

---

# El joven en las noticias televisivas paceñas



## The youth in television news in La Paz

**Daniel Alejandro Ramírez López**

Boliviano. Licenciado en Comunicación Social, productor audiovisual vinculado al SECRAD-Universidad Católica Boliviana "San Pablo", La Paz. El autor declara no tener conflicto de interés con las instituciones mencionadas en su artículo ni con la entidad editora de Punto Cero, la Universidad Católica Boliviana – Regional Cochabamba.

[flaco\\_lr@hotmail.com](mailto:flaco_lr@hotmail.com)

**Marcio A. Paredes R.**

Boliviano. Magíster en Educación, Docente a Medio Tiempo de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", La Paz. El autor declara no tener conflicto de interés con las instituciones mencionadas en su artículo ni con la entidad editora de Punto Cero, la Universidad Católica Boliviana – Regional Cochabamba.

[alemarcio@ucb.edu.bo](mailto:alemarcio@ucb.edu.bo)

### Resumen

Esta investigación se concentra en el discurso informativo y la generación de constructos para la representación del sujeto joven en la televisión paceña. El estudio muestra la representación audiovisual del joven en los noticieros televisivos de las redes ATB, UNITEL, TVB y UNO TV, emitidos en la ciudad de La Paz, Bolivia.

Se abordó el fenómeno desde una metodológica mixta. Desde lo cuantitativo, se reveló que la presencia de los jóvenes en las pantallas de televisión es mínima, con una tendencia de aparición en sucesos policiales, de seguridad y de entretenimiento. Desde lo cualitativo, se pudo establecer los modos de enunciación del sujeto en los temas en que figura como protagonista o fuente de información.

**Palabras clave:** televisión, discurso televisivo, jóvenes, identidad.

### Abstract

This research focuses on informative speech and meanings to represent the young person on TV. The study shows the visual representation of the young on the TV news at ATB, Unitel, TVB and UNO TV networks, channels of La Paz city, Bolivia.

The study object was read from a mixed methodology. The quantitative analysis revealed that the presence of young people in the television screen is least, with a trend to appear in police, security and entertainment events. The qualitative research established modes of enunciation of the subject as protagonist or information source.

**Keywords:** television, television discourse, youth, identity.

### Résumé

Cette recherche porte sur le discours informatif et la génération des constructions conceptuelles pour représenter le sujet jeune à la télévision de La Paz. L'étude montre une représentation audiovisuelle des jeunes dans les journaux télévisés des chaînes ATB, Unitel, TVB et UNO TV, émis dans la ville de La Paz, Bolivie. Le phénomène a été abordé à partir d'une méthodologie mixte. Depuis la méthode quantitative, il a été révélé que la présence des jeunes dans l'écran de télévision est moindre, avec une tendance à apparaître dans les faits divers et les loisirs, tandis que du point de vue de l'abordage qualitatif, il a été établi des modes d'énonciation du jeune dans les sujets énumérés comme les principales sources d'information.

**Mot-clés:** Télévision, jeunesse, identité.

## Introducción

La presente investigación partió de la inquietud de estudiar el discurso de la televisión en su producción noticiosa, de manera específica, sobre el sujeto joven. ¿Quién es este actor? ¿Cómo se muestra este sujeto ante la sociedad a través de la televisión? Los medios de comunicación proponen conceptos a través de discursos a sus respectivas audiencias, crean imaginarios sociales, conforman opiniones públicas y re-crean realidades desde su accionar. Así, la importancia de estudiar este medio de difusión recae en su alcance e importancia a nivel social.

Entonces, si se habla de un instrumento mediático que posee una relevancia importante y de la construcción y re-creación del sujeto joven, la presente investigación se adentra a describir procesos, necesariamente, de orden identitario.

En tal sentido, se procuró establecer cómo es representado el joven en los noticieros televisivos centrales de los canales Unitel, ATB, Red Uno TV y TVB, a partir de determinar la presencia del joven en los noticieros, del enfoque protagónico del sujeto y del enunciado en recaen las cadenas televisivas.

## 2. Sobre la televisión

Quizás ni John Baird, ni Vladimir Zworykin<sup>1</sup> imaginaron que el barrido mecánico y el iconoscopio iban a lograr constituir uno de los mayores, más difundidos, más controversiales y debatidos inventos de los últimos tiempos: la televisión. Nos referimos a un ‘instrumento’ que ha trascendido su utilidad de difusión para constituirse en un medio que “formula el lenguaje de la comunicación social” (Castells, 1999: 368). La televisión va más allá de su ‘instrumentalidad’ en cuanto aparato industrial y en cuanto fenómeno discursivo y espectacular, pues genera procesos que tienen su propia lógica interna y que –según uno de los puntos esenciales del saber sociológico– escapan a su control (Gonzalez Requena, 1988).

Si bien se puede afirmar que la televisión es sólo uno de los modos de pensar y producir sentido (Rincón, 2006), según Neil Postman

(1991), la televisión es el modo más común de enterarse de las cosas, por tal razón –y esto es lo decisivo– su forma de presentarnos el mundo se convierte en el modelo que ha de seguir el mundo para presentarse. Como sostiene Bourdieu (1997: 18) “la televisión es un instrumento que, teóricamente, ofrece la posibilidad de llegar a todo el mundo”, ya que se ha convertido en el medio central de comunicación, en cuanto hace girar a su alrededor al resto de sistemas de comunicación mediática y porque tiene en sí misma la visibilidad pública y del juego de las estrategias de poder (Castells, 1999). Así, este medio se convierte en el árbitro del acceso a la existencia social y política, pues, según Bourdieu (1997), quien no está en la televisión no existe.

### 2.1. El discurso televisivo y cómo se representa al sujeto

“El discurso ‘se hace’ en lo concreto de una situación comunicativa o en la particularidad de una determinada producción simbólica” (Gonzalez Requena, 1988). El discurso televisivo se presenta como una unidad que se encuentra dotada de un ente productor complejo (la cadena, los productores, los guionistas, los presentadores). Este ente productor manifiesta unas intenciones en la elaboración de un texto (discurso) que se materializa en el uso televisivo de lenguaje audiovisual y que va dirigido a audiencias masivas, múltiples y complejas (Orza, 2001).

Así, Gonzalez Requena (1988), propone que el discurso televisivo se define como una serie de elecciones –y de exclusiones– sobre el cuerpo estructurado del código (o de los códigos), para manifestarse como un cuerpo estructurado. Además entre una y otra estructura, como conclusión de aquél proceso de elecciones y exclusiones que producen el discurso, se dibuja el lugar del sujeto.

Se puede decir que el sujeto se inscribe en el proceso de la enunciación, ya que es ahí donde se traza el perfil del sujeto nombrado. Como afirma Benveniste (1972), “no hay identidad posible del sujeto al margen del lenguaje (cualquiera que sea este), pues sólo en el lenguaje puede producirse a partir de la afirmación del individuo como sujeto de la

enunciación” (Gonzalez Requena, 1988). La televisión (concebida a este punto como un tipo de lenguaje) genera un imaginario estructurado por el orden simbólico para hacer posible la emergencia de la cultura y, con ella, de la identidad simbólica del sujeto. Esa cualidad “no puede ser otra que la arbitrariedad del significante lingüístico” (González Requena, 1988: 21).

Para el análisis de la enunciación, el estudio se orientó en la escala arquetípica de representación propuesta por Fuenzalida (2000), donde el “sujeto común” suele ser sugerido como quebrantador, víctima o beneficiario. En todos los casos, la construcción del relato audiovisual informativo nos permite identificar si se presenta en nuestra televisión local la caricaturización del sujeto joven.

## 2.2. De los jóvenes en la televisión

El joven existe más allá de una condición biológica. Hablar de los jóvenes como una categoría social que posee intereses comunes, y conjugarlos a una edad definida biológicamente<sup>2</sup>, constituye –según Bourdieu (1997)–, una manipulación evidente. Pues el ‘ser joven’ no es un descriptor unívoco, más bien, “es fundamentalmente una clasificación social y (...) supone el establecimiento de un sistema (complejo) de diferencias (...), esas diferencias es lo que otorga características precisas, contenidos, límites y sentido al continente ‘ser joven’” (Reguillo, 2004:53). Según Azpiroz (2001), está claro que ser joven está dejando de ser un momento, para convertirse en un estar.

Entonces los jóvenes –como categoría socialmente construida–, son actores sociales de los tiempos postmodernos, pues hay que entender que “ninguna categoría es neutra, más bien son productivas, muestran cómo las diferentes sociedades perciben y valoran el mundo” (Reguillo, 2000:29).

Los medios conciben, en su quehacer, realidades particulares que son transmitidas a las audiencias (Gonzalez Requena, 1988; Perez Tornero, 1994). Si se habla del tema de representación del joven en los medios de

comunicación –que comportan en sí misma un carácter identitario–, su presencia en los medios de comunicación se hace relevante.

Por ello se ha convertido en un aspecto común el observar en la producción ficcional al joven como actor principal. La mayoría de las series de televisión, películas y telenovelas tienen protagonistas jóvenes, con distintos estereotipos, basados en perspectivas idealistas del joven, como ser el joven-empresario, el joven-drogadicto y joven-belleza (Rodríguez, Megias, 2007).

Dentro de las preocupaciones de esta investigación, la producción noticiosa es la clave para determinar lo representativo. La imagen que ofrecen los medios sobre los jóvenes es la de sujetos pasivos, desinteresados o poco implicados en las cuestiones sociales (Naval, 2005). Así, “sus esquemas de representación configuran campos de acción diferenciados y desiguales” (Reguillo, 2000:30), pues lo que se dice del joven está vinculado con la estereotipación.

## 3. Metodología

Para operar sobre el fenómeno se optó por el modelo mixto en dos etapas, es decir se complementaron los enfoques cuantitativo y cualitativo en momentos independientes. En una primera instancia se aplicó la metodología cuantitativa para determinar la presencia del sujeto joven (en tanto cobertura, temática y otros), y el enfoque cualitativo, en una segunda instancia, ayudó a determinar qué se dice y de qué forma se presenta al sujeto en cuestión.

Para la etapa de carácter cuantitativo el universo estuvo compuesto por todos los noticieros centrales emitidos por los canales Unitel, Red Uno, ATB y TVB, durante los meses de febrero y marzo del año 2009. Las unidades de análisis fueron los noticieros centrales emitidas por los mencionados canales.

En la segunda etapa, de tipo cualitativo, la muestra se conformó a partir de las noticias en las cuales apareció el sujeto joven identificadas en la primera etapa. Se vio conveniente unificar las características de las unidades de análisis en tanto monto por canal y por categorías de aparición, bajo el mínimo

registrado. En tal sentido, se analizaron 5 notas por medio, de acuerdo a la siguiente relación:

- 2 notas con la categoría de protagonista
- 1 nota con la categoría de fuente
- 2 notas con la categoría de presente en forma incidental.

#### 4. Resultados

Es posible entender el discurso audiovisual de los noticieros sobre el joven a partir de la cantidad de apariciones que tiene el sujeto en cuestión, el enfoque protagónico con el cual aparece y la forma en la que es enunciado el sujeto. Sin duda nos referimos a una máquina que, a través de la apropiación del lenguaje audiovisual, construye sentidos e imaginarios sobre situaciones que acontecen o, en el caso de la presente investigación, sujetos que son representados a través de la pantalla.

##### 4.1. Sobre la presencia del joven en los noticieros

Se constató una presencia mínima del joven dentro de los noticieros estudiados. El 2% de las notas observadas constituye un nivel de aparición bajo. ATB con su noticiero 'ATB Noticias' tuvo la mayor cantidad de notas registradas: 36 de las 76 observadas. En contraste, TVB registró el mínimo de notas con la presencia del sujeto joven, 5 noticias registradas. De las notas registradas se observó que en el joven de sexo masculino tiene una aparición mayor que la mujer en pantalla, 35 y 23 unidades observadas respectivamente. A su vez se reconoció que existen notas donde el joven es mencionado, sin embargo no está presente de manera visual. El formato utilizado con mayor frecuencia fue la noticia. La mayor cantidad de notas provenían del ámbito local, 53% de las notas.

Según categorías de aparición y formatos, el sujeto joven es protagonista en la mayoría de las noticias, 55 notas de un contingente de 76. Aparece de manera incidental en 12 noticias y en 4 clips<sup>3</sup>.

En el mismo ámbito, se reconoció que el joven tiene mayor presencia como sujeto

protagonista y sujeto presente de manera eventual en las notas propias de los sectores 'Policial' y 'Espectáculo'. Es fuente de información en temas políticos, de seguridad ciudadana y de temas deportivos.

##### 4.2 Sobre el enfoque protagónico

Existen diferencias entre el enfoque protagónico cuando se trata del joven-varón o la joven-mujer. La mujer joven estuvo presente en las noticias analizadas en las tres categorías consideradas: como protagonista, como fuente de información y presente de manera incidental. Cuando el sujeto joven femenino es protagonista, los planos utilizados son narrativos y expresivos, los cuales tienden a apelar a lo emotivo. Se reconocieron angulaciones picadas en todas las situaciones encontradas, que tienden a minimizar al sujeto enfocado. Se presenta a la mujer joven como fuente de información con un manejo de planos expresivos y ángulos normales. Cuando se registra a la mujer como protagonista y como fuente de información su enfoque protagónico tiende a ser de víctima. El momento que la joven se presenta de manera incidental, las cámaras televisivas, tanto de UNITEL como de ATB, la muestran con planos narrativos y angulaciones normales. En cuanto a la enunciación, la mujer es presentada como beneficiaria. De los canales analizados, TVB no mostró ninguna nota con la presencia visual de la mujer.

Por el lado de los varones, se pudo observar que el sujeto joven de sexo masculino fue protagonista y fuente de información en las notas analizadas. Cuando el sujeto es protagonista, se utilizó planos que apelan a mostrar las emociones y reacciones faciales de los sujetos en cuestión, y la propuesta de angulaciones fueron picadas (que minimiza al sujeto) y normales. Su enfoque protagónico se constituyó de la siguiente manera: al ser protagonista se lo presentó como actor víctima y quebrantador. Los casos de quienes son fuente de información para los canales TVB y ATB, fueron filmados con planos expresivos y angulaciones normales. Como fuente de información se presentó al joven como actor político. Todos los canales analizados presentan al joven de sexo masculino presente en pantalla.

En el manejo de los elementos sonoros se notó que 'Notivisión' de la Red UNO y 'Telepaís' de UNITEL, fueron los noticieros que utilizaron de manera apelativa música dentro de sus notas.

Se pudo observar que el joven estaba ausente y presente de manera nominal. La utilización de titulares y subtítulos apoya su aparición en pantalla. Así, en la mayoría de las situaciones donde el joven es mencionado, en los titulares su enfoque protagónico es el de víctima.

### 4.3 Sobre la forma de enunciar al joven

En la mayoría de los casos observados dentro de la presentación periodística, se pudo rescatar que existen nominalismos cuando el joven es enfocado como víctima del acontecimiento cubierto. Así apelativos como: 'joven linchado', 'joven violada', 'joven asesinado' forman parte del cuadro de enunciación periodística.

Cuando otros actores hablan sobre el sujeto en cuestión, hay una marcada tendencia en calificar al joven como quebrantador. Donde el joven es 'conspirador', 'encapuchado' o 'atracador'.

Se observó que el sujeto joven tiene la oportunidad de hablar cuando su condición es la de víctima.

Las enunciaciones están presentes en mayor cantidad por quienes hablan del joven (periodistas y otros actores) que las oportunidades que tiene el joven de manifestarse a través de la pantalla de los noticieros.

### Conclusiones

Después de realizar un análisis que trató de ver la representación del joven en los noticieros de ATB, UNITEL, TVB y Red UNO TV, no se puede establecer una relación de representación única, puesto que las características encontradas son diferenciadas. Sin embargo se pueden encontrar características generales que comparten todos los elementos encontrados.

Se puede decir que el joven tiene una presencia mínima en los noticieros televisivos

estudiados. Su aparición es más notoria en los sectores 'Policiales' y de 'Espectáculo'. Su enfoque es el de un sujeto víctima y quebrantador (este último en menor medida) y se habla más de él cuando se presentan victimizados.

En tanto la diferencia de sexos en pantalla, la mujer joven en pantalla tuvo una representación que se vincula a hechos en los cuales es principalmente víctima. Aspecto que no es el mismo con respecto al varón, quien es visualizado como actor víctima o quebrantador.

Si bien el manejo de la imagen no establece parámetros diferenciales entre un enfoque u otro, lo apelativo en los enunciados ('joven deshidratado', 'joven linchado'), los temas en los cuales el joven es protagonista y el espacio que le brindan al joven para declarar, muestra una fuerte tendencia a representar al joven como víctima de los acontecimientos. Un aspecto esencial a señalar es que si bien existen notas que presentan un joven 'ausente visual', la representación del sujeto en cuestión tiene las mismas características señaladas.

En definitiva, hablar de una representación del joven en los noticieros televisivos panceños estudiados, conduce a reconocer al sujeto en cuestión como un actor social que es abordado, re-creado y representado con una identidad de víctima, tanto su presencia nominal como en su presencia en pantalla.

Ahora bien, es pertinente preguntar ¿Porqué los jóvenes no están presentes en los noticieros de televisión? Se puede tomar a autores como Fuenzalida (2000) o Rincón (2002) quienes aluden a que el periodista busca personas autorizadas (especialistas y tomadores de decisiones) para encontrar respuestas a las cuestiones que la noticia plantea. Así, se podría deducir que los jóvenes quedan relegados de aquella tarea por una falta de conocimiento de los temas de la noticia.

Sin embargo, existen otras cuestiones que hacen que el periodista busque a quien se pueda reconocer como autoridad. Una de ellas es, quizás, la facilidad del lenguaje y la palabra. Pues la formalidad y la precisión del lenguaje hacen fácil la tarea del periodista, en tanto se habla del manejo de fuentes, ¿la

ausencia de los jóvenes como fuentes de información y de opinión se debe a que son imprecisos o informales en términos del lenguaje?

Existen aún bastantes inquietudes sobre el tema cuestión y su relación/interpelación con el quehacer periodístico. Por lo expuesto una línea de indagación urgente se asocia a la ausencia de los jóvenes en los noticieros televisivos paceños.

### Notas

1. Baird en 1929 realizó las primeras transmisiones de televisión en la BBC, con su propuesta del barrido mecánico. En 1924, Zworykin puso en funcionamiento el iconoscopio en EUA.
2. Una crítica que se postula en contra de las fragmentaciones etéreas, pues Naciones Unidas ha definido al joven como la persona que oscila entre los 15 y 25 años.
3. Durante el estudio, se verificó que un "formato" presente en los noticieros es el clip, entendido como el relato audiovisual construido a partir de la yuxtaposición de imágenes sobre un fondo musical. En oportunidades es acompañado de texto escrito (generador de caracteres); por otro lado, no es acompañado de texto hablado (voz en off).

### Referencias Bibliográficas

1. AZPIROZ, Elena. (2001) "Plan de Acción Global en materia de Juventud 2000/2003." *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales* - Núm. 30, Marzo.
2. BOURDIEU, Pierre. (1997) *Sobre la televisión*. Madrid. Anagrama.
3. CASTELLS, Manuel. (1999) *La era de la información. La sociedad en red*. Vol 1. Madrid: Siglo XXI.
4. FUENZALIDA, V. (2000) *La televisión pública en América Latina: reforma o privatización*. Santiago. Fondo de Cultura Económica.
5. GONZALEZ REQUENA, Jesús. (1998) *El discurso televisivo: Espectáculo de la postmodernidad*. 1 Ed. Madrid. Cátedra.
6. NAVAL, Concepción. (2005) "Juventud y medios de comunicación frente a frente." *Revista de estudios de juventud*. N° 68. Madrid.
7. PEREZ TORNERO, José Manuel. (1994) *El desafío educativo de la televisión: para comprender y usar el medio*. Barcelona. Paidós Ibérica.
8. POSTMAN, Neil. (1991) *Divertirse hasta morir. El discurso público en la época del "show business"*. Barcelona. La Tempestad.
9. REGUILLO, Rossana. (2000) *La emergencia de las culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Guadalajara. Norma.
10. RINCÓN, Omar. (2006) *Narrativas mediáticas: O como se cuenta la sociedad del entretenimiento*. 1 Ed. Barcelona. Gedisa.
11. RINCÓN, Omar. (2002) *Televisión, video y subjetividad*. 1 Ed. Bogotá. Norma.
12. RODRÍGUEZ, Elena y MEGIAS, Ignacio. (2007) "Jóvenes en los medios." *Revista Injuve*. Madrid.

Enviado: 15 de enero de 2011.  
Aceptado: 17 de agosto de 2011.