 76: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según ENCUADRE NOTICIOSO
- Tabla 77: ENCUADRE NOTICIOSO según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)

**Tabla 72**  
**ENCUADRE NOTICIOSO según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
a) atribución de responsabilidad	62%	69%	63%	20%
b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones	6%	7%	3%	6%
c) interés humano ...	16%	10%	26%	35%
d) moralidad	4%	3%	1%	14%
e) consecuencias económicas	9%	11%	4%	9%
f) ninguna de las anteriores	3%	1%	3%	16%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

- a) atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución
- b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones
- c) interés humano con el que se "dramatiza" o "emociona" la información
- d) moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales
- e) consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente
- f) ninguna de las anteriores o no está claro

**Tabla 73**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ENCUADRE NOTICIOSO**

% horizontales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	Televisión	
TOTAL	(547)	69%	18%	13%	100%
a) atribución de responsabilidad	(337)	77%	19%	4%	100%
b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones	(34)	79%	9%	12%	100%
c) interés humano ...	(86)	42%	30%	28%	100%
d) moralidad	(22)	50%	5%	45%	100%
e) consecuencias económicas	(51)	80%	8%	12%	100%
f) ninguna de las anteriores	(17)	18%	18%	65%	100%

- a) atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución  
b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones  
c) interés humano con el que se "dramatiza" o "emociona" la información  
d) moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales  
e) consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente  
f) ninguna de las anteriores o no está claro

**Tabla 74**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según ENCUADRE NOTICIOSO**

% verticales	TOTAL	Encuadre noticioso					
		a)	b)	c)	d)	e)	f)
BASE	(547)	(337)	(34)	(86)	(22)	(51)	(17)
BOTELLÓN	19%	19%	59%	17%	23%	2%	
ECONOMÍA Y CONSUMO	6%	3%				39%	6%
EMPLEO	7%	4%	3%	17%	5%	20%	
ESTILOS DE VIDA	2%	1%	12%	5%			6%
FORMACIÓN	8%	10%	3%	2%	9%	2%	18%
GENERAL	4%	5%		1%	9%		6%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	2%	2%	3%	1%		6%	
INMIGRACIÓN	1%	1%	3%	2%	9%		
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	13%		1%			24%
RELACIONES FAMILIARES	1%	1%		1%	5%		
SALUD	4%	3%		10%	5%	2%	6%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	3%	2%	3%	5%	9%		
TOXICOMANÍA	7%	7%		12%			18%
TRÁFICO	2%	2%		3%			
VALORES Y CIUDADANÍA	2%	2%	3%	2%	14%		
VIOLENCIA Y DELITOS	13%	17%	6%	10%	9%		
VIVIENDA	10%	8%	6%	8%	5%	29%	18%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- a) atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución  
b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones  
c) interés humano con el que se "dramatiza" o "emociona" la información  
d) moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales  
e) consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente  
f) ninguna de las anteriores o no está claro

**Tabla 75**  
**ENCUADRE NOTICIOSO según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Encuadre noticioso						TOTAL
		a)	b)	c)	d)	e)	f)	
TOTAL	(547)	62%	6%	16%	4%	9%	3%	100%
BOTELLÓN	(105)	61%	19%	14%	5%	1%		100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(31)	32%				65%	3%	100%
EMPLEO	(39)	31%	3%	38%	3%	26%		100%
ESTILOS DE VIDA	(12)	25%	33%	33%			8%	100%
FORMACIÓN	(42)	79%	2%	5%	5%	2%	7%	100%
GENERAL	(20)	80%		5%	10%		5%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(12)	58%	8%	8%		25%		100%
INMIGRACIÓN	(8)	38%	13%	25%	25%			100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(49)	90%		2%			8%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(7)	71%		14%	14%			100%
SALUD	(21)	43%		43%	5%	5%	5%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(15)	53%	7%	27%	13%			100%
TOXICOMANÍA	(37)	65%		27%			8%	100%
TRÁFICO	(9)	67%		33%				100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(13)	54%	8%	15%	23%			100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(71)	82%	3%	13%	3%			100%
VIVIENDA	(56)	50%	4%	13%	2%	27%	5%	100%

- a) atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución  
b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones  
c) interés humano con el que se "dramatiza" o "emociona" la información  
d) moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales  
e) consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente  
f) ninguna de las anteriores o no está claro

**Tabla 76**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (área) según ENCUADRE NOTICIOSO**

% verticales	TOTAL	Encuadre noticioso					
		a)	b)	c)	d)	e)	f)
BASE	(547)	(337)	(34)	(86)	(22)	(51)	(17)
Emancipación	17%	12%	9%	26%	9%	49%	18%
Participación	3%	2%	3%	5%	9%		
Convivencia y diversidad	18%	22%	12%	16%	36%		
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	31%	31%	59%	43%	27%	4%	24%
Ocio, Cultura, T. Libre	19%	19%	15%	7%		45%	35%
Formación	8%	10%	3%	2%	9%	2%	18%
Otros	4%	5%		1%	9%		6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- a) atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución  
b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones  
c) interés humano con el que se "dramatiza" o "emociona" la información  
d) moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales  
e) consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente  
f) ninguna de las anteriores o no está claro

**Tabla 77**  
**ENCUADRE NOTICIOSO según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	Encuadre noticioso						TOTAL
		a)	b)	c)	d)	e)	f)	
TOTAL	(547)	62%	6%	16%	4%	9%	3%	100%
Emancipación	(95)	42%	3%	23%	2%	26%	3%	100%
Participación	(15)	53%	7%	27%	13%			100%
Convivencia y diversidad	(99)	74%	4%	14%	8%			100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(172)	60%	12%	22%	3%	1%	2%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(104)	62%	5%	6%		22%	6%	100%
Formación	(42)	79%	2%	5%	5%	2%	7%	100%
Otros	(20)	80%		5%	10%		5%	100%

- a) atribución de responsabilidad, donde la responsabilidad y posible solución del asunto es atribuida a un gobierno, individuo o institución  
b) conflicto entre individuos, grupos o instituciones  
c) interés humano con el que se "dramatiza" o "emociona" la información  
d) moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales  
e) consecuencias económicas, presentando el asunto en términos de los efectos económicos a los que tendrá que hacer frente  
f) ninguna de las anteriores o no está claro

**Cruces: Tema principal de la noticia**

Relación de tablas:

Tabla 78: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

Tabla 79: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA

Tabla 80: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

Tabla 81: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)

**Tabla 78**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
BOTELLÓN	19%	25%	4%	10%
ECONOMÍA Y CONSUMO	6%	7%	1%	4%
EMPLEO	7%	7%	8%	6%
ESTILOS DE VIDA	2%	1%	5%	4%
FORMACIÓN	8%	8%	5%	9%
GENERAL	4%	3%	4%	6%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	2%	2%	1%	3%
INMIGRACIÓN	1%	1%	2%	4%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	10%	5%	9%
RELACIONES FAMILIARES	1%	1%	1%	1%
SALUD	4%	3%	4%	6%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	3%	3%	1%	4%
TOXICOMANÍA	7%	6%	10%	6%
TRÁFICO	2%	1%	3%	3%
VALORES Y CIUDADANÍA	2%	2%	4%	1%
VIOLENCIA Y DELITOS	13%	8%	30%	16%
VIVIENDA	10%	10%	13%	7%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 79**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	Televisión	
TOTAL	(547)	69%	18%	13%	100%
BOTELLÓN	(105)	90%	4%	7%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(31)	87%	3%	10%	100%
EMPLEO	(39)	69%	21%	10%	100%
ESTILOS DE VIDA	(12)	33%	42%	25%	100%
FORMACIÓN	(42)	74%	12%	14%	100%
GENERAL	(20)	60%	20%	20%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(12)	75%	8%	17%	100%
INMIGRACIÓN	(8)	38%	25%	38%	100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(49)	78%	10%	12%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(7)	71%	14%	14%	100%
SALUD	(21)	62%	19%	19%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(15)	73%	7%	20%	100%
TOXICOMANÍA	(37)	62%	27%	11%	100%
TRÁFICO	(9)	44%	33%	22%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(13)	62%	31%	8%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(71)	42%	42%	15%	100%
VIVIENDA	(56)	68%	23%	9%	100%

**Tabla 80**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	Televisión
BASE	(547)	(377)	(101)	(69)
Emancipación	17%	17%	21%	13%
Participación	3%	3%	1%	4%
Convivencia y diversidad	18%	12%	37%	23%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	31%	36%	21%	25%
Ocio, Cultura, T. Libre	19%	21%	12%	20%
Formación	8%	8%	5%	9%
Otros	4%	3%	4%	6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 81**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (área)**

% horizontales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	Televisión	
TOTAL	(547)	69%	18%	13%	100%
Emancipación	(95)	68%	22%	9%	100%
Participación	(15)	73%	7%	20%	100%
Convivencia y diversidad	(99)	46%	37%	16%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(172)	78%	12%	10%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(104)	75%	12%	13%	100%
Formación	(42)	74%	12%	14%	100%
Otros	(20)	60%	20%	20%	100%

**Cruces: Evaluación de la noticia**

Relación de tablas:

Tabla 82: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según EVALUACIÓN DE LA NOTICIA

Tabla 83: EVALUACIÓN DE LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA

Tabla 84: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según EVALUACIÓN DE LA NOTICIA

Tabla 85: EVALUACIÓN DE LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)

**Tabla 82**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según EVALUACIÓN DE LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Evaluación		
		Negativo	Neutro	Positivo
BASE	(547)	(209)	(77)	(261)
BOTELLÓN	19%	32%	19%	9%
ECONOMÍA Y CONSUMO	6%	1%	3%	10%
EMPLEO	7%	8%	8%	7%
ESTILOS DE VIDA	2%	2%	5%	1%
FORMACIÓN	8%	3%	10%	11%
GENERAL	4%		8%	5%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	2%	1%	3%	3%
INMIGRACIÓN	1%	1%		2%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%		1%	18%
RELACIONES FAMILIARES	1%	1%	1%	1%
SALUD	4%	7%	1%	2%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	3%		1%	5%
TOXICOMANÍA	7%	11%	4%	5%
TRÁFICO	2%	1%	1%	2%
VALORES Y CIUDADANÍA	2%	1%	3%	3%
VIOLENCIA Y DELITOS	13%	23%	23%	2%
VIVIENDA	10%	7%	8%	13%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 83**  
**EVALUACIÓN DE LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Evaluación			TOTAL
		Negativo	Neutro	Positivo	
TOTAL	(547)	38%	14%	48%	100%
BOTELLÓN	(105)	64%	14%	22%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(31)	6%	6%	87%	100%
EMPLEO	(39)	41%	15%	44%	100%
ESTILOS DE VIDA	(12)	42%	33%	25%	100%
FORMACIÓN	(42)	14%	19%	67%	100%
GENERAL	(20)		30%	70%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(12)	17%	17%	67%	100%
INMIGRACIÓN	(8)	38%		63%	100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(49)		2%	98%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(7)	43%	14%	43%	100%
SALUD	(21)	67%	5%	29%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(15)		7%	93%	100%
TOXICOMANÍA	(37)	59%	8%	32%	100%
TRÁFICO	(9)	22%	11%	67%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(13)	23%	15%	62%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(71)	69%	25%	6%	100%
VIVIENDA	(56)	27%	11%	63%	100%

**Tabla 84**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según EVALUACIÓN DE LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Evaluación		
		Negativo	Neutro	Positivo
BASE	(547)	(209)	(77)	(261)
Emancipación	17%	15%	16%	20%
Participación	3%		1%	5%
Convivencia y diversidad	18%	28%	27%	8%
Habitos Vida Saludable y M.Ambiente	31%	50%	26%	18%
Ocio, Cultura, T.Libre	19%	4%	12%	33%
Formación	8%	3%	10%	11%
Otros	4%		8%	5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 85**  
**EVALUACIÓN DE LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	Evaluación			TOTAL
		Negativo	Neutro	Positivo	
TOTAL	(547)	38%	14%	48%	100%
Emancipación	(95)	33%	13%	55%	100%
Participación	(15)		7%	93%	100%
Convivencia y diversidad	(99)	59%	21%	20%	100%
Habitos Vida Saludable y M.Ambiente	(172)	61%	12%	27%	100%
Ocio, Cultura, T.Libre	(104)	9%	9%	83%	100%
Formación	(42)	14%	19%	67%	100%
Otros	(20)		30%	70%	100%

**Cruces: Personaje mencionado en la noticia**

Relación de tablas:

- Tabla 86: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según NIVEL DE IMPLICACIÓN EN LA NOTICIA
- Tabla 87: NIVEL DE IMPLICACIÓN EN LA NOTICIA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA
- Tabla 88: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según ROL DEL PERSONAJE
- Tabla 89: ROL DEL PERSONAJE según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA
- Tabla 90: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE
- Tabla 91: ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA
- Tabla 92: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA
- Tabla 93: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA
- Tabla 94: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)
- Tabla 95: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA
- Tabla 96: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA
- Tabla 97: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA

**Tabla 86**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según NIVEL DE IMPLICACIÓN EN LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Implicación noticia	
		Personaje principal	Personaje secundario
BASE	(1240)	(709)	(531)
a) Instituciones públicas	34%	33%	35%
b) Instituciones privadas y empresariales	5%	2%	10%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	6%	4%	9%
d) Instituciones y organizaciones sociales	8%	8%	8%
e) Observatorio social, instits estudios opinión, etc.	8%	5%	10%
f) Cuerpos de seguridad	2%	2%	3%
g) Medios de comunicación	1%	1%	2%
h) Instituciones juveniles	10%	9%	10%
i) Personajes jóvenes	23%	33%	9%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	4%	3%	5%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 87**  
**NIVEL DE IMPLICACIÓN EN LA NOTICIA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Implicación noticia		TOTAL
		Personaje principal	Personaje secundario	
TOTAL	(1240)	57%	43%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	56%	44%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	23%	77%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	(80)	39%	61%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	57%	43%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	41%	59%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	46%	54%	100%
g) Medios de comunicación	(14)	43%	57%	100%
h) Instituciones juveniles	(118)	54%	46%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	83%	17%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	44%	56%	100%

**Tabla 88**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según ROL DEL PERSONAJE**

% verticales	TOTAL	1	2	3	4	5	6
BASE	(1240)	(561)	(96)	(190)	(24)	(349)	(20)
a) Instituciones públicas	34%	35%	20%	35%	38%	37%	
b) Instituciones privadas y empresariales	5%	2%	1%	7%	8%	11%	5%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	6%	4%	3%	9%		10%	10%
d) Instituciones y organizaciones sociales	8%	8%	5%	11%	4%	7%	
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	8%	6%		14%		8%	5%
f) Cuerpos de seguridad	2%	2%	1%	3%		2%	
g) Medios de comunicación	1%	1%		1%		2%	
h) Instituciones juveniles	10%	6%	5%	5%		20%	5%
i) Personajes jóvenes	23%	33%	59%	10%	29%	1%	70%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	4%	3%	5%	5%	21%	2%	5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

1. Protagonista, héroe
2. Antagonista, antihéroe
3. Cooperante del héroe

4. Cooperante del antihéroe
5. Controlador de quienes hacen o padecen
6. Ninguno de los anteriores o No está claro

**Tabla 89**  
**ROL DEL PERSONAJE según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Rol						TOTAL
		1	2	3	4	5	6	
TOTAL	(1240)	45%	8%	15%	2%	28%	2%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	47%	5%	16%	2%	31%		100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	18%	2%	20%	3%	56%	2%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(80)	28%	4%	23%		44%	3%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	47%	5%	22%	1%	25%		100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	39%		29%		31%	1%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	50%	4%	19%		27%		100%
g) Medios de comunicación	(14)	36%		7%		57%		100%
h) Instituciones juveniles	(118)	27%	4%	8%		60%	1%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	65%	20%	7%	2%	1%	5%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	38%	11%	22%	11%	16%	2%	100%

1. Protagonista, héroe
2. Antagonista, antihéroe
3. Cooperante del héroe

4. Cooperante del antihéroe
5. Controlador de quienes hacen o padecen
6. Ninguno de los anteriores o No está claro

**Tabla 90**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE**

% verticales	TOTAL	Acción principal	
		Ejecutiva	Expresiva
BASE	(1240)	(626)	(614)
a) Instituciones públicas	34%	30%	37%
b) Instituciones privadas y empresariales	5%	6%	5%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	6%	8%	5%
d) Instituciones y organizaciones sociales	8%	6%	9%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	8%	5%	10%
f) Cuerpos de seguridad	2%	2%	2%
g) Medios de comunicación	1%	1%	2%
h) Instituciones juveniles	10%	13%	6%
i) Personajes jóvenes	23%	26%	19%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	4%	3%	4%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 91**  
**ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Acción principal		TOTAL
		Ejecutiva	Expresiva	
TOTAL	(1240)	50%	50%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	45%	55%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	55%	45%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(80)	60%	40%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	40%	60%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	34%	66%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	50%	50%	100%
g) Medios de comunicación	(14)	29%	71%	100%
h) Instituciones juveniles	(118)	69%	31%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	58%	42%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	44%	56%	100%

**Tabla 92**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

<i>% horizontales</i>	BASE	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)	TOTAL
TOTAL	(1240)	34%	5%	6%	8%	8%	2%	1%	10%	23%	4%	100%
BOTELLÓN	(203)	52%	1%	5%	10%	3%	6%		4%	15%	2%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(98)	19%	43%	1%	2%	1%			22%	11%		100%
EMPLEO	(77)	30%	4%	5%	4%	5%			5%	44%	3%	100%
ESTILOS DE VIDA	(28)	43%			18%		7%		14%	14%	4%	100%
FORMACIÓN	(100)	24%	1%	23%	8%	13%		4%	4%	19%	4%	100%
GENERAL	(51)	47%			8%	2%			33%	8%	2%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(35)	31%	11%	9%	14%	9%		3%	3%	14%	6%	100%
INMIGRACIÓN	(12)	33%	8%	8%	17%					33%		100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(117)	21%	2%	9%	3%	2%		1%	32%	27%	3%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(22)	32%		14%	14%	27%			9%	5%		100%
SALUD	(56)	11%	2%	2%	14%	36%		2%	2%	30%	2%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(39)	28%	8%	8%	21%				13%	23%		100%
TOXICOMANÍA	(51)	51%		6%	8%	14%	4%			14%	4%	100%
TRÁFICO	(23)	48%			4%	4%	4%	4%	4%	22%	9%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(35)	6%	3%	20%	17%	17%		3%	6%	23%	6%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(186)	31%	1%	4%	6%	8%	4%	3%	1%	33%	10%	100%
VIVIENDA	(107)	49%	4%	1%	2%	7%			7%	30%	1%	100%

a) Instituciones públicas  
b) Instituciones privadas y empresariales  
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes  
d) Instituciones y organizaciones sociales  
e) Observatorio social, instits estudios opinión, etc.

f) Cuerpos de seguridad  
g) Medios de comunicación  
h) Instituciones juveniles  
i) Personajes jóvenes  
j) Personajes no jóvenes o indeterminados

**Tabla 93**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

<i>% verticales</i>	TOTAL	Personaje										
		a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)	h)	i)	j)	
BASE	(1240)	(418)	(66)	(80)	(97)	(93)	(26)	(14)	(118)	(283)	(45)	
BOTELLÓN	16%	25%	5%	14%	22%	6%	50%		8%	11%	11%	
ECONOMÍA Y CONSUMO	8%	5%	64%	1%	2%	1%			19%	4%		
EMPLEO	6%	6%	5%	5%	3%	4%			3%	12%	4%	
ESTILOS DE VIDA	2%	3%			5%		8%		3%	1%	2%	
FORMACIÓN	8%	6%	2%	29%	8%	14%		29%	3%	7%	9%	
GENERAL	4%	6%			4%	1%			14%	1%	2%	
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	3%	3%	6%	4%	5%	3%		7%	1%	2%	4%	
INMIGRACIÓN	1%	1%	2%	1%	2%					1%		
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	6%	3%	14%	4%	2%		7%	32%	11%	7%	
RELACIONES FAMILIARES	2%	2%		4%	3%	6%			2%	0%		
SALUD	5%	1%	2%	1%	8%	22%		7%	1%	6%	2%	
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	3%	3%	5%	4%	8%				4%	3%		
TOXICOMANÍA	4%	6%		4%	4%	8%	8%			2%	4%	
TRÁFICO	2%	3%			1%	1%	4%	7%	1%	2%	4%	
VALORES Y CIUDADANÍA	3%	0%	2%	9%	6%	6%		7%	2%	3%	4%	
VIOLENCIA Y DELITOS	15%	14%	2%	10%	11%	16%	31%	36%	1%	22%	42%	
VIVIENDA	9%	12%	6%	1%	2%	9%			6%	11%	2%	
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

a) Instituciones públicas  
b) Instituciones privadas y empresariales  
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes  
d) Instituciones y organizaciones sociales  
e) Observatorio social, instits estudios opinión, etc.

f) Cuerpos de seguridad  
g) Medios de comunicación  
h) Instituciones juveniles  
i) Personajes jóvenes  
j) Personajes no jóvenes o indeterminados

**Tabla 94**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% verticales	TOTAL	Tema principal de la noticia						
		1	2	3	4	5	6	7
BASE	(1240)	(184)	(39)	(255)	(333)	(278)	(100)	(51)
a) Instituciones públicas	34%	41%	28%	27%	44%	24%	24%	47%
b) Instituciones privadas y empresariales	5%	4%	8%	1%	1%	17%	1%	
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	6%	3%	8%	7%	5%	5%	23%	
d) Instituciones y organizaciones sociales	8%	3%	21%	9%	10%	6%	8%	8%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	8%	7%		11%	10%	2%	13%	2%
f) Cuerpos de seguridad	2%			3%	5%	1%		
g) Medios de comunicación	1%			2%	1%	1%	4%	
h) Instituciones juveniles	10%	6%	13%	2%	3%	23%	4%	33%
i) Personajes jóvenes	23%	36%	23%	29%	18%	19%	19%	8%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	4%	2%		8%	3%	2%	4%	2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

1. Emancipación
2. Participación
3. Convivencia y diversidad
4. Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente

5. Ocio, Cultura, T. Libre
6. Formación
7. Otros

**Tabla 95**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Tema principal de la noticia							TOTAL
		1	2	3	4	5	6	7	
TOTAL	(1240)	15%	3%	21%	27%	22%	8%	4%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	18%	3%	17%	35%	16%	6%	6%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	11%	5%	5%	6%	73%	2%		100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	(80)	6%	4%	24%	19%	19%	29%		100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	5%	8%	23%	35%	16%	8%	4%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	13%		29%	37%	6%	14%	1%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)			31%	62%	8%			100%
g) Medios de comunicación	(14)			43%	14%	14%	29%		100%
h) Instituciones juveniles	(118)	9%	4%	4%	9%	55%	3%	14%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	23%	3%	26%	21%	18%	7%	1%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	7%		47%	22%	13%	9%	2%	100%

1. Emancipación
2. Participación
3. Convivencia y diversidad
4. Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente

5. Ocio, Cultura, T. Libre
6. Formación
7. Otros

**Tabla 96**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	TV
BASE	(1240)	(937)	(172)	(131)
a) Instituciones públicas	34%	34%	43%	22%
b) Instituciones privadas y empresariales	5%	6%	1%	3%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	6%	7%	5%	6%
d) Instituciones y organizaciones sociales	8%	9%	8%	2%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	8%	8%	6%	7%
f) Cuerpos de seguridad	2%	2%	2%	2%
g) Medios de comunicación	1%	1%	4%	
h) Instituciones juveniles	10%	11%	5%	4%
i) Personajes jóvenes	23%	19%	22%	50%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	4%	3%	5%	5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 97**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% verticales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	TV	
TOTAL	(1240)	76%	14%	11%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	75%	18%	7%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	91%	3%	6%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	(80)	79%	11%	10%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	84%	13%	3%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	80%	11%	10%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	81%	12%	8%	100%
g) Medios de comunicación	(14)	50%	50%		100%
h) Instituciones juveniles	(118)	89%	7%	4%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	64%	13%	23%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	67%	20%	13%	100%

***Cruces: Personajes jóvenes mencionados en la noticia***

Relación de tablas:

Tabla 98: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según GÉNERO DEL PERSONAJE MENCIONADO

Tabla 99: GÉNERO DEL PERSONAJE MENCIONADO según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

Tabla 100: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según INDIVIDUALIZACIÓN DEL PERSONAJE MENCIONADO

Tabla 101: INDIVIDUALIZACIÓN DEL PERSONAJE MENCIONADO según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

Tabla 102: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según MENCIONAN LA EDAD DEL PERSONAJE

Tabla 103: MENCIONAN LA EDAD DEL PERSONAJE según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

- Tabla 104: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según BLOQUE DE EDAD DEL PERSONAJE
- Tabla 105: BLOQUE DE EDAD DEL PERSONAJE según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 106: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según IMPLICACIÓN DEL PERSONAJE EN LA NOTICIA
- Tabla 107: IMPLICACIÓN DEL PERSONAJE EN LA NOTICIA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 108: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según ROL DEL PERSONAJE EN LA NOTICIA
- Tabla 109: ROL DEL PERSONAJE EN LA NOTICIA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 110: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE
- Tabla 111: ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 112: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA
- Tabla 113: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 114: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)
- Tabla 115: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 116: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA
- Tabla 117: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

**Tabla 98**  
PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según GÉNERO DEL PERSONAJE MENCIONADO

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	72%	28%	100%
Masculino	(162)	61%	39%	100%
Femenino	(113)	70%	30%	100%
Genérico	(121)	88%	12%	100%

**Tabla 99**  
GÉNERO DEL PERSONAJE MENCIONADO según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS

% verticales	BASE	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Masculino	41%	35%	57%
Femenino	29%	28%	31%
Genérico	31%	38%	13%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 100**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según INDIVIDUALIZACIÓN DEL PERSONAJE MENCIONADO**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	72%	28%	100%
Individual	(273)	64%	36%	100%
Colectivo	(123)	90%	10%	100%

**Tabla 101**  
**INDIVIDUALIZACIÓN DEL PERSONAJE MENCIONADO según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	BASE	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Individual	69%	61%	89%
Colectivo	31%	39%	11%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 102**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según MENCIONAN LA EDAD DEL PERSONAJE**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	72%	28%	100%
Sí	(83)	98%	2%	100%
No	(313)	65%	35%	100%

**Tabla 103**  
**MENCIONAN LA EDAD DEL PERSONAJE según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	BASE	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Sí	21%	28%	2%
No	79%	72%	98%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 104**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según BLOQUE DE EDAD DEL PERSONAJE**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(83)	98%	2%	100%
De 0 a 14 años	(1)		100%	100%
De 15 a 19 años	(32)	100%		100%
De 20 a 24 años	(29)	100%		100%
De 25 a 29 años	(15)	100%		100%
30 años o más	(6)	83%	17%	100%

**Tabla 105**  
**BLOQUE DE EDAD DEL PERSONAJE según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	BASE	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(83)	(81)	(2)
De 0 a 14 años	1%		50%
De 15 a 19 años	39%	40%	
De 20 a 24 años	35%	36%	
De 25 a 29 años	18%	19%	
30 años o más	7%	6%	50%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 106**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según IMPLICACIÓN DEL PERSONAJE EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	72%	28%	100%
Personaje principal	(278)	85%	15%	100%
Personaje secundario	(118)	42%	58%	100%

**Tabla 107**  
**IMPLICACIÓN DEL PERSONAJE EN LA NOTICIA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	BASE	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Personaje principal	70%	82%	39%
Personaje secundario	30%	18%	61%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 108**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según ROL DEL PERSONAJE EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	72%	28%	100%
Protagonista, héroe	(224)	82%	18%	100%
Antagonista, antihéroe	(62)	94%	6%	100%
Cooperante del héroe	(51)	37%	63%	100%
Cooperante del antihéroe	(12)	58%	42%	100%
Controlador de quienes hacen o padecen	(31)	10%	90%	100%
Ninguno de los anteriores o No está claro	(16)	88%	13%	100%

**Tabla 109**  
**ROL DE PERSONAJE EN LA NOTICIA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	BASE	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Protagonista, héroe	57%	65%	36%
Antagonista, antihéroe	16%	20%	4%
Cooperante del héroe	13%	7%	29%
Cooperante del antihéroe	3%	2%	5%
Controlador de quienes hacen o padecen	8%	1%	25%
Ninguno de los anteriores o No está claro	4%	5%	2%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 110**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	72%	28%	100%
Ejecutiva	(207)	80%	20%	100%
Expresiva	(189)	63%	37%	100%

**Tabla 111**  
**ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	BASE	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Ejecutiva	52%	58%	38%
Expresiva	48%	42%	62%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 112**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	72%	28%	100%
BOTELLÓN	(38)	79%	21%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(11)	100%		100%
EMPLEO	(37)	92%	8%	100%
ESTILOS DE VIDA	(5)	80%	20%	100%
FORMACIÓN	(34)	59%	41%	100%
GENERAL	(6)	67%	33%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(7)	86%	14%	100%
INMIGRACIÓN	(4)	100%		100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(37)	86%	14%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(7)	14%	86%	100%
SALUD	(33)	52%	48%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(9)	100%		100%
TOXICOMANÍA	(13)	54%	46%	100%
TRÁFICO	(8)	63%	38%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(16)	50%	50%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(95)	64%	36%	100%
VIVIENDA	(36)	89%	11%	100%

**Tabla 113**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	TOTAL	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
BOTELLÓN	10%	11%	7%
ECONOMÍA Y CONSUMO	3%	4%	
EMPLEO	9%	12%	3%
ESTILOS DE VIDA	1%	1%	1%
FORMACIÓN	9%	7%	13%
GENERAL	2%	1%	2%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	2%	2%	1%
INMIGRACIÓN	1%	1%	
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	11%	5%
RELACIONES FAMILIARES	2%	0%	5%
SALUD	8%	6%	14%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	2%	3%	
TOXICOMANÍA	3%	2%	5%
TRÁFICO	2%	2%	3%
VALORES Y CIUDADANÍA	4%	3%	7%
VIOLENCIA Y DELITOS	24%	21%	31%
VIVIENDA	9%	11%	4%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 114**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	72%	28%	100%
Emancipación	(73)	90%	10%	100%
Participación	(9)	100%		100%
Convivencia y diversidad	(122)	61%	39%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(92)	64%	36%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(60)	88%	12%	100%
Formación	(34)	59%	41%	100%
Otros	(6)	67%	33%	100%

**Tabla 115**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	BASE	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Emancipación	18%	23%	6%
Participación	2%	3%	
Convivencia y diversidad	31%	26%	43%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	23%	21%	30%
Ocio, Cultura, T. Libre	15%	19%	6%
Formación	9%	7%	13%
Otros	2%	1%	2%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 116**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	72%	28%	100%
Prensa	(263)	70%	30%	100%
Radio	(55)	67%	33%	100%
TV	(78)	83%	17%	100%

**Tabla 117**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	BASE	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(396)	(285)	(111)
Prensa	66%	64%	72%
Radio	14%	13%	16%
TV	20%	23%	12%
TOTAL	100%	100%	100%

**Cruces: Acción principal del personaje**

Relación de tablas:

Tabla 118: ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA

Tabla 119: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE

Tabla 120: ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)

Tabla 121: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE

Tabla 122: ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

Tabla 123: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE

**Tabla 118**  
**ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Acción principal		TOTAL
		Ejecutiva	Expresiva	
TOTAL	(1240)	50%	50%	100%
BOTELLÓN	(203)	20%	80%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(98)	55%	45%	100%
EMPLEO	(77)	39%	61%	100%
ESTILOS DE VIDA	(28)	39%	61%	100%
FORMACIÓN	(100)	67%	33%	100%
GENERAL	(51)	69%	31%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(35)	69%	31%	100%
INMIGRACIÓN	(12)	58%	42%	100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(117)	84%	16%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(22)	18%	82%	100%
SALUD	(56)	34%	66%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(39)	69%	31%	100%
TOXICOMANÍA	(51)	33%	67%	100%
TRÁFICO	(23)	43%	57%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(35)	57%	43%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(186)	52%	48%	100%
VIVIENDA	(107)	62%	38%	100%

**Tabla 119**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE**

% verticales	TOTAL	Acción Principal	
		Ejecutiva	Expresiva
BASE	(1240)	(626)	(614)
BOTELLÓN	16%	7%	26%
ECONOMÍA Y CONSUMO	8%	9%	7%
EMPLEO	6%	5%	8%
ESTILOS DE VIDA	2%	2%	3%
FORMACIÓN	8%	11%	5%
GENERAL	4%	6%	3%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	3%	4%	2%
INMIGRACIÓN	1%	1%	1%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	16%	3%
RELACIONES FAMILIARES	2%	1%	3%
SALUD	5%	3%	6%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	3%	4%	2%
TOXICOMANÍA	4%	3%	6%
TRÁFICO	2%	2%	2%
VALORES Y CIUDADANÍA	3%	3%	2%
VIOLENCIA Y DELITOS	15%	15%	15%
VIVIENDA	9%	11%	7%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 120**  
**ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	Acción Principal		TOTAL
		Ejecutiva	Expresiva	
TOTAL	(1240)	50%	50%	100%
Emancipación	(184)	52%	48%	100%
Participación	(39)	69%	31%	100%
Convivencia y diversidad	(255)	50%	50%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(333)	26%	74%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(278)	67%	33%	100%
Formación	(100)	67%	33%	100%
Otros	(51)	69%	31%	100%

**Tabla 121**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE**

% verticales	BASE	Acción Principal	
		Ejecutiva	Expresiva
BASE	(1240)	(626)	(614)
Emancipación	15%	15%	14%
Participación	3%	4%	2%
Convivencia y diversidad	21%	20%	21%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	27%	14%	40%
Ocio, Cultura, T. Libre	22%	30%	15%
Formación	8%	11%	5%
Otros	4%	6%	3%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 122**  
**ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Acción Principal		TOTAL
		Ejecutiva	Expresiva	
TOTAL	(1240)	50%	50%	100%
Prensa	(937)	53%	47%	100%
Radio	(172)	46%	54%	100%
TV	(131)	41%	59%	100%

**Tabla 123**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según ACCIÓN PRINCIPAL DEL PERSONAJE**

% verticales	BASE	Acción Principal	
		Ejecutiva	Expresiva
BASE	(1240)	(626)	(614)
Prensa	76%	79%	72%
Radio	14%	13%	15%
TV	11%	9%	13%
TOTAL	100%	100%	100%

***Cruces: El personaje habla***

Relación de tablas:

- Tabla 124: EL PERSONAJE HABLA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA
- Tabla 125: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según EL PERSONAJE HABLA
- Tabla 126: EL PERSONAJE HABLA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 127: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según EL PERSONAJE HABLA
- Tabla 128: EL PERSONAJE HABLA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA
- Tabla 129: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según EL PERSONAJE HABLA
- Tabla 130: EL PERSONAJE HABLA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)
- Tabla 131: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según EL PERSONAJE HABLA
- Tabla 132: EL PERSONAJE HABLA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA
- Tabla 133: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según EL PERSONAJE HABLA

**Tabla 124**  
**EL PERSONAJE HABLA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	¿Habla?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	54%	46%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	60%	40%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	44%	56%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(80)	46%	54%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	61%	39%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	72%	28%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	62%	38%	100%
g) Medios de comunicación	(14)	71%	29%	100%
h) Instituciones juveniles	(118)	40%	60%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	49%	51%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	51%	49%	100%

**Tabla 125**  
**EL PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según EL PERSONAJE HABLA**

% verticales	TOTAL	¿Habla?	
		Sí	No
TOTAL	(1240)	(675)	(565)
a) Instituciones públicas	34%	37%	30%
b) Instituciones privadas y empresariales	5%	4%	7%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	6%	5%	8%
d) Instituciones y organizaciones sociales	8%	9%	7%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	8%	10%	5%
f) Cuerpos de seguridad	2%	2%	2%
g) Medios de comunicación	1%	1%	1%
h) Instituciones juveniles	10%	7%	13%
i) Personajes jóvenes	23%	20%	26%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	4%	3%	4%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 126**  
**EL PERSONAJE HABLA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	BASE	¿Habla?	
		Sí	No
BASE	(396)	(214)	(182)
Sí	72%	65%	80%
No	28%	35%	20%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 127**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según EL PERSONAJE HABLA**

% horizontales	BASE	¿Habla?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(396)	54%	46%	100%
Si es joven	(285)	49%	51%	100%
No es joven	(111)	68%	32%	100%

**Tabla 128**  
**EL PERSONAJE HABLA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	¿Habla?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	54%	46%	100%
BOTELLÓN	(203)	76%	24%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(98)	43%	57%	100%
EMPLEO	(77)	58%	42%	100%
ESTILOS DE VIDA	(28)	54%	46%	100%
FORMACIÓN	(100)	45%	55%	100%
GENERAL	(51)	25%	75%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(35)	43%	57%	100%
INMIGRACIÓN	(12)	67%	33%	100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(117)	34%	66%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(22)	86%	14%	100%
SALUD	(56)	64%	36%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(39)	41%	59%	100%
TOXICOMANÍA	(51)	65%	35%	100%
TRÁFICO	(23)	61%	39%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(35)	26%	74%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(186)	58%	42%	100%
VIVIENDA	(107)	58%	42%	100%

**Tabla 129**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según EL PERSONAJE HABLA**

% verticales	TOTAL	¿Habla?	
		Sí	No
BASE	(1240)	(675)	(565)
BOTELLÓN	16%	23%	8%
ECONOMÍA Y CONSUMO	8%	6%	10%
EMPLEO	6%	7%	6%
ESTILOS DE VIDA	2%	2%	2%
FORMACIÓN	8%	7%	10%
GENERAL	4%	2%	7%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	3%	2%	4%
INMIGRACIÓN	1%	1%	1%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	6%	14%
RELACIONES FAMILIARES	2%	3%	1%
SALUD	5%	5%	4%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	3%	2%	4%
TOXICOMANÍA	4%	5%	3%
TRÁFICO	2%	2%	2%
VALORES Y CIUDADANÍA	3%	1%	5%
VIOLENCIA Y DELITOS	15%	16%	14%
VIVIENDA	9%	9%	8%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 130**  
**EL PERSONAJE HABLA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	¿Habla?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	54%	46%	100%
Emancipación	(184)	58%	42%	100%
Participación	(39)	41%	59%	100%
Convivencia y diversidad	(255)	56%	44%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(333)	71%	29%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(278)	40%	60%	100%
Formación	(100)	45%	55%	100%
Otros	(51)	25%	75%	100%

**Tabla 131**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según EL PERSONAJE HABLA**

% verticales	BASE	¿Habla?	
		Sí	No
BASE	(1240)	(675)	(565)
Emancipación	15%	16%	14%
Participación	3%	2%	4%
Convivencia y diversidad	21%	21%	20%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	27%	35%	17%
Ocio, Cultura, T. Libre	22%	17%	29%
Formación	8%	7%	10%
Otros	4%	2%	7%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 132**  
**EL PERSONAJE HABLA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	¿Habla?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	54%	46%	100%
Prensa	(937)	51%	49%	100%
Radio	(172)	55%	45%	100%
TV	(131)	79%	21%	100%

**Tabla 133**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según EL PERSONAJE HABLA**

% verticales	BASE	¿Habla?	
		Sí	No
BASE	(1240)	(675)	(565)
Prensa	76%	71%	81%
Radio	14%	14%	14%
TV	11%	15%	5%
TOTAL	100%	100%	100%

### **Cruces: Tipo de acción expresiva**

Relación de tablas:

Tabla 134: TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA

Tabla 135: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA

Tabla 136: TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS EN LA NOTICIA

Tabla 137: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS EN LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA

Tabla 138: TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA

Tabla 139: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA

Tabla 140: TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)

Tabla 141: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA

Tabla 142: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA

Tabla 143: TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

**Tabla 134**  
**TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Acción expresiva			TOTAL
		a)	b)	c)	
TOTAL	(675)	66%	23%	11%	100%
a) Instituciones públicas	(249)	68%	19%	13%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(29)	69%	17%	14%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(37)	76%	14%	11%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(59)	53%	27%	20%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(67)	57%	36%	7%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(16)	50%	31%	19%	100%
g) Medios de comunicación	(10)	60%	30%	10%	100%
h) Instituciones juveniles	(47)	77%	17%	6%	100%
i) Personajes jóvenes	(138)	70%	25%	6%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(23)	57%	43%		100%

a) Declaraciones y presentaciones

b) Críticas, denuncias y reclamaciones

c) Proposiciones, demandas y evaluaciones

**Tabla 135**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA**

% verticales	TOTAL	Acción expresiva		
		a)	b)	c)
BASE	(675)	(445)	(158)	(72)
a) Instituciones públicas	37%	38%	30%	44%
b) Instituciones privadas y empresariales	4%	4%	3%	6%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	5%	6%	3%	6%
d) Instituciones y organizaciones sociales	9%	7%	10%	17%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	10%	9%	15%	7%
f) Cuerpos de seguridad	2%	2%	3%	4%
g) Medios de comunicación	1%	1%	2%	1%
h) Instituciones juveniles	7%	8%	5%	4%
i) Personajes jóvenes	20%	22%	22%	11%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	3%	3%	6%	
TOTAL	100%	100%	100%	100%

- a) Declaraciones y presentaciones  
b) Críticas, denuncias y reclamaciones  
c) Proposiciones, demandas y evaluaciones

**Tabla 136**  
**TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	BASE	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(214)	(139)	(75)
Declaraciones y presentaciones	67%	69%	63%
Críticas, denuncias y reclamaciones	28%	25%	32%
Proposiciones, demandas y evaluaciones	6%	6%	5%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 137**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(214)	65%	35%	100%
Declaraciones y presentaciones	(143)	67%	33%	100%
Críticas, denuncias y reclamaciones	(59)	59%	41%	100%
Proposiciones, demandas y evaluaciones	(12)	67%	33%	100%

**Tabla 138**  
**TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	¿Acción expresiva?			TOTAL
		a)	b)	c)	
TOTAL	(675)	66%	23%	11%	100%
BOTELLÓN	(155)	59%	25%	16%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(42)	90%		10%	100%
EMPLEO	(45)	60%	33%	7%	100%
ESTILOS DE VIDA	(15)	73%	27%		100%
FORMACIÓN	(45)	67%	22%	11%	100%
GENERAL	(13)	69%	31%		100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(15)	73%	13%	13%	100%
INMIGRACIÓN	(8)	50%	25%	25%	100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(40)	88%	8%	5%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(19)	37%	47%	16%	100%
SALUD	(36)	69%	17%	14%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(16)	81%		19%	100%
TOXICOMANÍA	(33)	70%	15%	15%	100%
TRÁFICO	(14)	71%	21%	7%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(9)	67%	33%		100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(108)	65,7%	25,9%	8,3%	100,0%
VIVIENDA	(62)	54,8%	40,3%	4,8%	100,0%

- a) Declaraciones y presentaciones
- b) Críticas, denuncias y reclamaciones
- c) Proposiciones, demandas y evaluaciones

**Tabla 139**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA**

% verticales	TOTAL	¿Acción expresiva?		
		a)	b)	c)
TOTAL	(675)	(445)	(158)	(72)
BOTELLÓN	23%	20%	25%	35%
ECONOMÍA Y CONSUMO	6%	9%		6%
EMPLEO	7%	6%	9%	4%
ESTILOS DE VIDA	2%	2%	3%	
FORMACIÓN	7%	7%	6%	7%
GENERAL	2%	2%	3%	
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	2%	2%	1%	3%
INMIGRACIÓN	1%	1%	1%	3%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	6%	8%	2%	3%
RELACIONES FAMILIARES	3%	2%	6%	4%
SALUD	5%	6%	4%	7%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	2%	3%		4%
TOXICOMANÍA	5%	5%	3%	7%
TRÁFICO	2%	2%	2%	1%
VALORES Y CIUDADANÍA	1%	1%	2%	
VIOLENCIA Y DELITOS	16%	16%	18%	13%
VIVIENDA	9%	8%	16%	4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

- a) Declaraciones y presentaciones
- b) Críticas, denuncias y reclamaciones
- c) Proposiciones, demandas y evaluaciones

**Tabla 140**  
**TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	Acción expresiva			TOTAL
		a)	b)	c)	
TOTAL	(675)	66%	23%	11%	100%
Emancipación	(107)	57%	37%	6%	100%
Participación	(16)	81%		19%	100%
Convivencia y diversidad	(144)	61%	29%	10%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(238)	63%	22%	15%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(112)	85%	8%	7%	100%
Formación	(45)	67%	22%	11%	100%
Otros	(13)	69%	31%		100%

- a) Declaraciones y presentaciones  
b) Críticas, denuncias y reclamaciones  
c) Proposiciones, demandas y evaluaciones

**Tabla 141**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA**

% verticales	TOTAL	Acción expresiva		
		a)	b)	c)
TOTAL	(675)	(445)	(158)	(72)
Emancipación	16%	14%	25%	8%
Participación	2%	3%		4%
Convivencia y diversidad	21%	20%	27%	19%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	35%	33%	34%	50%
Ocio, Cultura, T. Libre	17%	21%	6%	11%
Formación	7%	7%	6%	7%
Otros	2%	2%	3%	
TOTAL	100%	100%	100%	100%

- a) Declaraciones y presentaciones  
b) Críticas, denuncias y reclamaciones  
c) Proposiciones, demandas y evaluaciones

**Tabla 142**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA**

% horizontales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	TV	
TOTAL	(675)	71%	14%	15%	100%
Declaraciones y presentaciones	(445)	69%	14%	18%	100%
Críticas, denuncias y reclamaciones	(158)	73%	14%	13%	100%
Proposiciones, demandas y evaluaciones	(72)	78%	14%	8%	100%

**Tabla 143**  
**TIPO DE ACCIÓN EXPRESIVA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio		
		Prensa	Radio	TV
TOTAL	(675)	(477)	(94)	(104)
Declaraciones y presentaciones	66%	64%	66%	75%
Críticas, denuncias y reclamaciones	23%	24%	23%	19%
Proposiciones, demandas y evaluaciones	11%	12%	11%	6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Cruces: Visión de la juventud en lo que dice el personaje**

Relación de tablas:

- Tabla 144: VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA
- Tabla 145: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE
- Tabla 146: VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 147: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE
- Tabla 148: VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA
- Tabla 149: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE
- Tabla 150: VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)
- Tabla 151: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE
- Tabla 152: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE
- Tabla 153: VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

**Tabla 144**

**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Visión			TOTAL
		Positiva	Negativa	Neutra	
TOTAL	(675)	27%	17%	56%	100%
a) Instituciones públicas	(249)	25%	18%	57%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(29)	38%	24%	38%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(37)	38%	11%	51%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(59)	27%	36%	37%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión, etc.	(67)	19%	12%	69%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(16)	6%	63%	31%	100%
g) Medios de comunicación	(10)	30%	30%	40%	100%
h) Instituciones juveniles	(47)	53%	4%	43%	100%
i) Personajes jóvenes	(138)	22%	6%	72%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(23)	17%	39%	43%	100%

**Tabla 145**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE**

% verticales	TOTAL	Visión		
		Positiva	Negativa	Neutra
BASE	(675)	(179)	(118)	(378)
a) Instituciones públicas	37%	35%	39%	37%
b) Instituciones privadas y empresariales	4%	6%	6%	3%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	5%	8%	3%	5%
d) Instituciones y organizaciones sociales	9%	9%	18%	6%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	10%	7%	7%	12%
f) Cuerpos de seguridad	2%	1%	8%	1%
g) Medios de comunicación	1%	2%	3%	1%
h) Instituciones juveniles	7%	14%	2%	5%
i) Personajes jóvenes	20%	17%	7%	26%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	3%	2%	8%	3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 146**  
**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	TOTAL	¿Es joven?	
		Sí	No
BASE	(214)	(139)	(75)
Positiva	21%	22%	21%
Negativa	11%	6%	20%
Neutra	68%	73%	59%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 147**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE**

% horizontales	BASE	¿Es joven?		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(214)	65%	35%	100%
Positiva	(46)	65%	35%	100%
Negativa	(23)	35%	65%	100%
Neutra	(145)	70%	30%	100%

**Tabla 148**  
**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Visión			TOTAL
		Positiva	Negativa	Neutra	
TOTAL	(675)	27%	17%	56%	100%
BOTELLÓN	(155)	16%	29%	55%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(42)	43%	5%	52%	100%
EMPLEO	(45)	18%	2%	80%	100%
ESTILOS DE VIDA	(15)	27%	33%	40%	100%
FORMACIÓN	(45)	44%	7%	49%	100%
GENERAL	(13)	31%		69%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(15)	27%	7%	67%	100%
INMIGRACIÓN	(8)	38%		63%	100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(40)	75%		25%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(19)	26%	21%	53%	100%
SALUD	(36)	3%	8%	89%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(16)	50%		50%	100%
TOXICOMANÍA	(33)	9%	27%	64%	100%
TRÁFICO	(14)	7%		93%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(9)	33%		67%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(108)	14%	42%	44%	100%
VIVIENDA	(62)	44%		56%	100%

**Tabla 149**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE**

% verticales	TOTAL	Visión		
		Positiva	Negativa	Neutra
TOTAL	(675)	(179)	(118)	(378)
BOTELLÓN	23%	14%	38%	22%
ECONOMÍA Y CONSUMO	6%	10%	2%	6%
EMPLEO	7%	4%	1%	10%
ESTILOS DE VIDA	2%	2%	4%	2%
FORMACIÓN	7%	11%	3%	6%
GENERAL	2%	2%		2%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	2%	2%	1%	3%
INMIGRACIÓN	1%	2%		1%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	6%	17%		3%
RELACIONES FAMILIARES	3%	3%	3%	3%
SALUD	5%	1%	3%	8%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	2%	4%		2%
TOXICOMANÍA	5%	2%	8%	6%
TRÁFICO	2%	1%		3%
VALORES Y CIUDADANÍA	1%	2%		2%
VIOLENCIA Y DELITOS	16%	8%	38%	13%
VIVIENDA	9%	15%		9%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 150**  
**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	Visión			TOTAL
		Positiva	Negativa	Neutra	
TOTAL	(675)	27%	17%	56%	100%
Emancipación	(107)	33%	1%	66%	100%
Participación	(16)	50%		50%	100%
Convivencia y diversidad	(144)	18%	34%	48%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(238)	13%	24%	63%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(112)	50%	7%	43%	100%
Formación	(45)	44%	7%	49%	100%
Otros	(13)	31%		69%	100%

**Tabla 151**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE**

% verticales	TOTAL	Acción expresiva		
		a)	b)	c)
TOTAL	(675)	(179)	(118)	(378)
Emancipación	16%	20%	1%	19%
Participación	2%	4%		2%
Convivencia y diversidad	21%	15%	42%	18%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	35%	17%	48%	40%
Ocio, Cultura, T. Libre	17%	31%	7%	13%
Formación	7%	11%	3%	6%
Otros	2%	2%		2%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 152**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE**

% horizontales	BASE	Medio			TOTAL
		Prensa	Radio	TV	
TOTAL	(675)	71%	14%	15%	100%
Positiva	(179)	73%	15%	12%	100%
Negativa	(118)	78%	15%	7%	100%
Neutra	(378)	67%	13%	20%	

**Tabla 153**  
**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Medio		
		Prensa	Radio	TV
TOTAL	(675)	(477)	(94)	(104)
Positiva	27%	27%	29%	20%
Negativa	17%	19%	19%	8%
Neutra	56%	53%	52%	72%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Cruces: Aparece el personaje en la imagen**

Relación de tablas:

- Tabla 154: APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA
- Tabla 155: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN
- Tabla 156: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN
- Tabla 157: APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 158: APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA
- Tabla 159: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN
- Tabla 160: APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)
- Tabla 161: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN
- Tabla 162: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN
- Tabla 163: APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

**Tabla 154**  
**APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Aparece		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	25%	75%	100%
a) Instituciones públicas	(418)	18%	82%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(66)	20%	80%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(80)	24%	76%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(97)	13%	87%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(93)	19%	81%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(26)	19%	81%	100%
g) Medios de comunicación	(14)	7%	93%	100%
h) Instituciones juveniles	(118)	21%	79%	100%
i) Personajes jóvenes	(283)	47%	53%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(45)	27%	73%	100%

**Tabla 155**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN**

% verticales	TOTAL	Aparece	
		Sí	No
TOTAL	(1240)	(312)	(928)
a) Instituciones públicas	34%	24%	37%
b) Instituciones privadas y empresariales	5%	4%	6%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	6%	6%	7%
d) Instituciones y organizaciones sociales	8%	4%	9%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	8%	6%	8%
f) Cuerpos de seguridad	2%	2%	2%
g) Medios de comunicación	1%	0%	1%
h) Instituciones juveniles	10%	8%	10%
i) Personajes jóvenes	23%	42%	16%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	4%	4%	4%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 156**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN**

% verticales	BASE	Aparece	
		Sí	No
BASE	(396)	(159)	(237)
Si es joven	72%	84%	64%
No es joven	28%	16%	36%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 157**  
**EL PERSONAJE HABLA según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	BASE	Aparece	
		Sí	No
BASE	(396)	40%	60%
Sí	(285)	47%	53%
No	(111)	23%	77%
TOTAL	(396)	40%	60%

**Tabla 158**  
**APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Aparece		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	25%	75%	100%
BOTELLÓN	(203)	25%	75%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(98)	28%	72%	100%
EMPLEO	(77)	34%	66%	100%
ESTILOS DE VIDA	(28)	18%	82%	100%
FORMACIÓN	(100)	34%	66%	100%
GENERAL	(51)	20%	80%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(35)	23%	77%	100%
INMIGRACIÓN	(12)	33%	67%	100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(117)	24%	76%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(22)	9%	91%	100%
SALUD	(56)	38%	63%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(39)	36%	64%	100%
TOXICOMANÍA	(51)	31%	69%	100%
TRÁFICO	(23)	13%	87%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(35)	17%	83%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(186)	14%	86%	100%
VIVIENDA	(107)	29%	71%	100%

**Tabla 159**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN**

% verticales	TOTAL	Aparece	
		Sí	No
BASE	(1240)	(312)	(928)
BOTELLÓN	16%	16%	16%
ECONOMÍA Y CONSUMO	8%	9%	8%
EMPLEO	6%	8%	5%
ESTILOS DE VIDA	2%	2%	2%
FORMACIÓN	8%	11%	7%
GENERAL	4%	3%	4%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	3%	3%	3%
INMIGRACIÓN	1%	1%	1%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	9%	10%
RELACIONES FAMILIARES	2%	1%	2%
SALUD	5%	7%	4%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	3%	4%	3%
TOXICOMANÍA	4%	5%	4%
TRÁFICO	2%	1%	2%
VALORES Y CIUDADANÍA	3%	2%	3%
VIOLENCIA Y DELITOS	15%	8%	17%
VIVIENDA	9%	10%	8%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 160**  
**APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	Aparece		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	25%	75%	100%
Emancipación	(184)	31%	69%	100%
Participación	(39)	36%	64%	100%
Convivencia y diversidad	(255)	15%	85%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(333)	27%	73%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(278)	24%	76%	100%
Formación	(100)	34%	66%	100%
Otros	(51)	20%	80%	100%

**Tabla 161**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según EL PERSONAJE HABLA**

% verticales	BASE	Aparece	
		Sí	No
BASE	(1240)	(312)	(928)
Emancipación	15%	18%	14%
Participación	3%	4%	3%
Convivencia y diversidad	21%	12%	23%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	27%	29%	26%
Ocio, Cultura, T. Libre	22%	22%	23%
Formación	8%	11%	7%
Otros	4%	3%	4%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 162**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN**

% horizontales	BASE	Aparece			TOTAL
		Prensa	Radio	TV	
TOTAL	(1240)	76%	14%	11%	100%
Sí	(312)	63%		38%	100%
No	(928)	80%	19%	2%	100%

**Tabla 163**  
**APARECE EL PERSONAJE EN LA IMAGEN según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Aparece		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(1240)	(937)	(172)	(131)
Prensa	25%	21%		89%
Radio	75%	79%	100%	11%
TV	100%	100%	100%	100%

## Cruces - Tipo de acción ejecutiva en la imagen

Relación de tablas:

- Tabla 164: TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA
- Tabla 165: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN
- Tabla 166: TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 167: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN
- Tabla 168: TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA
- Tabla 169: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN
- Tabla 170: TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)
- Tabla 171: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN
- Tabla 172: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN
- Tabla 173: TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

**Tabla 164**  
**TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Acción ejecutiva						TOTAL
		1	2	3	4	5	6	
TOTAL	(312)	19%	4%	1%	25%	38%	13%	100%
a) Instituciones públicas	(74)	22%	1%		20%	50%	7%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(13)	54%			8%	23%	15%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(19)	32%			11%	42%	16%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(13)	15%	8%		15%	46%	15%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión, etc.	(18)				22%	61%	17%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(5)			60%	20%		20%	100%
g) Medios de comunicación	(1)					100%		100%
h) Instituciones juveniles	(25)	16%	4%		8%	44%	28%	100%
i) Personajes jóvenes	(132)	16%	6%	1%	36%	30%	12%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(12)	17%	8%		42%	33%		100%

1. Acciones participativas
2. Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto
3. Acciones controladoras o de control social

4. Acciones generales o prácticas sociales
5. Acciones de análisis social
6. Actitud de refuerzo comunicativo

**Tabla 165**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN**

% verticales	BASE	Acción ejecutiva					
		1	2	3	4	5	6
BASE	(312)	(58)	(12)	(4)	(79)	(120)	(39)
a) Instituciones públicas	24%	28%	8%		19%	31%	13%
b) Instituciones privadas y empresariales	4%	12%			1%	3%	5%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	6%	10%			3%	7%	8%
d) Instituciones y organizaciones sociales	4%	3%	8%		3%	5%	5%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	6%				5%	9%	8%
f) Cuerpos de seguridad	2%			75%	1%		3%
g) Medios de comunicación	0%					1%	
h) Instituciones juveniles	8%	7%	8%		3%	9%	18%
i) Personajes jóvenes	42%	36%	67%	25%	59%	33%	41%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	4%	3%	8%		6%	3%	
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

**Tabla 166**  
**TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	TOTAL	Es joven	
		Sí	No
BASE	(159)	(133)	(26)
Acciones participativas	14%	16%	8%
Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto	6%	6%	4%
Acciones controladoras o de control social	1%	1%	
Acciones generales o prácticas sociales	35%	36%	31%
Acciones de análisis social	33%	29%	50%
Actitud de refuerzo comunicativo	11%	12%	8%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 167**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN**

% horizontales	BASE	Es joven		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(159)	84%	16%	100%
Acciones participativas	(23)	91%	9%	100%
Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto	(9)	89%	11%	100%
Acciones controladoras o de control social	(1)	100%		100%
Acciones generales o prácticas sociales	(56)	86%	14%	100%
Acciones de análisis social	(52)	75%	25%	100%
Actitud de refuerzo comunicativo	(18)	89%	11%	100%

**Tabla 168**  
**TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Acción ejecutiva						TOTAL
		1	2	3	4	5	6	
TOTAL	(312)	19%	4%	1%	25%	38%	13%	100%
BOTELLÓN	(51)	8%	2%	2%	49%	33%	6%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(27)	30%		4%	4%	41%	22%	100%
EMPLEO	(26)	8%	8%		31%	46%	8%	100%
ESTILOS DE VIDA	(5)		20%			80%		100%
FORMACIÓN	(34)	24%			32%	29%	15%	100%
GENERAL	(10)	20%	10%			40%	30%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(8)	38%			50%	13%		100%
INMIGRACIÓN	(4)	25%				75%		100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(28)	43%			29%	25%	4%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(2)				100%			100%
SALUD	(21)	10%			14%	29%	48%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(14)	36%			14%	50%		100%
TOXICOMANÍA	(16)	13%	13%	6%	31%	19%	19%	100%
TRÁFICO	(3)	33%			33%	33%		100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(6)	17%			33%	33%	17%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(26)	4%	19%	4%	12%	58%	4%	100%
VIVIENDA	(31)	19%			13%	55%	13%	100%

- |   |  |
|---|--|
| 1. Acciones participativas                                  | 4. Acciones generales o prácticas sociales |
| 2. Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto | 5. Acciones de análisis social             |
| 3. Acciones controladoras o de control social               | 6. Actitud de refuerzo comunicativo        |

**Tabla 169**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN**

% verticales	BASE	Acción ejecutiva					
		1	2	3	4	5	6
BASE	(312)	(58)	(12)	(4)	(79)	(120)	(39)
BOTELLÓN	16%	7%	8%	25%	32%	14%	8%
ECONOMÍA Y CONSUMO	9%	14%		25%	1%	9%	15%
EMPLEO	8%	3%	17%		10%	10%	5%
ESTILOS DE VIDA	2%		8%			3%	
FORMACIÓN	11%	14%			14%	8%	13%
GENERAL	3%	3%	8%			3%	8%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	3%	5%			5%	1%	
INMIGRACIÓN	1%	2%				3%	
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	21%			10%	6%	3%
RELACIONES FAMILIARES	1%				3%		
SALUD	7%	3%			4%	5%	26%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	4%	9%			3%	6%	
TOXICOMANÍA	5%	3%	17%	25%	6%	3%	8%
TRÁFICO	1%	2%			1%	1%	
VALORES Y CIUDADANÍA	2%	2%			3%	2%	3%
VIOLENCIA Y DELITOS	8%	2%	42%	25%	4%	13%	3%
VIVIENDA	10%	10%			5%	14%	10%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

- |   |  |
|---|--|
| 1. Acciones participativas                                  | 4. Acciones generales o prácticas sociales |
| 2. Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto | 5. Acciones de análisis social             |
| 3. Acciones controladoras o de control social               | 6. Actitud de refuerzo comunicativo        |

**Tabla 170**  
**TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	Acción ejecutiva						TOTAL
		1	2	3	4	5	6	
TOTAL	(312)	19%	4%	1%	25%	38%	13%	100%
Emancipación	(57)	14%	4%		21%	51%	11%	100%
Participación	(14)	36%			14%	50%		100%
Convivencia y diversidad	(38)	8%	13%	3%	18%	53%	5%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(91)	10%	3%	2%	37%	30%	18%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(68)	34%	1%	1%	19%	34%	10%	100%
Formación	(34)	24%			32%	29%	15%	100%
Otros	(10)	20%	10%			40%	30%	100%

1. Acciones participativas
2. Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto
3. Acciones controladoras o de control social

4. Acciones generales o prácticas sociales
5. Acciones de análisis social
6. Actitud de refuerzo comunicativo

**Tabla 171**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN**

% verticales	TOTAL	Acción ejecutiva					
		1	2	3	4	5	6
BASE	(312)	(58)	(12)	(4)	(79)	(120)	(39)
Emancipación	18%	14%	17%		15%	24%	15%
Participación	4%	9%			3%	6%	
Convivencia y diversidad	12%	5%	42%	25%	9%	17%	5%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	29%	16%	25%	50%	43%	23%	41%
Ocio, Cultura, T. Libre	22%	40%	8%	25%	16%	19%	18%
Formación	11%	14%			14%	8%	13%
Otros	3%	3%	8%			3%	8%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

1. Acciones participativas
2. Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto
3. Acciones controladoras o de control social

4. Acciones generales o prácticas sociales
5. Acciones de análisis social
6. Actitud de refuerzo comunicativo

**Tabla 172**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN**

% horizontales	BASE	Medio		TOTAL
		Prensa	TV	
TOTAL	(312)	63%	38%	100%
Acciones participativas	(58)	71%	29%	100%
Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto	(12)	42%	58%	100%
Acciones controladoras o de control social	(4)	25%	75%	100%
Acciones generales o prácticas sociales	(79)	84%	16%	100%
Acciones de análisis social	(120)	38%	62%	100%
Actitud de refuerzo comunicativo	(39)	92%	8%	100%

**Tabla 173**  
**TIPO DE ACCIÓN EJECUTIVA EN LA IMAGEN según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio	
		Prensa	TV
BASE	(312)	(195)	(117)
Acciones participativas	19%	21%	15%
Acciones conflictivas y violentas, que generan conflicto	4%	3%	6%
Acciones controladoras o de control social	1%	1%	3%
Acciones generales o prácticas sociales	25%	34%	11%
Acciones de análisis social	38%	24%	63%
Actitud de refuerzo comunicativo	13%	18%	3%
TOTAL	100%	100%	100%

**Cruces: Visión de la juventud en la imagen**

Relación de tablas:

- Tabla 174: VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA
- Tabla 175: PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN
- Tabla 176: VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS
- Tabla 177: PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN
- Tabla 178: VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA
- Tabla 179: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN
- Tabla 180: VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)
- Tabla 181: TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN
- Tabla 182: MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN
- Tabla 183: VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA

**Tabla 174**  
**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Visión			TOTAL
		Positiva	Negativa	Neutra	
TOTAL	(312)	28%	8%	64%	100%
a) Instituciones públicas	(74)	22%	3%	76%	100%
b) Instituciones privadas y empresariales	(13)	54%		46%	100%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representantes	(19)	32%		68%	100%
d) Instituciones y organizaciones sociales	(13)	15%	8%	77%	100%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	(18)	11%	6%	83%	100%
f) Cuerpos de seguridad	(5)		20%	80%	100%
g) Medios de comunicación	(1)			100%	100%
h) Instituciones juveniles	(25)	24%	8%	68%	100%
i) Personajes jóvenes	(132)	35%	13%	52%	100%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	(12)	17%	17%	67%	100%

**Tabla 175**  
**PERSONAJE MENCIONADO EN LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN**

% verticales	TOTAL	Visión		
		Positiva	Negativa	Neutra
BASE	(312)	(87)	(26)	(199)
a) Instituciones públicas	24%	18%	8%	28%
b) Instituciones privadas y empresariales	4%	8%		3%
c) Instituciones educativas y culturales y sus representante	6%	7%		7%
d) Instituciones y organizaciones sociales	4%	2%	4%	5%
e) Observatorio social, instits estudios opinión,	6%	2%	4%	8%
f) Cuerpos de seguridad	2%		4%	2%
g) Medios de comunicación	0%			1%
h) Instituciones juveniles	8%	7%	8%	9%
i) Personajes jóvenes	42%	53%	65%	35%
j) Personajes no jóvenes o indeterminados	4%	2%	8%	4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 176**  
**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS**

% verticales	TOTAL	Es joven	
		Sí	No
BASE	(159)	(133)	(26)
Positiva	31%	35%	15%
Negativa	13%	14%	8%
Neutra	56%	52%	77%
TOTAL	100%	100%	100%

**Tabla 177**  
**PERSONAJES JÓVENES MENCIONADOS según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN**

% horizontales	BASE	Es joven		TOTAL
		Sí	No	
TOTAL	(159)	84%	16%	100%
Positiva	(50)	92%	8%	100%
Negativa	(20)	90%	10%	100%
Neutra	(89)	78%	22%	100%

**Tabla 178**  
**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA**

% horizontales	BASE	Visión			TOTAL
		Positiva	Negativa	Neutra	
TOTAL	(312)	28%	8%	64%	100%
BOTELLÓN	(51)	16%	18%	67%	100%
ECONOMÍA Y CONSUMO	(27)	30%		70%	100%
EMPLEO	(26)	19%	8%	73%	100%
ESTILOS DE VIDA	(5)		20%	80%	100%
FORMACIÓN	(34)	47%		53%	100%
GENERAL	(10)	20%	10%	70%	100%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	(8)	75%	13%	13%	100%
INMIGRACIÓN	(4)	50%		50%	100%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	(28)	54%		46%	100%
RELACIONES FAMILIARES	(2)			100%	100%
SALUD	(21)	14%	5%	81%	100%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	(14)	50%		50%	100%
TOXICOMANÍA	(16)	13%	31%	56%	100%
TRÁFICO	(3)			100%	100%
VALORES Y CIUDADANÍA	(6)	50%		50%	100%
VIOLENCIA Y DELITOS	(26)	4%	23%	73%	100%
VIVIENDA	(31)	29%		71%	100%

**Tabla 149**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LO QUE DICE EL PERSONAJE**

% verticales	TOTAL	Visión		
		Positiva	Negativa	Neutra
BASE	(312)	(87)	(26)	(199)
BOTELLÓN	16%	9%	35%	17%
ECONOMÍA Y CONSUMO	9%	9%		10%
EMPLEO	8%	6%	8%	10%
ESTILOS DE VIDA	2%		4%	2%
FORMACIÓN	11%	18%		9%
GENERAL	3%	2%	4%	4%
INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA	3%	7%	4%	1%
INMIGRACIÓN	1%	2%		1%
OCIO Y TIEMPO LIBRE	9%	17%		7%
RELACIONES FAMILIARES	1%			1%
SALUD	7%	3%	4%	9%
SOLIDARIDAD Y VOLUNTARIADO	4%	8%		4%
TOXICOMANÍA	5%	2%	19%	5%
TRÁFICO	1%			2%
VALORES Y CIUDADANÍA	2%	3%		2%
VIOLENCIA Y DELITOS	8%	1%	23%	10%
VIVIENDA	10%	10%		11%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 180**  
**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas)**

% horizontales	BASE	Visión			TOTAL
		Positiva	Negativa	Neutra	
TOTAL	(312)	28%	8%	64%	100%
Emancipación	(57)	25%	4%	72%	100%
Participación	(14)	50%		50%	100%
Convivencia y diversidad	(38)	16%	16%	68%	100%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	(91)	14%	16%	69%	100%
Ocio, Cultura, T. Libre	(68)	43%	3%	54%	100%
Formación	(34)	47%		53%	100%
Otros	(10)	20%	10%	70%	100%

**Tabla 181**  
**TEMA PRINCIPAL DE LA NOTICIA (áreas) según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN**

% verticales	TOTAL	Visión		
		Positiva	Negativa	Neutra
BASE	(312)	(87)	(26)	(199)
Emancipación	18%	16%	8%	21%
Participación	4%	8%		4%
Convivencia y diversidad	12%	7%	23%	13%
Hábitos Vida Saludable y M. Ambiente	29%	15%	58%	32%
Ocio, Cultura, T. Libre	22%	33%	8%	19%
Formación	11%	18%		9%
Otros	3%	2%	4%	4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

**Tabla 182**  
**MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA según VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN**

% horizontales	BASE	Medio		TOTAL
		Prensa	TV	
TOTAL	(312)	63%	38%	100%
Positiva	(87)	71%	29%	100%
Negativa	(26)	54%	46%	100%
Neutra	(199)	60%	40%	100%

**Tabla 183**  
**VISIÓN DE LA JUVENTUD EN LA IMAGEN según MEDIO DONDE SE PUBLICA LA NOTICIA**

% verticales	TOTAL	Medio	
		Prensa	TV
BASE	(312)	(195)	(117)
Positiva	28%	32%	21%
Negativa	8%	7%	10%
Neutra	64%	61%	68%
TOTAL	100%	100%	100%

