



# JÓVENES EN LA SOCIEDAD DEL MIEDO: MIRADAS SOBRE MEDIOS, MIEDOS Y JÓVENES EN EL ECUADOR

JORGE DANIEL VÁSQUEZ ARREAGA \*

## Resumen

Se plantea un análisis de la mirada de miedo e inseguridad que los medios de comunicación construyen en relación a los y las jóvenes y a las culturas juveniles en el Ecuador. A partir de la referencia al tratamiento del incendio de la discoteca *Factory* en el transcurso de un concierto de rock en abril del 2008, en la ciudad de Quito. La mirada de los medios contribuye a la construcción del miedo social hacia las personas jóvenes. Finalmente, se plantea que la mirada de los estudios culturales en relación con temas de juventud permite superar formas tradicionales de tratar este tema, precisamente por su naturaleza interdisciplinar.

**Palabras clave:** culturas juveniles, jóvenes, medios de comunicación, miedo social, Ecuador.

## Abstract

*An analysis on the view of fear and insecurity that mass media builds in relation with young people and juvenile cultures from the analysis of the treatment of the fire at the "Factory" discotheque during a rock concert in Quito on April 2008, is proposed. It is proposed that the mass media's outlook contributes to the social construction of the social fear towards young people. Finally, it is stated that the perspective of cultural studies on youth topics break off traditional forms of dealing with the topic due to its interdisciplinary nature.*

**Keywords:** juvenile cultures, youth, mass media, social fear, Ecuador.

---

\* Ecuatoriano, licenciado en Ciencias de la Educación (PUCE, Ecuador), estudiante de Licenciatura en Filosofía (UNA, Costa Rica). Docente/Investigador en la Universidad De La Salle (Costa Rica).

## Introducción

Más temible resulta la omnipresencia de los miedos; pueden filtrarse por cualquier recoveco o rendija de nuestros hogares y de nuestro planeta (Bauman, 2006:13).

La frase inicial del sociólogo Zygmunt Bauman presenta el miedo como omnipresente a lo cual podemos referirnos como constituyente de una matriz, en la cual se inscribe hasta lo más cotidiano de nuestras vidas. Este miedo generalizado es la base del discurso de la seguridad que para sostenerse extiende sus alas a través de la oficialidad, lo mediático y los micro-relatos, huyendo de las propias sombras del capitalismo en el que alberga y produce una serie de *monstruos* como resultado de sus contradicciones internas.

La reflexión sobre el miedo constituye una puerta de entrada para otros aspectos de la sociedad contemporánea que se pueden agregar al análisis de la violencia sobre todo desde su plano simbólico en su relación con el discurso de la seguridad, el cual tiene un anclaje en la violencia simbólica y oficial. Estos temas, llevados al plano de las formas de construir subjetividades desde “lo urbano” pueden ser objeto de un análisis interesante desde la perspectiva comunicacional. Es esta tarea la que nos proponemos abordar.

En un primer momento nos referiremos a los miedos generalizados en relación con las personas jóvenes en la sociedad de inicios del siglo XXI (la creación del *monstruo*) para luego, partiendo de la crítica al adultocentrismo, señalar las

contradicciones internas de nuestra cultura. En relación con esto último, la idea principal es que entre la otredad contemporánea están los y las jóvenes (sujetos que revelan la esquizofrenia de la sociedad adultocéntrica que persigue un estilo de vida joven) que desde el tratamiento de los medios de comunicación son identificados como el *monstruo* de la sociedad contemporánea.

En un segundo momento abordaremos el caso en el cual, la prensa escrita hace de la juventud algo “noticiable” en cuanto su condición de supuesta *monstruosidad* es revelada en sus actos. Esto lo haremos a partir del análisis concreto del tratamiento mediático que los dos principales medios de prensa de la capital del Ecuador (diario El Comercio y diario Hoy) hicieron del incendio de la discoteca Factory acontecido en la ciudad de Quito en el año 2008.

Al final y a modo de cierre proponemos algunos apuntes para la investigación sobre personas jóvenes o sobre culturas juveniles en perspectiva comunicacional y que contribuyan a la transformación de la mirada institucionalizada en la sociedad del miedo y en los medios de comunicación.

### Miedos: (in)seguridad y terror de la sociedad adultocéntrica

...cuántas veces los temores vienen a amargarnos la vida y al final resulta que no tenían fundamento ni razón de ser (Saramago, 2004: 414)

La sociedad contemporánea está marcada por el miedo que los medios de

comunicación, haciéndose eco de los discursos oficiales del poder hegemónico, han denominado como “terror”. Sin embargo, conviene precisar que quizá la diferencia entre terror y miedo puede encontrarse en el anclaje obsoleto del primero, basándose en lo que se presenta empíricamente (lo que se mira con el ojo), a diferencia del miedo que está anclado en la subjetividad producida por la forma cómo hemos aprendido a leer los símbolos.<sup>1</sup>

Esta diferenciación señalada entre el terror y el miedo es posible únicamente en el plano de lo discursivo (pues tendría otros alcances si se hiciera en el plano conceptual-filosófico o en el plano psicológico) si consideramos el terror como una construcción mediática que se desarrolla con creces a partir de los atentados que han operado como significantes para el discurso antiterrorista. Por lo tanto, el terror es “mostrado” y permite hacer un desplazamiento hacia una forma de subjetividad que orientará y modificará nuestra forma de ser en el mundo: el miedo.

En el discurso mediático, el terror como signifiante se articula con el miedo para constituir ese sujeto del discurso de la seguridad que justamente lo imposibilita para la comunicación/comunidad. De ahí que el miedo sea no solo el recurso en el cual se afianzan los poderes coercitivos, sino la condición que marca la

1 El investigador Gustavo Abad, en su libro *El monstruo es el otro* explica esta idea a partir del planteamiento del sociólogo ecuatoriano Milton Benítez acerca de una percepción del mundo basada en dos visiones distintas: la del ojo (que capta lo concreto, lo real) y la de la mente (que capta el modo de ser del mundo como ética y moral) (Abad, 2005: 34-36).

existencia del sujeto y la sujeto en la ciudad contemporánea.

En una sociedad del miedo, el discurso de la seguridad constituye el *fantasma* (un escueto reflejo del goce – que se podría identificar como el estado de “orden y paz”) que ampara las tres vertientes que el investigador ecuatoriano Gustavo Abad (2005), atribuye al gran relato de la inseguridad: el discurso oficial, el discurso mediático y el discurso de los microrelatos cotidianos.

Si bien el discurso de la seguridad es la matriz en la cual estamos adscritos como personas, las tres vertientes señaladas (oficial, mediática y cotidiana) se encuentran imbricadas pues de lo contrario sería imposible aceptar que este discurso es a la vez estructural y estructurante. Su carácter “estructural” proviene justamente desde el soporte institucional que encuentra como mecanismo de autovalidación del discurso, mientras que su carácter “estructurante” en cuanto llega a permear el *habitus* de quienes apoyan o rechazan la tarea de instituciones sociales.

Las tres vertientes del discurso de la (in) seguridad resultan instrumentos más que pertinentes para analizar las estrategias para habitar la ciudad y para revelar la forma de construir la otredad que usualmente es representada bajo la forma del *monstruo* (un ser perteneciente al caos, asociado con el mal, degenerado físicamente...).

a) El miedo a las personas jóvenes

Son muchas personas (la otredad) las que diariamente interactúan en las calles

de la ciudad y son objeto de las miradas clasificatorias de los y las representantes del discurso dominante; pero puede ser objeto de particular atención la figura de la persona joven, dado que en ella se expresa la paradoja constitutiva de una sociedad adultocéntrica que se marca a sí misma con signos juveniles.

Dicho de otro modo, en una sociedad que es narrada por el sujeto varón-blanco-heterosexual-urbano-adulto, la persona joven constituye una *otredad* estereotipada desde la negación: *inmadura*, *i-résponsable*, *in-defnida*. A esto se puede añadir expresiones que niegan a la persona joven la condición de sujeto o sujeta, postergando su realización detrás de enunciados como “los jóvenes son el futuro de la patria”, “los jóvenes son la esperanza del mañana” y otros que niegan la condición de persona histórica y política. Sus posibilidades de participación están negadas por una visión esencialista de su condición (“los jóvenes son rebeldes por naturaleza” o “ser joven es estar en la edad del burro”) que imposibilita el diálogo al que tanto apelan ciertos discursos moralistas sobre la reconciliación familiar.

Estos enunciados que performan la realidad (orientando el funcionamiento de los hogares y las escuelas hasta los programas sociales para juventud) son la expresión de una sociedad que es producto del discurso de un enunciatario que requiere de la negación del *otredad* para mantener el statu quo. En este monopolio de la palabra, que se expresa en

distintas instituciones sociales, reconocemos la oficialidad del discurso que es tenedor del monopolio de la violencia<sup>2</sup>.

La sociedad adultocéntrica es la sociedad de la seguridad que se previene de esas personas caóticas (jóvenes) que ponen en riesgo el orden y la paz. El “estado de alarma” en que la sociedad vive no se debe a un miedo natural (que supuestamente es indiferente a la vida animal y a la vida humana), sino a un miedo que responde al entorno físico y social. Reguillo plantea que el miedo se construye:

(...) a través de complejos procesos de socialización que no son, como sabemos, homogéneos, sino que están anclados en diferencias de sexo, de clase, de género, de grupo, por citar solo algunas de las mediaciones que producen las diferencias sociales (y que al mismo tiempo son producto de las diferencias sociales) (Reguillo, 2000: 188).

Una de estas diferencias en las que está anclado el miedo es la diferencia generacional. Aunque el criterio de la división de generaciones (los y las jóvenes actuales identificados como generación “puntocom” o generación XX), así como el de la división de la vida por etapas que corresponden a un determinado número de años (al estilo

2 Abad ejemplifica el discurso oficial como el pronunciado por agentes oficiales del Estado, para justificar el ejercicio de la violencia como algo aceptable, siempre que sea en contra de quienes ponen en peligro los círculos de poder (es decir, la violencia oficial) (Abad, 2005: 21-23). En este trabajo pretendemos que el monopolio de la violencia también se presenta desde el monopolio de la palabra que la persona adulta ejerce desde la oficialidad de su discurso avalado por las instituciones tradicionales.

de la psicología evolutiva de Erikson), son muy reducidos para identificar lo que significa ser joven. No se puede negar que ante lo impredecible y el carácter siempre novedoso que encierran las distintas prácticas juveniles actuales se encuentra una sociedad que ve en peligro su estabilidad; sin embargo, esta alberga un rasgo esquizofrénico: la sociedad de la seguridad se “previene” de los y las jóvenes en el horizonte político, pero en el del consumo la figura del o la joven marca un estilo de vida predominante. En relación con esto podemos tomar de ejemplo las siguientes manifestaciones: El *gerente junior* es el maniquí de exhibición de las empresas, el mercado de las telecomunicaciones es meramente juvenil, la utopía del cuerpo joven y bello desplaza a las utopías sociales, etc. En este contexto las personas jóvenes están en una sociedad que los divide entre el estigma excluyente y la fetichización de su imagen.

b) El *monstruo* que construyen los medios o la espectacularización maléfica del otredad

Podemos analizar la mirada adultocéntrica fijándonos en el tratamiento mediático que reciben la juventud debido a que hasta hace poco no constituían un elemento a tomarse en cuenta en la programación de los medios televisivos o parte de la composición de los medios impresos. Ante las expresiones juveniles los medios han empleado mecanismos semióticos que inducen al establecimiento de una relación directa entre la estética juvenil con un comportamiento potencialmente delinencial. Cerbino

(2006: 29), cuestiona el “tratamiento mediático” que se hace a los y las jóvenes al decir que: “la mirada de la mayoría de los medios es alarmista y escandalosa, reproduce o contribuye a crear estereotipos y lugares comunes al servicio de unas *verdades oficiales* que sancionan sin tener en cuenta otros y complejos factores. Los medios tienden a exagerar y espectacularizar el mal...”. De esta forma, constituyen a los y las jóvenes en una otredad representado como el *monstruo* exótico al cual los medios de comunicación muy intrépidamente pretenden captar en su propio *hábitat*, mediante reportajes que “descienden” heroicamente al bajo mundo de la juventud (hip-hoperos, roqueros, etc.) para “descubrir” a la sociedad sus rituales, símbolos, dichos, etc. Es decir, los medios espectacularizan a los y las jóvenes mediante una cobertura mediática realizada como el acto de descender al “lugar de los monstruos”.

El tratamiento que los medios hacen del fenómeno de lo juvenil, al ser sumamente pobre y reducido, no lo presentan desde los nuevos signos culturales, sino que “descubren” una nueva amenaza que se oculta detrás de unos lenguajes y estéticas juveniles. La mirada adulta se ratifica como centro.

Los estereotipos construidos en torno a la figura del o de la joven son reproducidos por industrias mediáticas que pierden su horizonte cuando “olvidan que su papel no es el de hacer justicia y sancionar o emitir sentencias sobre ciertos hechos, sino el de proporcionar a la opinión pública claves de lecturas analíticas que puedan significar el desarrollo

de herramientas críticas por parte de las audiencias” (Cerbino, 2006: 29).

En verdad, la atribución de un carácter *delictual* a las actitudes juveniles constituye, junto al carácter de *idealista* y *rebelde* los principales estigmas antijuveniles en la sociedad, dado que deslegitiman la insurgencia simbólica que se articula en los y las jóvenes desde diferentes frentes sociales. El tratamiento mediático que el centro del poder hace de las culturas juveniles no sería más que otra forma de invisibilizarlas en lo que realmente constituyen. En definitiva, de acuerdo con el juvenólogo Claudio Duarte (2006), el estigma del “idealismo” de la juventud anula la capacidad de ofrecer proyectos, en tanto que los estigmas de lo delictual y rebelde “*comprimen* las heterogéneas acciones y discursos juveniles populares, intentando presentarlos bajo una única característica antisocial. Al no distinguir, se origina la desvalorización de las propuestas juveniles; se las confunde, se las mezcla y con ello se niega su existencia: así se las invisibiliza” (pág. 95) y se autolegitima ese poder oficial que debe ofrecer la seguridad ante la amenaza del *monstruo* juvenil.

El discurso oficial de la política opera de acuerdo a los mecanismos de la seguridad y el miedo que lo sostiene. Desde el ámbito del poder, la democracia representativa constituida como orden universal no puede ser cuestionada y menos aún por jóvenes que desde sus prácticas grupales rechazan las formas de visibilidad de lo político y prefieren como escenario de acción la noche o los grandes estruendos; así como otros lugares de

enunciación desde los cuales denuncian las consecuencias de un sistema que no los representa. Hay veces en que el *monstruo* puede ser aprovechado de diferentes maneras.

### Medios: el caso *Factory* o la noticiabilidad del rock

La veloz obsolescencia de la noticia y el  
espectacularismo mediático  
anularán la posibilidad de mostrar algo más sobre  
las culturas urbanas  
y las nuevas estéticas y sensibilidades  
contemporáneas.  
Ante tanto carroñerismo televisivo,  
parece más sano  
“apagar la tele y vivir la realidad”  
(Reyes, 2008)

Los medios de comunicación nos dan temas acerca de los cuales podemos pensar, pero un poco más allá existe la necesidad de percatarnos que su tarea de disponer las agendas de nuestras conversaciones se ve, en ocasiones, debilitada por la superficialidad que caracteriza la forma en que se lleva a cabo la cobertura mediática de ciertos acontecimientos relacionados a jóvenes.

Esta impresión quisiéramos relacionarla de manera muy general con la forma en que se realizó la cobertura sobre el incendio acontecido el día sábado 19 de abril de 2008, durante un concierto de música gótica en la discoteca *Factory* del sur de Quito.

Nos resulta interesante considerar este acontecimiento para referirnos a la forma en que constituyó noticia (su

noticialidad) y como dio pie a que floreciesen diversos artículos de opinión que pretendían especialmente rescatar (o proponer) un debate que permita el reconocimiento de identidades consideradas hasta el momento como *underground* y que, sin embargo, no logró abrirse espacio en los medios impresos.

Tal vez por las distintas combinaciones estéticas y su propio discurso identitario las culturas que derivan del rock son identificadas como *underground*; sin embargo, su presencia en el escenario público no ha sido tal en los últimos años, a menos que el único elemento que tengamos como fuente para aproximarnos a su presencia sea la mirada que los medios de comunicación hacen de estos grupos.

Desde lo que se refiere al trabajo de los medios en relación con la cobertura de este acontecimiento es evidente que, de acuerdo a los objetivos de todo aparato de información, los medios ofrecieron resúmenes con el propósito de dar a conocer los detalles. Tal es el caso de los dos principales periódicos de la ciudad de Quito (Diario *El Comercio* y Diario *Hoy*) que en la mañana siguiente al incendio ofrecieron las crónicas e imágenes correspondientes al lugar del hecho. Ambos diarios enfatizan en el carácter trágico del acontecimiento al titular en relación con el número de muertos: “Incendio en discoteca deja más de quince muertos” (Diario *Hoy*, 21/4/2008: 6B-7B) y “Quince muertos tras incendio en discoteca” (*El Comercio*, 21/4/2008: 14). A partir de la información que pudieron difundir tratando de reconstruir los hechos mediante los testimonios de algunas

personas sobrevivientes, la impresión de los familiares, opiniones del personal médico que atendió a las personas heridas en el incendio y el informe de la policía y del cuerpo de bomberos; el incendio de la discoteca se convirtió en un hecho significativo para la ciudad de Quito. Desde ese momento el debate en relación con el entretenimiento, la diversión, el ocio, el espacio público, políticas públicas, diversidad, identidades emergentes, culturas juveniles, etc., parecía que contaba con posibilidades de ocupar, al menos momentáneamente, la atención de los medios de comunicación.

Por estos motivos consideramos posible denominar el tema *Factory* como un *acontecimiento*, ya que su tratamiento mediático permitió que sea percibido como “fruto de una especial conjunción de fuerzas sociales, económicas, políticas, psicológicas que han transformado un hecho en *particular*” (Wolf, 1991: 215). Podemos decir que en el caso *Factory*, debido a la acción de los medios de comunicación, el hecho del incendio pasó a ser un acontecimiento, lo cual encierra una diferencia con otros eventos que en primer lugar son reconocidos como acontecimientos por periodistas o agentes de noticias y que son construidos y difundidos de esta forma desde su inicio.

En este caso, la cobertura inicial de los medios impresos se refirió a la descripción de circunstancias técnicas del siniestro que impidieron el rescate de participantes del evento. Signo de esto es que durante los días inmediatos al incendio era muy común encontrar que las noticias enfatizaban en este punto: “Se usaron

bengalas en el interior del local, sin vías de escape” (*El Comercio*, 20/4/2008: 1), “El extintor de incendios estaba dañado” (*Diario Hoy*, 20/4/2008: 7B), “...el local tenía puerta de emergencia, esta estuvo cerrada durante el evento de rock” (*El Comercio*, 21/4/2008: 16), “Puertas estaban cerradas con candado” (*Diario Hoy*, 20/4/2008: 6B). Sin embargo, a partir de esta cobertura del hecho como evento noticioso, ciertos sectores de la ciudadanía vieron una posibilidad para hacer confluir fuerzas políticas, sociales, psicológicas en un debate acerca de la forma cómo se construye e interpreta la diferencia en nuestra sociedad.

Si sometiéramos los aparatos de información a un juicio sobre los requisitos que deben poseer para la cobertura de acontecimientos y ser capaces de producir noticias, en relación al tema *Factory* podemos decir que, en el caso de *El Comercio* y el *Diario Hoy*, se reconoció el acontecimiento como hecho noticiable y que incluso se elaboraron formas de producir los acontecimientos lejos de la idiosincrasia; pero, la falta de una organización del trabajo en clave temporal y espacial se tornó evidente gracias a la permanente recurrencia a las mismas fuentes de información durante varios días (el jefe de bomberos, el administrador del sur y el padre del joven vocalista del grupo que falleció durante el acto). No es este el caso de los medios de información televisiva que en el transcurso de esa semana abrieron espacios de opinión y debate sobre el tema de la “cultura rock” vinculando al diálogo a representantes de círculos académicos,

militantes del movimiento gótico y roquero, representantes de círculos religiosos y agentes del municipio.

En el caso de los diarios impresos de Quito a los que nos hemos referido, vemos cómo se hace presente en buena parte lo que Mauro Wolf<sup>3</sup> señala como características de la noticialidad. Es decir, a partir de este acontecimiento se generaron una serie de noticias (permisos de funcionamiento de otros locales, normas de la planificación territorial para la asignación de autorizaciones, casos de acontecimientos similares en otros países, etc.) que en ocasiones, evidentemente, respondían al “conjunto de criterios, operaciones, instrumentos con los que los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias” (Wolf, 1991: 216). De esta forma, el caso *Factory* se convirtió en el punto de partida para una serie de noticias que respondieron a una perspectiva práctica de los medios sobre los acontecimientos, destinándolos a valoraciones simples y directas durante las semanas siguientes al incendio.

El caso más evidente de esta forma de tratar el acontecimiento (a través de pequeñas noticias sobre asuntos paralelamente relacionados) fue la búsqueda de los culpables, pues las opiniones vertidas

3 Aunque este autor particularmente se refiere a los noticieros televisivos para desarrollar su análisis acerca de la noticiabilidad, los elementos que tomamos para este trabajo remiten a ciertas prácticas o conceptos que son aplicables para la prensa escrita.



entre las personas “expertas” consultadas reflejaban la *ideología de los medios*, que, en palabras de Wolf, es la de hacer de una serie de paradigmas o de prácticas profesionales algo natural. Es así como *El Comercio* asume la tarea de encontrar alguien sobre quien pueda recaer la responsabilidad del incendio, brindando espacios a distintos actores para su intervención, pero publicando apenas los fragmentos en los que se revela una acusación directa: “Lo ocurrido tiene que ver con la falta de control por parte de Bomberos y de los locales” (Nancy Bermúdez de Planificación Territorial, 21/4/2008: 16), “Los organizadores de estas actividades no toman en cuenta que tratan con vidas humanas” (Gabriela Vélez, activista juvenil, 21/4/2008, pág 16), “Es una evidente negligencia culposa de los promotores de este evento” (Jorge Velásquez, administrador del Sur, 21/4/2008: 16). La forma de presentar las opiniones en la misma página responde al interés del diario de delatar a los culpables.

No queremos decir que esta forma de tratamiento que se otorgó al caso *Factory* fuera innecesaria, pues siempre pudimos contar con alguna aproximación más detallada a los hechos, sin embargo el seguimiento que se puede hacer a este acontecimiento desde la revisión de estos diarios<sup>4</sup> está basado exclusivamente en el aumento del número de víctimas y el tratamiento penal que se ha llevado al respecto. Exceptuando algunos artículos de opinión, tales como “Rock

y subcultura” (Juan Fernando Salazar, 27/4/2008), “Alegato por la diversidad” (Marco Arauz Ortega, 27/4/2008) o “Rock en la ciudad” (27/4/2008), por citar solo algunos de *El Comercio* en los días siguientes y otros más de distintos diarios, los medios no contribuyeron a poner en agenda el tema de las nuevas sensibilidades e identidades contemporáneas. Si los medios de comunicación pueden (re)presentar una forma de ver la realidad de nuestra sociedad, creemos que la posibilidad de abrir y continuar la profundización de temas que necesitan ser tomados en cuenta en el debate público, es una tarea que no pueden dejar pasar por alto.

Si bien los artículos de opinión denunciaban las altas dosis de moralismo, o la falta de atención en relación con algunos sectores de la sociedad, la forma en que los hechos han sido presentados en la prensa no distan mucho de la distorsión, fragmentación y dificultad de argumentación que Wolf atribuye a la producción televisiva (Wolf, 1991: 220-221). Parece ser que “los males” impuestos por las condiciones de producción televisiva afectan también a los medios impresos como parte de esa imposición de la lógica de la televisión que captura a todos los medios.

Quizá los medios a los que nos hemos referido han seguido el caso *Factory* únicamente a partir de las consecuencias del incendio sin ser el espacio contribuyente al debate contemporáneo que hubiese convenido. La lectura de este acontecimiento fue la misma que Wolf (1991), señala para referirse a la noticialidad de

4 Puesto que el trabajo pretende dar cuenta del tratamiento noticioso que recibió este acontecimiento en los días siguientes a el día miércoles 27 de abril de 2008.

algunos países del denominado “tercer mundo”. Así como los países africanos, latinoamericanos o de oriente-medio son sujetos de noticias “únicamente cuando son teatro de acontecimientos insólitamente dramáticos, como conflictos, golpes de estado o grandes catástrofes” (pág. 231) las minorías culturales (o algunas agregaciones identitarias o colectivos juveniles) son noticia cuando la espectacularidad lo catastrófico recae sobre ellos.

El carácter “catastrófico” conferido a este acontecimiento contribuye al carácter de *monstruoso* que mencionamos en el inicio de este trabajo, pues el *monstruo* es “la maldad pura, la irracionalidad absoluta, la insociabilidad” (Zuñiga, 2010: 51) pero a la vez está asociado a la idea de “catástrofe” (*katástrophe*) que significa originalmente inversión del curso consuetudinario de eventos, por tanto irrupción en la norma y transgresión/subversión de la regla (Mora, 2007). Por lo tanto, la idea del *monstruo* se refiere a una singularidad relativa, a un contexto, a un lugar espacio-temporal. De aquí que, el tratamiento mediático de la catástrofe reproduce la representación de las personas jóvenes desde la forma del monstruo.

Entre los criterios de los valores/noticia que señala Mauro Wolf constan aquellos relativos al producto que podríamos relacionar con el caso *Factory*. Si seguimos el lema inglés: *Bad news is good news*, o aceptamos como verdad que “evidentemente es un principio fundamental del periodismo, que cuanto mayor, más insólito o más cruento es el espectáculo, mayor es el valor/noticia” (pág. 236), podemos hallar en esto la explicación a la forma cómo se

trató el caso *Factory*. El tratamiento mediático que este caso ha recibido corresponde entonces a la lógica productiva de los medios de comunicación.

Corresponde tal vez a una ciudadanía responsable, y especialmente a los grupos identitarios, reclamar por un tratamiento mediático que haga visibles sus prácticas, sus discursos y sus combinaciones estéticas a fin de poder generar una imagen que parta de las mismas personas y desde una lectura que no esté marcada por la mirada hegemónica y adultocéntrica de las industrias mediáticas.

En el caso particular del movimiento gótico-roquero y de las personas que se adscriben a esta identidad hemos estado acostumbradas a que su *desconfiscación mediática*<sup>5</sup> (Thompson, 1998) sea realizada desde la visión conservadora-adultocéntrica-elitista que predomina en los medios. El discurso del miedo ante lo otro, ante lo nuevo y quizá ante el lado *demens* de nuestra condición humana ha contribuido a la creación de estereotipos que emparejan los signos de una *era neobarroca* (Calabrese, 1994; Piscitelli, 2002) con expresiones condenables y peligrosas para la colectividad.

El hecho de que la cobertura del caso *Factory* se haya reducido a un acontecimiento siniestro (“producto de un descuido”) no nos parece circunstancial, sino que, a nuestro entender, forma parte

5 A decir de Thompson (1998), la *desconfiscación mediática* es un proceso dialéctico por el cual se visibiliza a ciertos actores sociales —antes invisibilizados, desde nuevas perspectivas comunicacionales, que a su vez pueden ser invisibilizados por otras prácticas sociales o los mismos medios de comunicación.

de la imposición de una “forma exclusiva de ser” que está determinada por quienes controlan nuestras prácticas desde el discurso de la seguridad.

El espacio mediático para un tratamiento profundo a partir del caso *Factory* (aunque desde mucho antes esta apertura es indispensable) acarrea la posibilidad de reconocer tendencias contrahegemónicas en medios que intentan reflejar con mayor eficiencia nuestra sociedad.

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación, sumadas a los bajos costos de producción discográfica de los que se ha valido el movimiento roquero para su difusión y circulación, no han llevado a que este grupo influya en el escenario social del Ecuador planteando un debate que contribuya a la madurez de la población a la hora de pensar cómo estamos constituidos como sociedad. Esto se debe en parte a que el discurso de los medios está generando una opinión pública que apenas demanda condescendencia o tolerancia (en el mejor de los casos) para las nuevas manifestaciones culturales de las personas jóvenes y no la posibilidad de reconocer posibles alternativas al orden hegemónico desde sus relatos identitarios.

### **A modo de cierre: apuntes para la investigación de las culturas juveniles**

Cada uno de nosotros se convierte en el viajero  
Siempre en busca de otro lugar,  
o en aquel explorador encantado de aquellos mundos...  
que es conveniente, siempre y de nuevo, inventar.  
(Maffesoli, 2004: 17)

Para cambiar la mirada adultocéntrica es preciso combinar el análisis de

la noticialidad y la forma de cobertura que los medios hacen de las personas jóvenes con el análisis de procesos de producción-circulación-consumo de bienes simbólicos (música, moda, imágenes corporativas, literatura, manifestaciones sobre el cuerpo) y lo que se denomina como prácticas culturales y políticas emergentes. Dentro de estas nuevas prácticas culturales y políticas emergentes se encuentra la supuesta rebeldía contra la biopolítica a través de manifestaciones de construcción corporal anticánónicas (es decir, en contra de la identificación de lo masculino con lo fuerte, lo rústico e inflexible, y lo femenino con lo débil, lo tierno, lo endeble), la captación de la noche como escenario de encuentro y presencia pública, el uso de Internet como nuevo espacio de disputa política, etc.

Los estudios sobre culturas juveniles<sup>6</sup> hacen evidente que pensar cualquier fenómeno social sin reconocerlo dentro de una cultura mediatizada sería desconocer los procesos derivados del intercambio de bienes simbólicos (que son soportes principales para entender las mutaciones identitarias contemporáneas) cayendo en una reflexión que se enmarcaría en lo que Marc Augé denomina “modelo de la carta robada” (Augé, 1996). Sin embargo, es necesario no quedarse en la mirada generalizada que en ciertas ocasiones se asemeja a la ofrecida por García Canclini (2001),

6 Al referirnos a “estudios sobre cultura juvenil” estamos señalando aquellos que son desarrollados dentro del campo de los estudios culturales en su vertiente latinoamericana inspirada por la obra de Martín Barbero y otros.

sobre todo con la subyacente tesis de la hibridación cultural como un fenómeno provocado especialmente por el consumo, conllevando el riesgo de coincidir en la afirmación de que el mercado es el fin de las identidades.

Consideramos que la mirada de la persona investigadora sobre jóvenes puede valerse de la figura de “el viaje” que describe Renato Ortiz, donde no se trata de alguien que “simplemente pasa” por algún lugar sino como “la persona que sale de un mundo anterior para penetrar en otro enteramente nuevo” (Ortiz, 1997: 52). Por lo tanto, la persona investigadora de culturas juveniles es a la vez una comunicadora en tanto mediadora que comunica lugares que se encuentran separados por la distancia y los hábitos, como lo pueden ser “el mundo de las personas adultas” y “los mundos de los y las jóvenes”<sup>7</sup>. En este sentido, la persona investigadora de culturas juveniles experimenta una dislocación (en cuanto se genera información y construye conocimiento de los que difieren de él/ella) que permite mantener viva la diferencia (entre quienes encarnan sensibilidades juveniles emergentes) y de quien, desde la investigación, puede contribuir a la visibilización positiva de las personas jóvenes.

El trabajo desde los estudios culturales juveniles representa un avance importante en relación con los estudios sobre personas jóvenes que apuntan exclusi-

7 Usamos la expresión “mundo” para agrupar las distintas formas en las cuáles se agrupan las formas de ser una persona adulta o ser joven, no tanto porque creamos que hay una sola forma de comprender las expresiones juveniles o adultas.

vamente a los “malestares culturales” (drogadicción, alcoholismo, etc.) o a la generación de programas únicamente de prevención o de asistencia social. Uno de los aportes significativos de los estudios sobre culturas juveniles se encuentra en la construcción de un objeto de estudio constituido por las prácticas de las personas jóvenes como vía para entender diferentes formas culturales que pueden hacer más accesible la complejidad de este tiempo. En términos generales se trata de que las descripciones de la contemporaneidad integren elementos que permiten pensar de forma crítica a la modernidad integrando elementos de la posmodernidad<sup>8</sup>.

Los tiempos actuales demandan que una nueva forma de producir el discurso sobre jóvenes no desconozca a estas personas como coautores del relato. En este sentido estamos hablando de una producción dinámica y de creación de textos a-significantes que tengan como principal interés descubrir cuál es la función que el texto tiene para el lector o la lectora; dicho en otras palabras, combinar la manera cómo se produce la reflexión acerca de las personas jóvenes con el agenciamiento que suscitan.

Al seguir esta línea, estudiar las culturas juveniles encierra la oportunidad de

8 Los estudios sobre culturas juveniles constituyen una reacción a la mirada adultocéntrica, pues se propone desplazar del centro a la persona adulta a través del reconocimiento de nuevos saberes presentes en las culturas juveniles: desplazamiento del logocentrismo por un pensamiento que incluye lo corporal, la ruptura con la soberbia de la cultura libresa por una cultura digital, los agenciamientos como nuevas formas de participación política.

descentrar los estereotipos que se han construido en torno a la figura de las personas jóvenes como provenientes de una “estructura arbórea” en dos sentidos:

1) Una estructura de pensamiento que sigue el modelo del árbol en cuanto pretende descubrir en la raíces de la psicología evolutiva una explicación para los “desórdenes” que los y las jóvenes manifiestan en sus formas de vida y,

2) Una estructura (biologicista y psicologizante) que configura a la persona adulta como el punto de llegada de un proceso que se da ordenadamente desde la niñez. En esta última estructura se supone que el niño o la niña contiene a la adultez como la raíz al árbol.

Es preciso advertir que muchos de los estereotipos de la juventud encuentran sus raíces discursivas en una psicología evolutiva de corte ericksoniano y sus raíces científicas en el supuesto metafísico del niño o de la niña como raíz de la adultez.

Los estudios sobre culturas juveniles incluyen también la posibilidad de continuar perfilando una mirada que valore el saber empírico que se presenta en las formas de vida de los y las jóvenes. Esto a su vez exige que la nueva reflexión que podamos hacer en relación con la juventud, no se realice desde una mirada formalizada que supone la realidad como portadora de un significado a descubrir, sino una mirada que a la hora de componer y leer las producciones culturales de las personas jóvenes, nos provoque diseñar estrategias que apunten a la cir-

culación de una escritura cuestionadora de las miradas establecidas desde el poder cultural del capitalismo. Esta es la apuesta fundamental para aproximarse al carácter contrahegemónico de las culturas juveniles.

## Bibliografía

Abad, G. (2005). *El monstruo es el otro. Narrativa social del miedo en Quito*. Quito: Abya Yala.

Augé, M. (1996). *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona: Gedisa.

Bauman, Z. (2006). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Barcelona: Paidós.

Calabrese, O. (1994). *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.

Cerbino, M. (2006). *Jóvenes en la calle. Cultura y conflicto*. Barcelona: Anthropos.

Duarte, K. (2006). *Discursos de resistencias juveniles en sociedades adultocéntricas*. San José: Departamento Ecuaméxico de Investigaciones.

*El Comercio*. (20-27 de Abril de 2008). Quito, Ecuador.

García, N. (2001). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.

*Hoy*. (20-27 de Abril de 2008). Quito, Ecuador.

- Maffesoli, M. (2004). *El nomadismo. Vagabundeos iniciáticos*. México: Fondo de Cultura de Económica.
- Mora, M. (2007). *Los monstruos y la alteridad. Hacia un interpretación crítica del mito del monstruo*. Heredia: Universidad Nacional de Costa Rica.
- Ortiz, R. (1997). El viaje: el popular y el otro. En CEAAL, *Comunicación, política y cultura: escenografías para el diálogo*. Santiago: CEAAL.
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós Iberoamerica.
- Reguillo, R. (2000). La construcción social del miedo. En S. Rotker, *Ciudadanías del miedo*. Caracas: Nueva Sociedad.
- Reyes, H. (30 de abril de 2008). La oscuridad no miente. *Diario El Telégrafo*.
- Saramago, J. (2004). *Ensayo sobre la lucidez*. México: Alfaguara.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Zuñiga, M. (2010). *Pensar a las personas jóvenes: Más allá de modelos o monstruos*. San José: DEI.

Recibido: 14/2/2011 • Aceptado: 18/7/2011