

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 65 - MARZO 1999

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

María del Carmen Cevallos

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Wladimiro Alvarez Grau,
Ministro de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,
Min. Relaciones Exteriores.

Juan Centurión, Universidad de
Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO.

Luis Espinoza, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Lenin Andrade, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Oswaldo Guayasamín

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Telf. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

http://www.comunica.org/chasqui

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui.

NOTA A LOS LECTORES

Vietnam fue un hito mediático trascendental: los periodistas tuvieron tantas libertades para su cobertura que, para muchos militares norteamericanos, su país perdió la guerra por esa falta de censura. Otro hito, la Guerra del Golfo: fue la primera guerra transmitida en vivo y en directo a todo el mundo, pero las fuerzas en conflicto, especialmente de E.U. -que aprendió de Vietnam-, ejercieron un férreo control informativo, aunque sus antecedentes en Granada, Panamá, Malvinas... ya anunciaron una censura que, ahora sí, puso en práctica lo que el general Sherman dijo en el marco de la guerra de Secesión norteamericana: "Es imposible llevar a cabo una guerra teniendo una prensa libre".

Pero esto no libera de responsabilidad a los periodistas. La historia de los últimos cien años y su casi medio centenar de conflictos demuestra que en la corresponsalia de guerra han habido verdaderos periodistas, casi héroes, pero, también, propagandistas, creadores de mitos, espías, mercenarios, diplomáticos. Así, el dilema fundamental de estos corresponsales ha sido ser neutrales o tomar partido. Y esto, muchas veces, se ha resuelto al margen de la ética: la "obediencia debida" del periodista a su medio o patrón ("Ponga las ilustraciones y yo pongo la guerra", le ordenó William R. Hearst a su periodista y dibujante, Frederick Remington, acreditado en La Habana durante la guerra de independencia cubana, a fines del siglo pasado) o a los ejércitos de sus respectivos países, como en los casos de las dos guerras mundiales, Malvinas, del Golfo... con el argumento de que el periodismo debía apoyar a su nación; o porque el drama de la guerra es una fuente inagotable para el periodismo de la muerte y la espectacularización de la noticia, especialmente en TV, donde el negocio y el *rating* son determinantes y la ética está ausente.

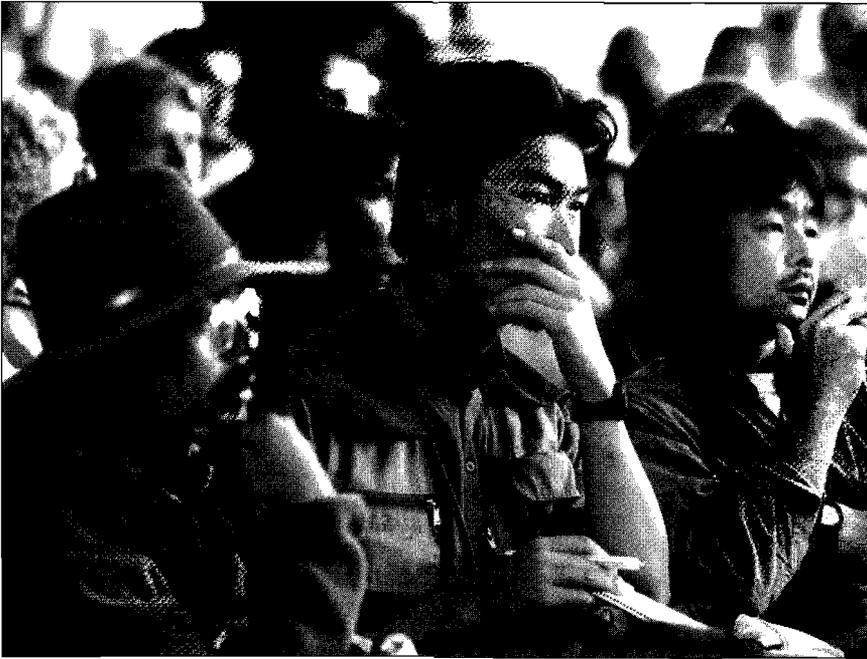
Pero también hay razones menos deleznable que afectan la neutralidad, porque el periodista enfrenta duras pruebas emocionales al sufrir y vivir conflictos bélicos, más aún en su propio país, particularmente los que se dan a nombre de la "limpieza étnica", las guerras de liberación, las luchas contra la opresión. Y es que para muchos periodistas, que han sido testigos del enfrentamiento entre lo justo y lo injusto, los oprimidos y los opresores; la imparcialidad no es fácil, seres humanos al fin y al cabo toman posiciones y desde ellas hacen su trabajo de manera brillante muchas veces, ahí están, por ejemplo: Ernest Hemingway, Martha Gellhorn... Porque, en definitiva, "La primera víctima de la guerra es la verdad", como lo señaló el senador norteamericano Hiram Johnson, en 1917.

Con **Corresponsales de guerra**, Chasqui plantea la discusión en torno a una actividad muy riesgosa -en 1968, la empresa de seguros londinense Helmers Cía. la catalogó como el oficio más peligroso del mundo- y compleja. Presentamos artículos con una visión histórica del dilema planteado, el rol del periodismo en la construcción de una cultura de paz o de guerra, el derecho internacional y esta actividad, semblanzas de conspicuos exponentes de este oficio y otros aspectos de un tema muy actual, más aún porque la guerra, lamentablemente, parece ser una condición inherente a la raza humana.

Excepto los textos de Priess, Reyes y García & Fuentes, todos los demás de este *dossier* fueron presentados en el I Encuentro Mundial de Corresponsales de Guerra, convocado por el Instituto Internacional de Periodismo José Martí y realizado en La Habana, entre el 24 y el 27 de noviembre de 1998. Nuestro agradecimiento a Guillermo Cabrera A., director del instituto, por permitirnos su publicación.


Fernando Checa Montúfar
Editor

CORRESPONSALES DE GUERRA



El corresponsal de guerra, con mucha frecuencia, enfrenta el dilema de ser neutral o tomar partido. Razones reñidas con la ética y otras menos deleznable, como sus propias emociones frente a la brutalidad de la guerra, inciden en su decisión final. A esto se suman la censura y un férreo control informativo de las fuerzas en conflicto. Vietnam fue la excepción.

4 Reportaje o ultraje: tomar partido o permanecer neutral
Barry Lowe

9 Conflictos, medios y cultura de la paz
Frank Priess

14 La guerra de los corresponsales
Angel Jiménez González

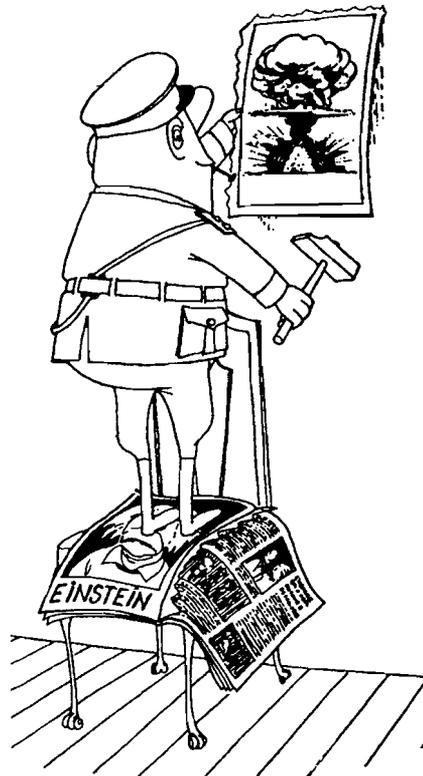
18 Guerra, globalización y manipulación
Angus McSwann

22 Paisaje informativo después de la batalla
Gerardo Arreola

25 Periodistas de viaje: corresponsales de paz y corresponsales de guerra
Mariano Belenguer Jané

30 El poder emocional de la fotografía de guerra
Debra Pentecost

34 Entre armas, caridad por la humanidad y la paz
Jean-Marc Borner



38 Derechos y ética del periodista en misiones de alto riesgo
Guillermo González Pompa

41 Discurso político e imaginarios mediáticos alrededor del cierre de una frontera
Hernán Reyes Aguinaga

45 Hemingway, corresponsal leyenda
José Luis García Norberto Fuentes

49 Ernest Hemingway y Martha Gellhorn
María Caridad Valdés Francisco Echevarría V.

52 Masetti y Bastidas, corresponsalía y compromiso
Juan Marrero

54 El Che como corresponsal de guerra
Hugo Rius

CONTRAPUNTO

- 57 Diferencias entre periodismo y novelística
Carlos Morales



APUNTES

- 60 Las elecciones venezolanas y la influencia de los medios
Eleazar Díaz Rangel
- 63 Comunicación y anorexígenos
Valerio Fuenzalida Fernández

- 68 Jóvenes ¿Outsiders o Unplugets?
Sandro Macassi L.

- 73 Imágenes juveniles, medios y nuevos escenarios
Oscar Aguilera Ruiz

- 78 Democratización y políticas de comunicación. El caso de Guatemala
Hans Koberstein

- 82 La información, ingrediente clave de nuestra organización social
Manuel Calvo Hernando

84 NOTICIAS

86 ACTIVIDADES DE CIESPAL

RESEÑAS

- 88 Revistas Iberoamericanas de comunicación
Daniel E. Jones



Corresponsales de guerra

Revista Latinoamericana de Comunicación
Chasqui
No. 85, marzo de 1989

PORTADA Y CONTRAPORTADA

Oswaldo Guayasamín

“Madre de la india”

Oleo sobre tela. 300 x 150 cm.
1988

“Lágrimas de sangre”

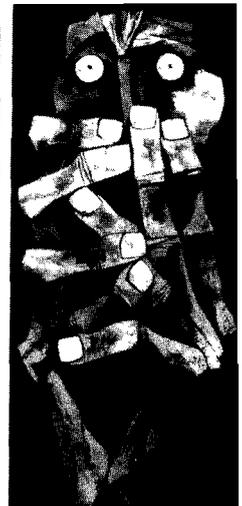
Oleo sobre tela. 220 x 110 cm.
1973



Oswaldo Guayasamín

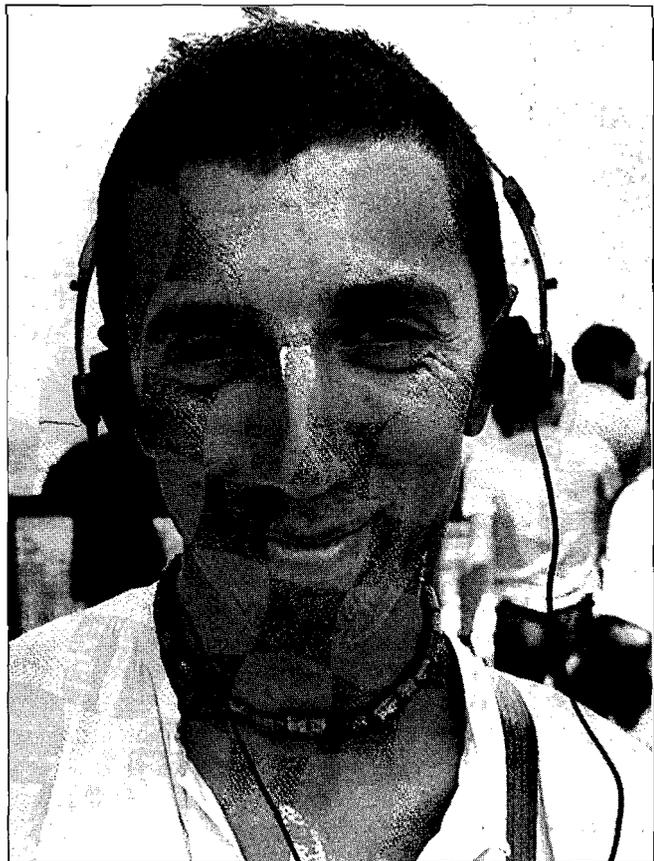
“Lágrimas de sangre”
1973. Óleo sobre tela.
220 x 110 cm.

CIESPAL



Imágenes juveniles, medios y nuevos escenarios

Progresivamente los medios abandonan las claves clásicas para relacionarse con los jóvenes. Ya no buscan integrar y/o controlar socialmente a sus destinatarios. Ahora buscan hablar al joven no solo desde su actividad "productiva", sino desde esferas afectivas y/o estéticas que cumplen precisamente la función de ampliar el mercado de jóvenes auditores que suscriben las pautas identificatorias propuestas por los medios. Este artículo nace de un análisis de los discursos radiales producidos exclusivamente para jóvenes en Santiago de Chile.



Juliano Serra, Brasil

Mucho se ha escrito acerca de la centralidad que ocupan los medios de comunicación en la vida de los sujetos. Es más, dicha afirmación no requiere mayores fundamentos respecto a la relación entre los medios y los jóvenes, en cuanto sujetos con "mayores espacios de tiempo libre"

OSCAR AGUILERA RUIZ, chileno. Licenciado en Comunicación Social, profesional del Programa de Comunicaciones ECO, Educación y Comunicaciones, Santiago de Chile.
E-mail: nicolo@entelchile.net

para acceder a los medios y recibir de ellos diversas gratificaciones.

Sin embargo, esta mirada un tanto funcional (jóvenes expuestos a los medios) no ha significado necesariamente instalar la relación medios- jóvenes en un escenario cultural más amplio: las imágenes juveniles en el marco de las actuales transformaciones culturales. De otra forma, a partir de esta relación con los medios, acceder a las comprensiones que de los jóvenes tienen el conjunto de la sociedad e instituciones (incluidos los medios, por supuesto)¹.

Categorías comprensivas de la vida juvenil

Las categorías privilegiadas por las ciencias sociales para describir y explicar los fenómenos asociados a los jóvenes son las de Socialización y Moratoria. Lo que resalta aquí es la apropiación, por parte de las personas, de un cúmulo de información significativa para su actuar en sociedad. Aprender qué es lo bueno/malo (valores) y lo que no hay que hacer/se debe hacer (normativas), y poco a poco moldearse para el desenvolvimiento social.

Si bien el proceso de socialización es transversal en términos generacionales, el concepto adquiere centralidad en el acercamiento sociológico a lo juvenil. Por ello, la definición de juventud va de la mano con la noción de tránsito: una etapa de la vida humana en que se transita de la niñez a la adultez.

Pero, asimismo, este segmento social (en preparación a) aparece signado por el estado de moratoria (en mora). Lo que significa un retraso socialmente aceptado y planificado. Mora en cuanto a poder asumir los roles socialmente aceptados (padre/madre, ciudadano, contribuyente).

En este marco comprensivo se juegan las relaciones entre el mundo adulto y la generación juvenil. Por ello, resultan incomprensibles los programas (gubernamentales o privados) destinados a potenciar el sentido socializador de la vida juvenil que, entre otras cosas, se relacionan conflictivamente con los dispositivos de control y reproducción social. Es más, y pensando con Claudio Duarte², la sociedad que se genera a partir de dicho marco conceptual se caracteriza por ser adultocéntrica.

Es decir, los niños, puestos en condición de inferioridad, se encuentran en una etapa de "preparación hacia" y los ancianos o personas de tercera edad "saliendo de". Esta forma de comprender la juventud (como tránsito) supone la generación de conceptos sobre los cuales se desarrollaría una cierta "identidad juvenil".

La vida juvenil en los años 90

La premisa básica para comprender a la generación juvenil de los años 90 es que, debido a las transformaciones del

ordenamiento social, han mutado las coordenadas de posición del sujeto juvenil (definido por la integración social, el tránsito a una posición de llegada).

De esta forma, lo juvenil (comprendido desde la socialización y la moratoria) pierde el sentido de tránsito propio de un orden social que genera movilidad (rico/pobre; adulto/joven; letrado/analfabeto). Así, se plantean tres ámbitos donde lo juvenil, definido como el juego por la definición, enfrenta un cambio en sus reglas constitutivas.

La modernidad excluyente. En América Latina el proceso modernizador se caracteriza por un espacio social marcado por la falta de diálogo público y la carencia de proyectos colectivos, que redundan en una uniformidad de perspectivas y falta de pluralismo.

En términos analíticos, lo anterior nos sitúa en el campo del fundamento y calidad del vínculo social. Entendidos como "espacios institucional y físico en que cada quien se hace en y con el conjunto, produciendo orden social, exactamente lo que se requiere y promete como integración social de los jóvenes"³.

En el caso de los jóvenes es doblemente excluyente si pensamos que la participación social no es posible sin el acceso a la información sobre lo que podemos denominar, siguiendo a Miquel de Moragas, "la realidad social próxima a la experiencia individual". El diagnóstico respecto a la relación medios-jóvenes indica precisamente esta carencia de información significativa⁴.

El vínculo social ha sido modificado, tanto en su fundamento como en su calidad, debido al paso de una sociedad capitalista de producción, a una capitalista de consumo. La primera se produce ins-

titucionalmente (simbólicamente) desde la producción de bienes físicos, donde la división social del trabajo genera circuitos de obligaciones simbólicas ("Ser Alguien").

En cambio, en la segunda, el gasto comanda la producción, subordinando la producción de bienes simbólicos (orden institucional) y físicos al gasto, desplazando lo simbólico por lo imaginario.

De esta forma, para deber/poder ingresar al mundo social (regulado por el gasto como imaginario) pueden ser dispensables los circuitos institucionales (¿Para qué estudiar, trabajar formalmente, participar cívicamente?).

En el momento de primacía del imaginario del gasto, todos tenemos un sitio en el nuevo orden, todos quedamos expuestos. Ya no se requiere "entrar a la sociedad" (eso era cuando el vínculo estaba regulado por los circuitos institucionales).

La pregunta entonces salta a la vista, si ya estamos integrados (sin mediaciones institucionales) "¿Qué fuerza puede tener la promesa de integración social para los jóvenes? ¿Qué sentido tiene ofrecerles participación?"⁵.

El territorio social. Como consecuencia del cambio del fundamento y de la calidad del vínculo social, el territorio de lo juvenil, que convertía a los jóvenes como agentes en socialización y moratoria, también se diluye.

Tal como señala el estudio antes mencionado, si el fundamento de la modernización (esfera económica) radica en la modernidad (participación, vida pública, etc.) y es esta la que se diluye a causa del imaginario del gasto, por la conectividad del consumo, tanto los "primeros quintiles" (más ricos) como los "últimos quintiles" (más pobres), ya vienen estan-





Hoy, el ser joven es más un ritual que un circuito de obligaciones institucionales que regulan el ingreso al orden.

do fuera de una institucionalidad debilitada: "Cambian así los circuitos de socialización, se altera la secuencia meritocrática de estudiar para trabajar, trabajar para instituir familia, instituir familia para formar jóvenes. Tal territorio secuencial deviene en explosión de posiciones: estudiantes que trabajan, trabajadores que estudian, familias sin hijos, hijos con otro tipo de familias"⁶.

Y en el caso de la moratoria, los límites temporales se disuelven: jóvenes (principalmente pobres) desempleados sin estudios, trabajos precarios para los que estudian y trabajan, madres/padres soltero/as que viven con sus padres (eventualmente también solteros o separados/as), etc. Aquel territorio conceptual que definía el ser joven, en la actualidad se ofrece y es aceptado por cualquier otro.

El imaginario juvenil des-simbolizado. Si, como vimos, lo juvenil llega a su fin como el juego por ubicarse/ser ubicado socialmente, el rito desplaza al juego. El ser joven es hoy más ritual que circuito de obligaciones institucionales que regulan el ingreso al orden. La pregunta por aquellos referentes de equivalencias que responsabilizan (familia, estudio, trabajo) se hace inútil.

Si la vida juvenil queda imbricada a ceremonias de estar en lo social (antes en símbolos institucionales), cuando este

se transforma en imagen del gasto, cualquiera, sin importar su ubicación etérea, puede/debe acceder a los "ritos juveniles". Ya sea en el estadio, el recital o en el consumo de drogas. De esta forma, están menos en la carrera hacia un fin (ideal moderno) que en el goce del desgaste, en el presente liberado de las definiciones.

La importancia de los cambios socioculturales antes descritos cobra relevancia a la hora de preguntarse por las identidades que se estarían conformando, puesto que: "(los cambios se constituyen en) elementos de sentido que orientan su relación consigo mismo, con los demás y con el entorno... conformar una definición de mundo y definir su participación en él..."⁷.

Hacia una nueva comprensión de lo juvenil

Para acceder entonces a esta nueva comprensión de lo juvenil (desde los medios), señalamos que el sistema productivo dirigido a los jóvenes presenta características de una Industria Cultural específica⁸:

- Se sostiene en una red de intercambios económicos con sellos discográficos y avisos publicitarios. Como son escuchados/ vistos/ leídos por aquellos jóvenes que tienen capacidad de consumo autónomo, los publicistas

y los sellos promueven sus productos.

- Trabaja con el concepto de audiencia consumidora de bienes simbólicos y físicos. Identifica a tal audiencia, y construyen un discurso dirigido a ella (segmentación). Produce para un público específico.
- Reconoce que los jóvenes, portan deseos, expectativas, lenguajes, rutinas, posibles de reflejar unitariamente, como colectivo. Y que, clave para que consuman sus mensajes, es necesario burlar la distancia entre espectáculo-espectador, y explorar las transgresiones a tal delimitación.
- Finalmente, esta particular "cultura juvenil" se sustenta en jóvenes carentes de imagen social. No existe identificación del actor juvenil, ni siquiera como estrategia expresiva.

A partir de lo anterior podemos afirmar que se produce una socialización del joven como consumidor y reforzamiento de las relaciones de mercado, en la medida en que el mundo es definido como una vasta operación de compra y venta o como una red de marcas diferenciales a nivel de consumo.

Si el mercado es ese universo, los circuitos de intercambio de objetos y símbolos invaden tiempos de socialización y tiempo libre, el mercado satura la vida social.

Su limitación consiste en la fugacidad del intercambio, en la corta vida de las codificaciones de los sentidos y significaciones que flotan y hacen a la vida juvenil más allá de su conexión con los procesos de socialización.

Vistas las cosas, en la lógica de la producción massmediática, será necesario "construir" un sujeto juvenil que acompañe dicho proceso. Y, como vimos anteriormente que el patrón de acceso al consumo se ha modificado en el último tiempo (trabajo *part-time*, principalmente), el actor juvenil que aparezca en el discurso deberá ser lo suficientemente elástico como para provocar aceptación en la audiencia y suscribir el contrato comunicacional.

Por ello es que no se habla solo al joven desde su actividad "productiva" sino que se incorporan esferas afectivas y/o estéticas que cumplen precisamente esa función de ampliar el mercado de jóvenes auditores. Así, prefiguramos una cierta cultura juvenil no entendida desde las

El espacio de lo público, constitutivo de las sociedades modernas, queda desplazado. Pero no es solo una vuelta hacia el mundo privado, entendido como el espacio en que se verifican o no los temas que cruzan a la sociedad. Es un giro copernicano de lo público a lo íntimo. Lo que importa son los rastros biográficos que cada individuo porta.

clásicas categorías de la sociología (socialización-moratoria-tiempo libre) ni a partir de una categoría etérea.

Enumeremos las características de las propuestas identificatorias construidas desde los medios y orientadas a la juventud:

- Constituida por sujetos sin vínculo social. Si el gasto regula el acceso al mundo social, los circuitos institucionales se tornan dispensables.
- Si, como vimos, el ingreso al mundo social se realiza desde el consumo y el joven tiene acceso a él desde temprana edad, no tiene sentido hablarle al joven desde su "dependencia al mundo adulto". Autonomía del sujeto, y responsable económicamente.
- El ser joven es más ritual que circuito de obligaciones institucionales que regulen el ingreso al orden. Escuchar tal música, alentar a cual equipo y usar jeans equis reemplazan al educarse/ser alguien/participar cívicamente.
- Una concepción de mundo efímera, sin vinculación histórica. Si lo que importa son los rituales del goce, el futuro y el pasado estorban. Un tipo de joven, a-histórico y transcultural se erige como modelo⁹.

Sin embargo, estos actores aparecen representados mayoritariamente como sujetos en permanente movimiento, no "dependientes de" y portadores de particulares vivencias que los hace importantes ante el resto.

Dinámica social propuesta por los medios

Ante la falta de proyectos movilizados que generen encuentros sociales amplios, la sociedad se vuelca hacia el adentro. Accedemos a una sociedad psicologizada. La preocupación por lo social es desplazada por la preocupación por lo individual, el "yo" se vuelve el eje rector de la vida en la sociedad de consumo¹⁰.

La anterior afirmación es comprobable si observamos que una referencia temática principal que se presenta es la de las relaciones personales, con una fuerte incidencia de las relaciones de pareja. De esta forma, lo real queda delimitado por las cuatro paredes de la casa. En ellas se producen los conflictos, se busca un mediador (emisora) y se acuerdan soluciones.

El espacio de lo público, constitutivo de las sociedades modernas, queda desplazado. Pero no es solo una vuelta hacia el mundo privado, entendido como el espacio en que se verifican o no los temas que cruzan a la sociedad. Es un giro copernicano de lo público a lo íntimo. Lo que importa no es tanto el mundo de las relaciones más directas sino los rastros biográficos que cada individuo porta.

Se tematiza y apuesta a la construcción de una agenda que no depende del género informativo, entendido este último como la forma predilecta de reflejar las inquietudes ciudadanas. De otra forma: construir, y colocar en circulación, sentidos a partir del formato del magazine como acceso a lo real. Formato que está compuesto en sus contenidos casi exclusivamente por "hechos" del mundo privado. Lo que implica, entre otros fenómenos, nuevas comprensiones acerca de los distintos sujetos.

Al respecto, retomamos el planteamiento de Benjamin que nos permite pensar históricamente la relación de la transformación en las condiciones de producción económica, con los cambios en el espacio de la cultura y la producción social de sentido. A partir de esta clave teórica podemos pensar tres procesos en curso;

- Los cambios ocurridos en el sistema de medios de comunicación que segmentan audiencias (lógica de producción económica),
- Nuevas miradas sobre los sujetos destinatarios (cultura). Se observan zonas que antes estaban cubiertas y se resignifican las experiencias individuales de cada cual.
- Y con el tratamiento informativo o comunicacional que de ella se realiza, se desactivan políticamente los sujetos (pérdida del sentido cívico).

Estrategias comunicacionales

He aquí, entonces, el juego simulador propuesto por los medios: recuperando la problemática social (íntima), que a través de juegos de palabra se viste de irreverencia (pero superficial), se viste de transgresora sexual pero no valórica (y, por lo tanto, igual de conservadora), y finalmente se viste de pluralista, tolerante y diversa (pero que mantiene y refuerza el marco simbólico, institucional y político dominante)¹¹.

Por otra parte, reconocemos que la permanente recurrencia a fuentes directas, principalmente testimoniales, refleja una estrategia que pasa por el permanente tránsito de los sujetos de enunciación, en un proceso de (auto)legitimación que puede resumirse de la siguiente forma: "escucho XX porque me escucho a mí mismo (o potencialmente puedo llegar a ello)".

Si en términos sociológicos y/o culturales la pregunta central radica en la identidad, es decir el "Quién eres", en las propuestas comunicacionales hacia los jóvenes no se encuentran datos acerca de cómo es el destinatario.

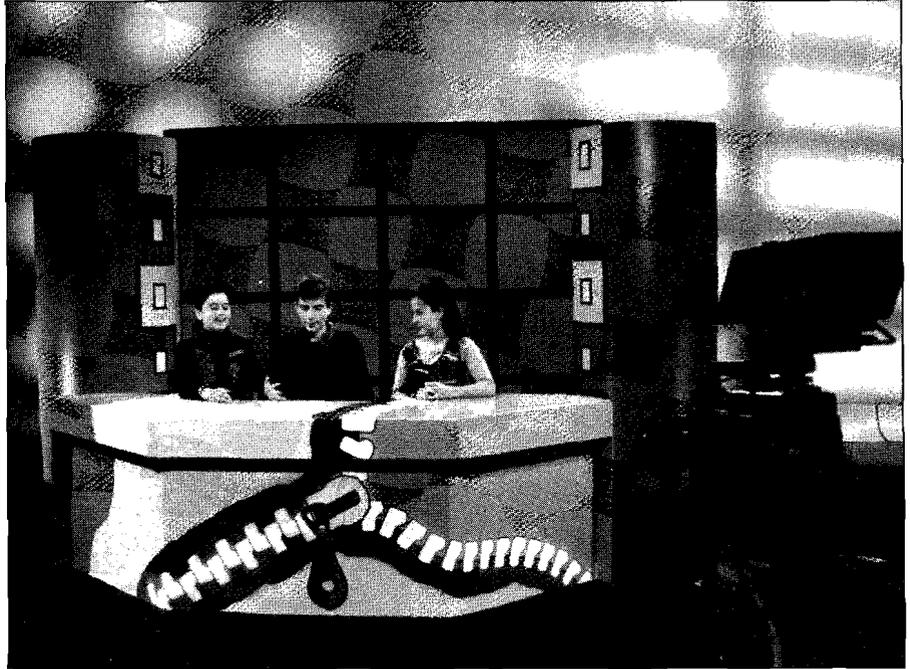
Y sobre este proceso de no-identificación se desarrollan las estrategias de seducción con el destinatario. Al no entregar pista alguna del sujeto-destinatario, por extensión tenemos que cualquiera puede ser dicho interlocutor, generando un proceso de "tú a tú", desplazando completamente al utilizado tradicionalmente por los medios de comunicación.

Esta particular estrategia de aproximación a lo juvenil desde el enunciador se desarrolla sobre la base de distintos recursos expresivos cumpliendo siempre la misma función: articular una conversación cercana y directa, desde el juego de palabras y el doble sentido (como forma de pronunciar lo impronunciable y jugar con el lenguaje cotidiano)¹², o desde la persuasión sustentada en el sentido común (y por ende argumentada desde lo afectivo-práctico).

De tal manera que a partir de tales estrategias, se trazan mapas para la vida en sociedad y llena esa vida de objetos significativos para los sujetos. Así se va construyendo en la relación una forma específica de aproximarse al mundo social. Nuevos discursos y relaciones que se independizan de los sujetos que las producen, pero que a su vez actúan nuevamente sobre ellos, en un proceso de (re) significación continuo. ●

NOTAS

1. Al respecto podemos señalar que los medios tienen tratamientos diferenciados respecto a los jóvenes: así como se les entiende en tanto sujetos "en preparación a", y una muestra de ello son los persistentes intentos por enseñar/educar; también es posible entenderlos en la lógica del control social (y potenciales enemigos). Sin embargo, en ambos casos remiten a una misma matriz conceptual.



La relación medios-jóvenes debe ser reforzada por una práctica que los involucre activa y creativamente en los procesos de producción massmediática.

2. DUARTE, K., *Juventud Popular: El rollo entre ser lo que queremos, o ser lo que nos imponen*, LOM Ediciones, Santiago, 1992, p. 16.

3. Universidad de Chile, Escuela de Sociología, *Jóvenes a los noventa: una generación de los descuentos*, Documento de Trabajo, Santiago, 1997, p. 9.

4. DE MORAGAS, M., *Sociología de la Comunicación de Masas*, Tomo IV, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1985, p. 65.

5. Op. Cit. p. 10.

6. Op. Cit. p. 11.

7. MARX, I., citado en *Los de Abajo: una expresión cultural de los tiempos modernos*, p. 34.

8. YÁÑEZ, L., "Espacios para Voces Juveniles", en *Chasqui* 56, p. 83.

9. Sin embargo, su significación se puede traducir en una multiplicidad de referentes durante el proceso de recepción y de adecuación a la realidad particular de los distintos receptores.

10. Una excelente caracterización de la vida moderna, en las sociedades capitalistas de consumo, realiza Gilles Lipovetzky en *La era del Vacío*.

11. Este proceso solo puede ser entendido en el contexto de la atomización del campo público luego de inaugurado el proceso de "transición democrática" en Chile.

En términos comunicacionales, significó el tránsito de una estrategia comunicacional basada en el control social (como el aplicado en la dictadura, aunque no de su exclusividad) que reforzaba la diferenciación de ámbitos privados y públicos (como resultado de aquel control, y que no hacía otra cosa que aumentar la preocupación por lo social) hacia una estrategia en que la distancia existente entre lo privado (íntimo) y lo público (social) termina por desaparecer. Construyendo una nueva hegemonía, en que lo cultural (comunicacional) desplaza -a fines de siglo- como referentes lo político y/o militar, claves tradicionales de la dominación política de la sociedad (económica-social y cultural).

12. "Por otra parte, este recurso nos conecta con un antiguo uso de la palabra: el juego. Cuando el locutor va lanzando su clip-clap, no dice mucho, solo juega. Está presente aquí la gratuidad del acto del lenguaje y de la palabra. Insistimos en el término, la gratuidad. Una palabra que no busca pasar una información, que no busca dejar un mensaje, que no busca conscientizar, que no denuncia nada, solo juega". PRIETO, D., *La vida cotidiana, fuente de producción radiofónica*, p. 48, Ediciones UNDA-AL, Quito, 1994.

Cristian Tauchner, Ecuador