

LA DOMINACIÓN “ADULTOCRÁTICA” EN EL DISCURSO DE LOS MEDIOS

Julio Aparicio

Universidad de Málaga

crinos_furioso@hotmail.com

Alejandro Barranquero

Universidad de Málaga

alejandrobarranquero@hotmail.com

M^a Carmen Gómez

Universidad de Málaga

elgatodelaalhambra@hotmail.com

Adrián González

Universidad de Málaga

adr_gb@hotmail.com

Sólo se es fecundo al precio de ser rico en antítesis; sólo se permanece joven a condición de que el alma no se relaje, no anhele la paz

Friedrich Nietzsche

1-. INTRODUCCIÓN

Junto a otras formas de dominación persistentes en el capitalismo tardío -étnicas, de género, clase, geográficas, estéticas, etc.-, la *adultocracia* es una de las bases sobre las que se edifica el moderno sistema socio-cultural en términos de control simbólico y material de los adultos sobre el resto de grupos sociales y etarios. Pese a que la perspectiva del adulto domina, por regla general, las representaciones y dividendos económicos, políticos y culturales, los estudios de comunicación apenas han explorado en profundidad la problemática, a excepción de algunos análisis puntuales en el ámbito

de los Estudios Culturales, muy especialmente en el ámbito latinoamericano (Rossana Reguillo, Delia Crovi, etc.)¹.

Sin ser este un proceso organizado, hay evidencias constantes de que las industrias culturales siguen siendo una institución característica de una sociedad de clases y de una visión normativizada de la modernidad, atravesada por sutiles mecanismos de poder, dominación, vigilancia y control social (Foucault, 1997). Los rostros de la ruptura y la negación de la diversidad afloran desde espacios simbólicos no siempre fáciles de detectar, que acaban desposeyendo al joven, al niño y al anciano de su *valor cívico* (Agamben, 2006), estableciendo “distancias ficticias como prevención de cualquier forma de solidaridad verdadera” (Zizek, 2006).

Centrándonos en el ámbito juvenil, nuestro objeto de estudio, la *adultocracia* genera una visión simplista y homogénea de la juventud, representada desde la tribuna de los medios en términos de carestía; de rebeldía o diversión desenfrenada; o de forma idealizada y romántica, como fuerza productiva vigorosa o como creativo sujeto de consumo. El DRAE, tan poco dado a las connotaciones, nos dice que la juventud es la edad situada entre la infancia y la edad adulta. Sin embargo, ¡cuántos detalles obvia! La juventud no es exclusivamente una determinación etaria², ni una configuración social homogénea³. Supone, por el contrario, un recorrido atemporal complejo y disímil: un periodo de aprendizaje, una etapa para adquirir conocimientos, valores y experiencia,

En las siguientes líneas se intentará definir, a grandes rasgos, qué es la *adultocracia* y evaluar sumariamente, desde una perspectiva materialista histórica, el desarrollo de la relación jóvenes/adultos a lo largo de la historia. Por último, se planteará un análisis específico de este fenómeno, a fin de desvelar y esclarecer espacios detrás de los cuales se ocultan relaciones de inequidad desde miradas estáticas y homogeneizantes.

2-. ADULTOCRACIA. ACOTACIÓN DEL CONCEPTO Y JUVENTUD EN COMUNICACIÓN

Pese a que escasos autores se han acercado a la problemática empleando esta accesible denominación⁴, definimos la *adultocracia* como aquella relación de dominación simbólica o material por la que los adultos se sitúan en relación de superioridad con respecto a otros grupos sociales y etarios, en particular infancia, juventud y vejez. En el plano simbólico, la perspectiva del adulto domina el resto de representaciones, en tanto que una óptica ubicua desde la que se valora y mediante la cual se configura el entorno comunicativo y cultural. Dentro de este orden, los adultos

son la piedra angular del entramado social, el modelo de referencia y el estatus al que aspirar⁵.

Es sobradamente conocido el poder que los medios de masas tienen sobre la sociedad: tematizan y jerarquizan asuntos, valores y normas (Mc.Combs y Shaw, 1972) e influyen en nuestra forma de pensar y actuar al construir una realidad que a veces se acepta como verdad objetiva (Gerbner y ots., 1993). De esta manera, lo que percibimos a través de los medios no es tanto la realidad como su pura representación, una selección discursiva de lo que ocurre a nuestro alrededor⁶.

En el ámbito concreto de la juventud, las estampas que ofrecen los medios suelen ser siempre de un orden similar. Podríamos aventurar tres metáforas para definir los *tipos ideales* (Weber, 1982) más característicos de la representación mediática juvenil:

1-. El embrión (o el joven en falta): En primer lugar, los jóvenes son representados como individuos incompletos, con carencias que suplir, a la manera del sujeto psicoanalítico *en falta* lacaniano (Lacan, 1976): estudios sin terminar, dependencia parental, soltería, ausencia de ingresos fijos, etc. De esta manera, la juventud es presionada desde diferentes instancias socializadoras -educación, familia, y, en especial, los *mass media*— para que luche por asumir las responsabilidades propias del adulto, como si esta fuese una transición hacia algo mayor y no pudiese ser comprendida de forma independiente, *per se*.

2-. El vándalo (o el joven anómico): En segundo lugar, la imagen que prevalece está escrita en términos de anomia, rebeldía y diversión desenfrenada e irresponsable, cuando no de indisciplina o incluso vandalismo; falta de ideales sociales o políticos; y pertenencia a un cómodo presente despreocupado y nihilista. En muchas ocasiones, los jóvenes se reducen a simples expresiones de estilos musicales, vestimenta, cuerpos, etc., caracterizados en función de su pertenencia a *tribus juveniles* compactas y retraídas⁷.

3-. La estrella (o el joven vigoroso): Junto a la visión del *vándalo* o el *embrión*, esencialmente negativa, se observa, sin embargo, un tipo muy paradójico de representación. La *adultocracia* se caracteriza también por ofrecer una imagen adornada y romántica de la juventud, a la que se atribuyen características relacionadas con el mantenimiento de las estructuras del trabajo y el consumo: vigor, inventiva, ganas de trabajar para *madurar* o *promocionar* hacia un estatus superior, salud, belleza, entereza, etc.

Con todo esto, la *adultocracia* genera una visión plana, simplificada y unívoca de la juventud reforzando con estereotipos⁸ la ilusión de homogeneidad. A su vez, el sistema

capitalista contemporáneo, que sirve de matriz a la perspectiva *adultocrática*, se aprovecha del propio constructo idealizado juvenil convirtiéndolo en un nicho de mercado o *target* de insuperables beneficios. Entendido estrictamente como dominación económica, y no tanto como relación socio-cultural, el capitalismo se *nutre* de recrear a los jóvenes como sujetos activos de consumo ilimitado, enmascarando esta ideología con las señas post-modernas de la autonomía, la libertad o la diversidad. Por otro lado, las *instituciones* (Foucault, 1997)⁹, que dependen, en lo esencial, de los adultos, intervienen políticamente siguiendo dos cursos de acción: beneficiándose de la juventud como fuerza productiva temporal y garantizando su tránsito a la vida adulta, a fin de que superen sus carencias y se integren en *plenas facultades* en el modelo *adultocrático* hegemónico.

Es en el nexo de unión entre lo económico y lo simbólico donde también se gesta lo que podemos denominar el *valor juventud*. La dinámica del mercado, sirviéndose de los complejos mecanismos persuasivos de la cultura de masas, comercializa lo juvenil, no ya como franja etaria, sino como espíritu, esencia o actitud (relacionada con el cambio, la energía, la salud, la belleza, etc.); esto es, adapta los términos ideológicos de la *adultocracia* y los transfigura en instrumento mercantilista de formidables réditos económicos. De esta manera, economía e ideología se retroalimentan, construyendo un inexpugnable sistema de elites.

Una ojeada a la programación televisiva española basta para percatarnos de que este tratamiento negativo hacia la juventud convive con una atención centrada casi por entero en ella. Magacines dedicados al ocio juvenil (*Nosolomúsica*, *CuatroSfera*, etc.), series de televisión (*Aquí no hay quien viva*, *Los Serrano*), programas de entretenimiento (*Caiga quien caiga*, *Los 40 Principales*) o *reality shows* (*Gran Hermano*, *Operación Triunfo*), etc. pueblan la parrilla televisiva¹⁰, al tiempo que se percibe en la programación un olvido generalizado del público adulto, anciano e infantil¹¹.

Sin embargo, pese a esta constante apelación, en palabras de Leticia García Reina, los medios representan al público joven "como una masa acrítica e individualista, [...] como un inmenso *target* al que poder dirigir anuncios y mensajes que inciten a consumir los productos publicitados" (García Reina, 2004: 115-116).

En estos programas, en su mayoría de escasa calidad, se potencian valores como el culto a la belleza, la fama y el éxito sin esfuerzo, el consumo, la mercantilización del sexo, la ridiculización de la cultura, las conductas por imitación y el maniqueísmo

bondad-maldad, entre otros (García Reina, 2004: 120-121). Pero junto a esta solicitud prioritaria, los jóvenes son frecuentemente estigmatizados en los espacios informativos, en los que predomina una visión estereotipada y repleta de lugares comunes.

En resumen, la perspectiva *adultocrática* de los jóvenes puede sintetizarse en cuatro grandes ejes que componen un complejo entramado económico y simbólico, a saber:

- 1-. Juventud caracterizada como fenómeno carencial.
- 2-. Juventud estigmatizada en forma de sujetos marginales y apolíticos.
- 3-. Juventud idealizada como *capital humano* temporal y sujeto de consumo.
- 4-. Conformación del *valor juventud* como óptica cultural de inmejorables provechos.

3-. EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y PARALELISMOS CON OTRAS FORMAS DE DOMINACIÓN EN OCCIDENTE

Es difícil delimitar con precisión el origen de la *adultocracia*, dado que esta forma de dominación ha ido evolucionando junto con las diferentes organizaciones de poder e *instituciones* del ser humano a lo largo de la historia. Así, la *adultocracia* ha caminado de la mano de la política, la sociedad y la cultura, fundamentando diferentes tipos de relación entre jóvenes y adultos¹².

Con el nacimiento de las primeras civilizaciones y la aparición de las primeras sociedades complejas, los jóvenes comenzaron a diferenciarse como grupo de edad y a adquirir una imagen y estatus determinados. En la Grecia clásica los muchachos se cultivaban en la vida cívica, se preparaban para ser vivos ejemplos de ciudadanos correctos a imagen y semejanza de los adultos; la juventud se percibía como periodo transitorio que debía ser superado.

En Roma la sociedad ofrecía una estructura de edades muy particular en la que no existían los adultos como grupo etario, ya que se pasaba de ser joven a ser un anciano. Todo ello era consecuencia de un sistema social muy estructurado que se fundamentaba en una institución que aún hoy en parte conservamos: la *patria potestas* (el poder de los padres).

Además de en la vida cotidiana, el conflicto entre padres e hijos también se reflejaba en la actividad política, en la que individuos con edades comprendidas entre los treinta y los cuarenta y cinco años podían ocupar cargos de cónsules y sin embargo estar sometidos a aquellos de más edad¹³. En suma, la sociedad romana retardaba la

adolescencia y la juventud, con el fin de beneficiar a los detentadores del poder, tanto en la vida cotidiana como en la política.

Tras la caída del Imperio Romano comienza la expansión del cristianismo y con ella un gran cambio en las sociedades europeas, ya que las ciudades pierden importancia y la vida en general se torna más rural¹⁴. Los jóvenes en la Edad Media tenían un estatus bastante devaluado, ya que, bajo el prisma de la Iglesia, este periodo vital era percibido como una etapa peligrosa y tentadora, que podía hacer derrumbar los pilares de su poder. La voluntad, el idealismo y el deseo de nuevas experiencias de los jóvenes era considerado peligroso y digno de control. La juventud, al igual que la gran masa de población popular, pertenecía al estamento más pobre de todos.

Con la expansión de los primeros romances y grandes obras de caballería, los jóvenes de la nobleza encontraron un ejemplo a imitar en las hazañas de Roldán, Tristán o Lancelote. Estos romances normalmente acababan con la muerte del joven caballero y no del señor feudal, denotando que era honorable dar la vida por el poder del señor. Finalmente, los que morían eran los jóvenes y no los adultos, que perpetuaban el poder sobre sus tierras.

En las sociedades premodernas del Renacimiento, la burguesía cobra fuerza como clase social y surge una nueva clase de jóvenes burgueses con educación. En el cambiante contexto cultural de la época, estos nuevos jóvenes son más aptos en conocimientos que sus predecesores nobles del medievo, por lo que comienzan a representar un papel más trascendental en la sociedad. La juventud burguesa se aleja de la búsqueda del honor caballeresco y la sociedad de los siglos XVI y XVII refleja ya los años de los primeros movimientos sociales juveniles. La llegada del protestantismo crea revuelo y confusión¹⁵.

Las sociedades protestantes premodernas ofrecían una difusa clasificación de grupos etarios, en la que no quedaban claras las fronteras entre infancia y juventud debido a las dicotomías de tinte neopatriarcal y autoritario que el discurso reformador establece entre mayores y menores de edad¹⁶.

A partir de finales del siglo XVIII y principios del XIX la burguesía cobra un enorme poder contando a su lado con la masa de población más humilde que, en algunos casos, clama por cambiar su condición social. En este singular contexto las viejas instituciones anquilosadas en el Absolutismo ven peligrar su posición. Las revoluciones y contrarrevoluciones de estos siglos (Revolución Francesa, Independencia de EE.UU., Revoluciones de 1830 y 1848, Revoluciones Industriales, etc.) modificarán

las sociedades occidentales hasta conformar los estados del siglo XX y una progresiva adquisición de libertades y ciudadanía civil, política y social (Marshall, 1997: 297-344).

En este contexto, los jóvenes avanzan hacia una progresiva desvinculación del mundo adulto. Sin embargo, los logros de la burguesía a lo largo del siglo XIX son el preludio de las *adultocracias* del siglo XXI. La Revolución Industrial trae consigo la consolidación del liberalismo económico y la confirmación del mercado como impulsor de la sociedad. En este contexto, los grupos etarios se modifican; los niños pasan de trabajar en lo oficios familiares a trabajar hasta quince y dieciséis horas diarias en grandes fábricas; y los jóvenes que se lo pueden permitir van a la escuela o reciben estudios universitarios, donde se les prepara para ser adultos. El liberalismo abandona a su suerte a los individuos y obliga a la pre-maduración de los sujetos, dando lugar a un mundo dominado por completo por los adultos en el que ser joven vuelve a ser una etapa transitoria y perniciosa, identificada más con la metáfora de virus por combatir que con un estado natural y necesario del ser humano¹⁷. La lucha de clases, en incremento progresivo desde la Revolución Industrial y la aparición de los primeros movimientos obreros, afectará también a los grupos etarios que ponen en conflicto el gobierno de los adultos con las aspiraciones de cambio de los jóvenes. Comienza aquí una pugna etaria entre jóvenes y adultos que se extenderá hasta nuestros días, en la que los jóvenes intentarán reafirmar su identidad y capacidades en un mundo de adultos detentador de trampas publicitarias que orientan el conflicto hacia lo simbólico.

Durante la primera mitad del siglo XX los jóvenes se convierten en el principal objetivo de la opinión pública, sobre todo durante el desarrollo de las dos Guerras Mundiales y el periodo de Entreguerras. La propaganda bélica ejerce un modelo *adultocrático* paternalista y adoctrinador muy propio de los nacionalismos y el fascismo de la época. Tras los conflictos, la sociedad de consumo y del bienestar genera un nuevo tipo de *adultocracia* basada fundamentalmente en la creación de clichés y en la publicidad dirigida al público juvenil, y ejercida fundamentalmente a través de los medios y el sector servicios, ambos controlados por adultos, que determinan pautas genéricas de consumo¹⁸.

4-. ANÁLISIS DE CASO EN LA PRENSA ESPAÑOLA

Con la intención de hallar manifestaciones concretas del fenómeno *adultocrático* en los medios de comunicación, convinimos analizar el tratamiento que los cuatro grandes

periódicos españoles (*El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Razón*) dieron a los incidentes ocurridos en el barrio de Malasaña (Madrid) los días 30 de abril y 1 de mayo de 2007. Lo sucedido, a grandes rasgos, fue un enfrentamiento entre la policía y las personas que bebían en la calle, actividad prohibida por la Ley Antibotellón. Cuando los agentes llegaron para disipar a la multitud, se encontraron con una resistencia que desembocó en un conflicto violento. El incidente se saldó con numerosos heridos, detenidos y daños materiales. Nos centramos en los diarios publicados durante los tres días siguientes al altercado, únicas fechas en las que se mantuvo la alerta informativa en torno al suceso.

En primer lugar, cabe mencionar que cualquiera de los cuatro diarios revisados parte en su análisis de una perspectiva sesgada, categorizando, juzgando desde fuera a los jóvenes implicados en tanto que masa homogénea identificable con un compendio de atributos estereotípicos y simplificadores¹⁹. Los jóvenes son observados como elementos *aún* no integrados en la estructura social, generadores de tensión y necesitados de la constante atención, asesoramiento y gobierno del mundo adulto. De las tres categorías establecidas en el análisis teórico, la ideología *adultocrática* subyacente al conflicto del botellón corresponde al tipo *embrión*, ya que el joven es contemplado como un sujeto en falta, caracterizado por las carencias que lo separan del mundo de los adultos. El cliché del *vándalo* está igualmente presente en el ideario asociado al caso, puesto que se tiende a percibir a los individuos que beben en la calle como iconoclastas, inadaptados y conflictivos.

Los diarios analizados se sirven de adjetivos totalizadores para calificar a los jóvenes, reduciendo de este modo la complejidad del conflicto y haciéndola más manejable, aunque también más pobre, parcial y dirigida. *La Razón* etiqueta a los implicados en los incidentes como “jóvenes radicales”, “alborotadores”, “jóvenes con no pocos elementos de los denominados *antisistema*, cercanos a la izquierda radical y también simples punkies en busca de destrucción gratuita”²⁰. Por su parte, *ABC* atribuye la responsabilidad del conflicto a “jóvenes, descontrolados, bebidos y muchos de ellos pertenecientes a grupos ultras”, a la “muchedumbre juvenil” (apréciese la tosca generalización), y a los “vándalos, antisistema, anarquistas, antifascistas y *red skin*”²¹. *El Mundo* dedica la editorial del 3 de mayo a hablar sobre el conflicto, calificando a los implicados como “vándalos” y “agitadores antisistema”²².

Junto al empleo de adjetivos totalizantes, los periódicos exhiben formas más veladas de simplificación que encauzan una perspectiva *adultocrática* endémica. La responsabilidad de los hechos se atribuye siempre a los jóvenes, y en ningún momento

se menciona la posibilidad de que el problema tenga una causa más profunda, o siquiera se describe la complejidad del grupo que protagonizó el incidente. *El País* abrevia: “Cerca de 200 jóvenes que hacían botellón en la plaza del Dos de Mayo de Madrid provocaron la madrugada del martes graves altercados”. No se ofrece un análisis en profundidad de las causas, y estas llegan incluso a omitirse: “Por causas desconocidas, llegaron más patrullas a la plaza, e instaron a los jóvenes a abandonar el lugar”²³.

Igualmente, se realiza un uso ideológico y parcial de las fuentes que omite la perspectiva del grupo de implicados más numeroso. No se recoge en ninguno de los diarios analizados la opinión de joven alguno. Todas las fuentes son oficiales o corresponden a las fuerzas del Estado: “fuentes policiales apuntaron”, “agentes de la Brigada de Información aseguran”²⁴, “el alcalde de Madrid, Alberto Ruíz-Gallardón declara”²⁵. El empleo de fuentes pertenecientes a una sola de las partes involucradas (en este caso, el cuerpo de policía), genera de forma inherente información sesgada.

Junto a la parcialidad de las fuentes, se observa un empleo interesado de las cifras que parece responder a la necesidad de comulgar con la *norma subjetiva* y la relación *adultocrática* subyacente. Es común a los artículos analizados incidir en el número y en la fuerza de la agresión de los jóvenes a la policía, y no inversamente. Mientras que los cuatro diarios coinciden en el número de jóvenes presentes en el altercado, las fuerzas desplegadas por la policía no son cuantificadas. *ABC* apunta en una entradilla: “En la plaza del Dos de Mayo, medio millar de personas agredieron a los agentes en una revuelta en la que resultaron heridos nueve policías y detenidos diez jóvenes”²⁶.

Asimismo, se detallan las agresiones a las Fuerzas de Seguridad, no las que sufren los jóvenes, que son tratados como masa indiferenciada. Subrepticamente, parece establecerse una jerarquía en la importancia de los heridos: los agentes afectados representan el daño causado a la *comunidad*, y por tanto, reciben una atención preponderante. *ABC* apunta: “Una de las agentes del Cuerpo Nacional de Policía fue agredida a patadas en la cabeza y debió recibir varios puntos de sutura”²⁷. Mientras que la atención se detiene minuciosamente al referir a los policías agredidos, ni tan siquiera se especifica la gravedad de los heridos causados por las Fuerzas de Seguridad (34, según los cuatro periódicos). *La Razón* anuncia: “El balance fue de 46 heridos, entre ellos un policía, en estado grave, y ocho detenidos”²⁸. Esta jerarquía a la hora de valorar a los heridos se hace aún más evidente en la reseña de *ABC*: “En total, el servicio madrileño de emergencias, tiene que atender a 46 personas [...], de las que 12 son

policías. Uno de ellos es trasladado grave a la Clínica de la Concepción, con rotura de cúbito y radio. El resto son jóvenes alborotadores”²⁹.

De forma similar, mientras los jóvenes “arrojan ladrillos, papeleras y contenedores”, los municipales “tuvieron que emplearse a fondo” durante los altercados³⁰. Esta forma de exponer los hechos parece justificar, o al menos obviar, la violencia policial, como también puede apreciarse en otro de los artículos de *ABC*: “Numerosos testigos coincidían en que la carga policial no fue excesivamente violenta, habida cuenta de la envergadura de lo que estaba ocurriendo”³¹. *La Razón*, por su parte, explica: “La mayoría de los heridos de la refriega presentaban contusiones y cortes en la cabeza, lo que da fe de la contundencia con la que tuvo que emplearse la policía para reducir el motín”. Se puede observar que las Fuerzas de Seguridad son consideradas *víctimas*, al tiempo que la violencia policial aparece investida de un cierto halo de legitimidad.

El juicio que estos periódicos hacen de la trifulca de Malasaña está cimentado en una polarización maniquea y reductora: por un lado se presenta a los jóvenes (definidos cual masa indiferenciada de borrachos) como un grupo peligroso y anómico, fuera del mundo adulto al que *deberían* aspirar; por otro, se perfila la imagen de la policía (apelados en varios casos como “Fuerzas del Orden” para intensificar la polarización) como la representación del civismo común a todos los ciudadanos *adaptados*. De forma encubierta, nuestra apreciación de lo sucedido es guiada hacia la justificación de uno de los *contendientes*, en este caso el cuerpo de policía, mientras se apela a nuestra *conciencia ciudadana*. El otro *bando*, el de los jóvenes, no es siquiera contemplado desde dentro. La construcción de las noticias parece limitarse a *demostrar* lo reprobable y antisocial de la conducta de los congregados, sin dar oportunidad al análisis multiperspectiva.

Resulta igualmente llamativo el empleo de un lenguaje más próximo al belicismo que al tratamiento de un asunto de calado social que apela, en la mayoría de los casos, a la “emoción pública”: “batalla campal entre 500 jóvenes y la Policía en Madrid”, “la reyerta tumultuaria”³², “Malasaña ya se había transformado en una zona de guerra”³³. Este tipo de expresiones logran desviar la atención del problema de fondo y sumergen al receptor en las emociones irreflexivas del drama, el espectáculo y el sensacionalismo.

Obsérvese, en este sentido y para concluir, un fragmento del artículo dedicado por *ABC* a los altercados de Malasaña: “La muchedumbre es mayor, y resuenan los comentarios sobre las *hazañas* cometidas por muchos de ellos la noche anterior.

Mientras, los porros y litros y más litros de alcohol van cabalgando por el cuerpo de estos jóvenes, casi todos mayores de edad”.

5-. CONCLUSIONES

El presente estudio nos permite constatar que los jóvenes no son socialmente representados *desde dentro*, sino juzgados desde una perspectiva de dominancia adulta que los identifica con una serie de clichés enquistados ya en el ideario colectivo.

Analizar los problemas sociales mediante la aplicación de categorías unidimensionales y el empleo de datos parciales es perjudicial para el mantenimiento de la capacidad crítica ciudadana, y peligroso por su potencial de segregación. Los medios de comunicación de masas son depositarios de una responsabilidad social decisiva: el tratamiento de la información que difunden moldea la percepción de la realidad de los receptores y su interacción con ella, así como los principales temas de interés público (McCombs y Shaw, Agenda Setting, 1972). Por tanto, esta tendencia a la construcción unívoca de la realidad periodística contribuye a mantener los estereotipos y aliena a los receptores de la complejidad del entramado social, engendrando prejuicios y discriminación.

Consideramos, no obstante, que existen alternativas a la perspectiva *adultocrática*, condensadas en las siguientes propuestas:

- Fomentar la investigación en las formas de dominación *adultocráticas*, a fin de analizar y cuestionar el funcionamiento de los resortes socio-económicos contemporáneos y el papel transversal de las industrias de la comunicación y la cultura en la *producción social de la realidad* juvenil.
- Ofrecer un enfoque informativo más rico, profundo y equilibrado, que integre diversas visiones de la realidad en un contexto crítico, alejado del drama y el espectáculo; así como construir nuevas herramientas, modelos y procesos que potencien formas más democráticas de expresión y organización de sentidos.
- Facilitar el acceso de los jóvenes talentosos a puestos directivos y de responsabilidad en los diferentes medios de comunicación, con la intención de modificar la estructura de *élites* (Bottomore, 1993) y de quebrar la “hegemonía” (Gramsci, 1982) adulta en las industrias de la cultura (origen último de la *adultocracia*).

Referencias bibliográficas

AGAMBEN, Giorgio (2006): *Homo sacer. El poder soberano y la nuda vida*. Valencia: Pre-Textos.

BAUDRILLARD, Jean (1993): *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.

BOTTOMORE, Tom (1993): *Elites y sociedad*. Madrid: Talasa. [1ª Ed. 1964]

BOURDIEU, Pierre (1990): "La juventud no es más que una palabra". *Sociología y cultura*. México: CNCA-Grijalbo, 163-173.

BRITO, Roberto (1996): "Hacia una sociología de la Juventud". *Revista Jóvenes, Revista de Estudios sobre la Juventud*. Vol. 1, nº 1, México.

[<http://www.cidpa.org/txt/9artic09.pdf>]

CABRAL, Muniz Sodré: "Juventud y medios de comunicación". *Diálogos de la Comunicación*, 25.

[<http://www.felafacs.org/files/sodre.pdf>]

CASALS, Joaquín (2002): "TVA y políticas públicas sobre juventud". *Revista de Estudios de Juventud*, 59, 35-49.

[<http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos>]

CROVI, Delia (1997): *Ser joven a fin de siglo. Influencia de la televisión en las opiniones políticas de los jóvenes*. México: UNAM.

(2006): "Políticas públicas, TIC e investigación en América Latina. Una mirada desde México", *Portalcomunicación. Entrevistas en línea*.

[http://www.portalcomunicacion.com/esp/aab_ent_det.asp?entrevista=17&id_sub_des=36]

FEIXA, Carlos (1993): *La juventud como metáfora, sobre las culturas juveniles*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

FOUCAULT, Michel (1997): *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Madrid: Siglo XXI Editores.

FREIRE, Paulo (2002): *Pedagogía del oprimido*. Madrid, Siglo XXI. 16ª Ed. [1ª ed. 1970]

GARCÍA REINA, Leticia (2004): "Juventud y Medios de Comunicación. La televisión y los jóvenes: Aproximación estructural a la programación y los mensajes", *Ámbitos*. Nº 11-12.

- GRAMSCI, Antonio (1982): *Cuadernos de la Cárcel*. Edición a cargo de Valentino Gerratana. México: Era. Vol. 13.
- GERBNER, G., GROSS, L., MORGAN, M. y SIGNORELLI, N. (1993): "Growing up with TV. The cultivation perspective", J. Bryant y D. Tillman: *Media effects: Advance in theory and research*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Assoc.
- LACAN, Jacques (1976). *Escritos*. Tomo I. México: Siglo XXI.
- LEVI, Giovanni y SCHMITT, Jean (dir.) (1996): *Historia de los Jóvenes*. Tomos I y II. Madrid: Taurus.
- MARSHALL, Thomas H. (1997): "Ciudadanía y clase social", *Revista española de Investigaciones Sociológicas*, N°. 79, julio-septiembre 1997, Madrid, 297-344
- MARTÍN, Enrique (2007): "Juventud", R. Reyes (Dir.): *Diccionario crítico de ciencias sociales*. Madrid y México: Plaza y Valdés.
- [<http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/J/juventud.htm>]
- MCCOMBS, Maxwell E. y SHAW, Donald L. (1972): "The agenda-setting function of the press", *Public Opinion Quarterly*, N° 36, 176-187.
- MILLER, A. G. (1982): "Historical and contemporary perspectives on stereotyping", A. G. Miller: *In the eye of the beholder. Contemporary issues on stereotyping*. New York: Praeger.
- REGUILLO, Rosanna (2000a): "Las culturas juveniles. Un campo de estudio. Breve agenda para la discusión", G. Medina: *Aproximación a la diversidad de lo juvenil*. México: El colegio de México.
- [<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n23/n23a07.pdf>]
- (2000b): "Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto", *Enciclopedia latinoamericana de sociocultura y comunicación*. Buenos Aires: Norma.
- [http://www.oei.org.ar/edumedia/pdfs/T03_Docu7_Emergenciadeculturasjuveniles_Cruz.pdf]
- WEBER, Max (1982), *Ensayos sobre metodología weberiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- ZIZEK, Slavoj (2006): *Arriesgar lo imposible*. Madrid: Trotta.

¹ La propia Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) cuenta con un grupo de trabajo especializado en "Medios de comunicación, niños y adolescentes", que incide fundamentalmente en estudios de audiencias y experiencias educomunicativas en el ámbito educativo formal.

² Enrique Martín (2007) se pregunta a este respecto: "¿Qué autoriza a pensar que una identidad cronológica suponga por sí misma una identidad social?". Roberto Brito (1996) se cuestiona de forma más amplia: "¿Qué significado tiene entonces para quienes se dedican a la investigación sobre juventud, poner en duda su existencia?". Idéntico planteamiento es el que guía las reflexiones del francés Pierre Bourdieu (1990) a este respecto en un interesante artículo.

³ Autores como Delia Crovi apuestan por sustituir el término *juventud* por otras caracterizaciones que recojan la pluralidad de sensibilidades, experiencias, expresiones, caracterizaciones y *ethos* que caracterizan a este grupo no uniforme: "Creo que hablar de la juventud como un conjunto es muy difícil en estos momentos. Hablaría de grupos de jóvenes en el marco de una sociedad planteada idealmente como una Sociedad de la Información" (Crovi, 2006).

⁴ Joaquín Casals, por ejemplo, la define como: "la forma que históricamente han creado los adultos para pensar y definir posiciones en relación a otros grupos de edad" (Casals, 2002: 36). De este modo, siguiendo de cerca sus reflexiones, la *adulocracia* es una visión parcial de la juventud en la cual se ven reconocidas sus competencias físicas y biológicas, pero al mismo tiempo se restringen sus competencias sociales. Los jóvenes aparecen siempre en una posición de dependencia o sumisión frente a los adultos, estatus acompañado y reforzado por diversos atributos como la soltería, la formación escolar, la búsqueda de empleo, etc. (Casals, 2002: 36-37).

⁵ Contemplado el fenómeno desde la teoría de hegemonía de Antonio Gramsci, los jóvenes no obedecen a esta perspectiva por fuerza o coerción; sino por consenso, interiorizando su rol dependiente mediante una tácita aceptación, sin que esto niegue su posibilidad de habilitar estructuras de resistencia (Gramsci, 1982: 37). Desde la perspectiva del frankfurtiano Wilhem Reich o del pedagogo brasileño Paulo Freire, los *oprimidos*, en este caso los jóvenes, desean parecerse por todos los medios al *opresor*, el adulto, auto-desvalorizándose y considerándose a sí mismos *incapaces*, tal y como si se miraran desde la óptica del sujeto dominante (Freire, 2002: 64-65).

⁶ Los medios de comunicación son "los constructores ideológicos de la realidad virtual, de la ilusión radical que niega la realidad real mediante el ejercicio retórico de la hiperrealidad. A partir de la industrialización hay realidad y representación. La representación de la realidad se superpone a la realidad, la suplanta o simula ser la realidad. Lo real ya no es tanto lo que se puede reproducir, como lo reproducido" (Baudrillard, 1993).

⁷ A este respecto, es fundamental la contribución de las propias ciencias sociales, que, en simbiosis con el ámbito mediático, tienden a *guetizar* al joven, estudiándolo fundamentalmente en función de determinadas preferencias identitarias.

⁸ Miller definió el estereotipo como las "creencias sobre colectivos humanos que se crean y comparten en los grupos y entre los grupos dentro de una cultura". Añadía que "podía considerarse una forma inferior de pensamiento si este es erróneo por no coincidir con la realidad, por obedecer a una motivación defensiva o por ser rígido o etnocéntrico" (Miller, 1982). En efecto, tal y como afirma el autor, los estereotipos se crean entre los grupos humanos, constituyendo por lo general, una práctica poco positiva por basarse en imágenes tópicas que poco o nada tienen que ver con la realidad. Los medios de comunicación los utilizan con frecuencia, por la propia limitación temporal y discursiva, especialmente en ámbito audiovisual y por su eficacia en la transmisión de ideologías. En nuestro caso, cuando hablamos de estereotipos nos referimos a la visión simplificada que los medios ofrecen de la juventud, casi siempre en conflicto con el resto de los grupos de edad -sobre todo con el de los adultos-, situándolos en relación directa con conductas irresponsables, incumplimiento de leyes cívicas o carencia de aquellos objetivos que el mundo de los adultos considera *políticamente correctos*.

⁹ Foucault ya analizó el poder como elemento independiente, como categoría ejercida a través de las instituciones. Afirmaba que el poder supone siempre una relación de dominación que va más allá de la experiencia de los ciudadanos (Foucault, 1997).

¹⁰ Es necesario hacer una aclaración: no es que el público de estos programas sea exclusivamente juvenil, ya que entre los receptores encontramos diferentes grupos de edad. Sin embargo, el *target* principal hacia el que van dirigidos son los jóvenes.

¹¹ Pocos son los programas dedicados a este tipo de audiencia, con frecuencia emitidos sólo por canales autonómicos (*El musical, Menuda noche, La buena gente*, en Canal Sur).

¹² Buena parte de las acotaciones históricas y reflexiones del artículo provienen del volumen doble de historia juvenil dirigido por Levy y Schmitt (1996). También conviene consultar a este respecto el trabajo de Feixa (1993).

¹³ Las mujeres jóvenes poseían su propia clasificación de edades, que distaba mucho de tener equidad con la de los hombres, ya que estas, con la edad, apenas conseguían libertad y siempre estaban sujetas a una figura masculina determinada: padre, marido, hermano o incluso hijo.

¹⁴ Con la consolidación del feudalismo como sistema de poder, la sociedad se divide, a grandes rasgos, en tres estamentos y la gran mayoría de la población queda relegada por nacimiento al estamento más bajo. La religión refuerza el feudalismo y a la vez actúa como figura paternalista, protectora y adoctrinadora del pueblo.

¹⁵ "La juventud de comienzos de la era moderna aún no era esa juventud mimada en lo pedagógico, ni ese periodo de la vida al que se asignan las numerosas instancias protectoras burocráticas que hoy conocemos" (Levi y Schmidt, 1996).

¹⁶ En resumen, la evolución histórica trazada hasta el momento supone, con diferentes matices, el período más oscuro en la historia de las relaciones entre jóvenes y adultos. La *patria potestas*, la represión de la iglesia en el medievo, la reforma protestante y la afirmación del Estado absoluto, etc. fortalecían de tal modo la autoridad de los adultos que estos pudieron comportarse como verdaderos tiranos sin temer represalia alguna. Una tiranía ejercida, no solo desde la fuerza y la imposición, sino también a través de la persuasión, el adoctrinamiento irracional y el miedo.

¹⁷ El siglo XIX es también un periodo caracterizado por el surgimiento de numerosas corrientes de pensamiento que marcarán para siempre la liberación del individuo (marxismo, pragmatismo, fenomenología, etc.), en las que los jóvenes podían ver saciadas muchas de sus inquietudes y descontentos.

¹⁸ La juventud, como hoy la conocemos, según Reguillo (2000: 23-24) es "una invención de la posguerra que hizo posible el surgimiento de un nuevo orden internacional que conformó una geografía política en la que los vencedores accedían a inéditos estándares de vida e imponían sus estilos y valores. Cobraba forma un discurso jurídico, un discurso escolar y una floreciente industria, que reivindicaban la existencia de los niños y los jóvenes como sujetos de derecho y, especialmente, en cuanto a los jóvenes, como sujetos de consumo. Las sociedades del *primer mundo* alcanzaban una insospechada esperanza de vida, lo que tuvo repercusiones directas en la llamada vida socialmente productiva y, por ende, la inserción de las generaciones de relevo tendía a posponerse. Los jóvenes debían ser retenidos durante un periodo más largo en las instituciones educativas. Al mismo tiempo, emergía una poderosa industria cultural que ofrecía por primera vez bienes *exclusivos* para el consumo de los jóvenes".

¹⁹ Las categorizaciones transmiten, en última instancia, un cliché que engloba a todos los individuos allí presentes, a la vez que contribuye a reforzar el estereotipo ubicuo y socialmente aceptado de la juventud. Este tratamiento, reductor pero aparentemente inofensivo, es en realidad insidioso, en tanto que aliena la capacidad del lector para realizar una valoración *equilibrada* de los hechos, e *introyecta*, además del estereotipo, un torrente de ideología *adulocrática* que justifica y potencia las estructuras simbólicas vigentes, a la vez que refuerza el sistema de élites.

²⁰ *La Razón*, jueves 3 de mayo, España, Sucesos.

²¹ *ABC*, jueves 3 de mayo, España.

²² *El Mundo*, jueves 3 de mayo, Opinión.

²³ *El País*, 2 de mayo, España.

²⁴ *ABC*, 2 de mayo, España.

-
- ²⁵ *El Mundo*, 2 de mayo, España.
²⁶ *ABC*, 2 de mayo, España.
²⁷ *ABC*, 2 de mayo, España.
²⁸ *La Razón*, 3 de mayo, Punto de Mira.
²⁹ *ABC*, jueves 3 de mayo. España.
³⁰ *ABC*, jueves 3 de mayo. España.
³¹ *ABC*, miércoles 2 de mayo. España.
³² *ABC*, 2 de mayo, España.
³³ *El Mundo*, jueves 3 de mayo, España.