



Fotoperiodismo y Relaciones de Poder entre Jóvenes e Instituciones. Homenaje al profesor Manuel Martín Serrano

Photojournalism and Power Relations Between the Youth and Institutions. Homage to Professor Manuel Martín Serrano

José Antonio Younis Hernández^(*)

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España

Resumen

En este trabajo se investiga la imagen social que sobre los jóvenes produce la actividad mediadora de la prensa nacional. Dicha actividad mediadora es propia de instituciones sociales de comunicación pública y tiene en los relatos su expresión paradigmática. Específicamente, nos interesa revelar las relaciones entre los jóvenes como actores sociales y las diferentes instituciones sociales mediadoras con las que se les asocia en los relatos de la fotografía de prensa. Se recogieron 251 relatos fotoperiodísticos de El País, durante los años 2003 y 2004, y se abordaron mediante los métodos de la semántica estructuralista de Greimas. Esta metodología nos permite

Abstract

This work investigates the social image of youngsters produced by the mediating activity of the local press. Such mediating activity is typical of social institutions of public communication and finds in the stories, its paradigmatic expression. Specifically, we are interested in revealing the relationships among young people as social actors and the different mediating social institutions with which they are associated in the stories of the press photos. 251 photojournalistic stories from El País were gathered during 2003 and 2004, and were covered based on the methods of Greimas' structural semantics. This methodology allows us to see how the referred dominant press in

visibilizar cómo la prensa de referencia dominante en España (El País) establece modelos de representación social sobre los jóvenes, donde las relaciones sociales son de poder y control social tal como establece el paradigma de la mediación social de Martín Serrano. Los resultados concluyen los siguientes ejes semánticos: eje del consumo, eje de las pertenencias, eje de los deícticos de lugar, eje de la integración y, por último, el eje de la violencia.

Palabras clave: *juventud, fotoperiodismo, representaciones colectivas, instituciones mediadoras, Greimas, Martín Serrano.*

Spain (El País) establishes models of social representation about youngsters in which the social relations are those of power and social control, just as stated by the social mediation paradigm of Martín Serrano. The results conclude the following semantic axes: consumption axis, belongings axis, deictical of place axis, integration axis, and violence axis.

Keywords: *youth, photojournalism, collective representations, mediating institutions, Greimas, Martín Serrano.*

1. LA FOTOGRAFÍA DE PRENSA Y SU PAPEL DE MEDIADOR SOCIAL EN LA CONSTRUCCIÓN DE POLÍTICAS DE REPRESENTACIÓN

La fotografía de prensa es un documento social de importancia demostrada, pues las elecciones de los temas y el tratamiento de los componentes de la imagen fotográfica remiten a lo ideológico. Lo ideológico, como condensador de significados connotativos, se nos aparece de forma inmediata como una descripción-reflejo del mundo que toma como referente a la realidad externa, pero que en realidad es una producción de esa realidad más que una reproducción. Una producción que expresa poder, control y conflicto social como han ido documentando y demostrando importantes trabajos al respecto (Vilches, 1987; Freund, 1974; Tagg, 2005; Benjamín, 2004; Bourdieu, 2003; Traversa, 1997; Pultz, 2003).

Las políticas de representación de los jóvenes, mediante imágenes en prensa, sujetan a los lectores a determinadas representaciones de lo que es ser joven, pues, como sostendrá Foucault en diversos escritos (véase la bibliografía), el poder produce conocimientos y no al revés. De este modo, tal como plantea Foucault, los individuos son objeto del poder mediante intervenciones de disciplina y vigilancia y que, como no, esta relación entre conocimiento y poder afecta a la fotografía no sólo como forma de conocimiento, sino como un conocimiento cuyos efectos no son neutrales ni desinteresados y tampoco racionales (Pultz, 2003: 9).

Aún más, y siendo coherentes con este planteamiento foucaultiano, la fotografía semantiza relaciones sociales, pues no hay foto de prensa que no trate de presentar alguna relación social (las guerras, el entorno laboral, la política, las relaciones de género, relaciones entre edades, etc.); relación social, la cual, es el aspecto más importante del poder. Si el poder está implicado en la producción de conocimientos y su uso, la fotografía de prensa no solamente ofrece un conocimiento sobre los jóvenes que representa, sino que se extiende más allá de ellos y ellas para ofrecernos un conocimiento de sus relaciones sociales con diversas instituciones. Esto es lo que llamamos políticas de representación de los jóvenes mediante fotografías de prensa.

La importancia de estas políticas de representación es que son instrumentos de control que naturalizan las relaciones sociales y las convierten en algo pre-social y pre-simbólico, especialmente porque el mismo medio fotográfico en sí conduce a establecer una relación natural entre

imagen y referente que produce sensación de “realidad”. En algún lugar dijo Nietzsche que el verdadero poder consiste en poder ponerle nombre a las cosas, cuestión que asume Foucault cuando dice que:

“Toda sociedad tiene su régimen de verdad, su política general de verdad; es decir, los tipos de discurso que acepta y hace funcionar como verdaderos; los mecanismos e instancias que permiten distinguir los enunciados verdaderos de los falsos, los medios por los que se sanciona cada uno; las técnicas y procedimientos considerados válidos para la adquisición de la verdad; la categoría de quienes tienen encomendado manifestar lo que se considera verdadero” (1984).

Podemos decir que estas reflexiones forman parte de ese conjunto de trabajos que contemplan al individuo como parte de un campo de relaciones de poder (de género, interétnicas o de clase social...) donde diferentes instrumentos de conocimiento (la fotografía es uno de tantos) participan en la definición de la normalidad y la naturalización de esas relaciones sociales, nada pre-sociales ni pre-simbólicas y que, por contrario, obedecen a una construcción social históricamente precisa cuya función es de integración social e implantar un modelo de orden sobre la realidad (función cognitiva) (Martín Serrano, 1977: 49) que justifica gratificaciones y diferencias entre los grupos sociales implicados, asegurando así la reproducción social (control social), pero también la lucha por el cambio. En esta línea se sitúa la propuesta epistemológica de Martín Serrano sobre la mediación social (1977).

Las instituciones se encargan de mediar el conocimiento sobre la realidad imponiendo sus códigos y modelos de orden sobre el “joven fotografiado”. La actividad mediadora produce tipificaciones, esto es, propiedades típicas que se asocian a los jóvenes. El conflicto social se muestra a través de las propiedades tipificadas de los jóvenes, a través del modo en que los jóvenes son fotográficamente mostrados en sus relaciones con las instituciones mediadoras.

Schultz y Luckmann utilizan el concepto de tipificación para hablar de la construcción del conocimiento en la vida cotidiana. Las preguntas de los mundos de vida de Schutz y Luckmann (1977: 74 y ss.) se centran en cómo experimentamos al otro y cómo nos relacionamos con él. Este sentido (común) de las acciones proviene de las tipificaciones que adoptamos. Tipificamos a las otras personas y a nosotros mismos, espe-

cialmente a través del lenguaje (dar nombres es ya tipificar), como si fueran recetas para controlar lo que debemos esperar y lo que podemos hacer en diversas situaciones. El mundo de la vida sería el mundo donde tienen lugar las tipificaciones (las recetas), esto es, un mundo de acciones más o menos habituales y que nunca es cuestionado, a no ser que surjan problemas que hagan reflexionar al sujeto sobre el curso de la acción a seguir.

2. LA MEDIACIÓN SOCIAL DEL FOTOPERIODISMO COMO COMUNICACIÓN PÚBLICA

Al *decir* sobre los jóvenes, determinadas instancias o instituciones mediadoras, como la fotografía de prensa, realizan la acción de mediación social. La mediación social “se define como la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden” (Martín Serrano, 1977: 54).

Para llevar a cabo el trabajo de mediación social, las prácticas comunicativas enculturadoras necesitan producir relatos, es decir, crear productos comunicativos que contengan determinadas representaciones sobre la realidad (las fotos de prensa, en nuestro caso). Un relato es un producto comunicativo. Cuando este producto comunicativo se dirige a la comunidad, a un colectivo societal, hablamos de comunicación pública:

“La comunicación pública provee a los miembros de la comunidad de relatos (orales, escritos, mediante imágenes) en los que se propone una interpretación del entorno (material, social, ideal) y de lo que en él acontece. Tales narraciones ponen en relación los sucesos que ocurren con los fines y las creencias en cuya preservación están interesados determinados grupos sociales. Por eso sugieren representaciones del mundo o se vinculan a ellas. Desde la perspectiva de su posible influencia cognitiva, la comunicación pública es una de las actividades enculturadoras que intervienen en la socialización de las gentes” (Martín Serrano, 2004: 40).

Hoy más que nunca, las personas y grupos sociales son objeto de “conocimiento” mediante instituciones mediadoras. El sistema de orden establecido por la institución mediadora en cuestión, fijado en múltiples relatos, configura una representación de esa realidad con consecuencias

enculturadoras, afectando al sistema de normas culturales, los valores, las creencias y las actitudes de las personas.

Esta dualidad de las prácticas enculturadoras en valores y normas, conformadoras tanto de la subjetividad individual como colectiva, puede verse en su doble sentido en el esquema 1 (inspirado en el esquema original formulado por Martín Serrano, 2004: 42):

Esquema 1. Actividades que participan las prácticas enculturadoras y su influencia en la subjetividad individual y colectiva de los individuos

←		→
ACTIVIDAD ENCULTURIZADORA	ACTIVIDAD COGNITIVA	ACTIVIDAD SOCIAL
Exteriorizar representaciones del mundo (difusión de valores, actitudes, creencias, normas modelos vicariales de conducta y visiones del mundo) por medio de textos distribuidos por interacciones mediadas o interpersonales.	Interiorización subjetiva de representaciones: valores, actitudes, visiones del mundo, creencias y pautas o normas de comportamiento de los sujetos respecto a sí mismos y la interacción con los demás.	Prácticas sociales y comportamientos externos de los sujetos como miembros de una cultura determinada y que orienta sus interacciones sociales.
←		→
ACTIVIDAD ENCULTURIZADORA	ACTIVIDAD COGNITIVA	MARCOS ESTRUCTURALES
Exteriorización de la representación subjetiva como representación colectiva.	Congruencia entre visión subjetiva del mundo y posición prescrita en la estructura social. Actividad cognitiva según recursos disponibles de los marcos estructurales.	Estructuras sociales donde tiene lugar la acción. Actividades institucionalmente prescritas a los sujetos según su posición y función en la estructura de la sociedad.

3. COMUNICACIONES PÚBLICAS, PRÁCTICAS ENCULTURIZADORAS Y MEDIACIÓN SOCIAL

Sin embargo, estudiar la mera representación mediadora no aporta tanto como estudiar los cambios y las mudanzas sociales que son resultado de las mutuas afectaciones socio-históricas que se dan entre un Sistema Social (SS), un Sistema Cognitivo (la subjetividad o conciencia de los sujetos: SCo) y un Sistema de Comunicación Pública (SC), tal como expresa Martín Serrano, a quien seguimos.

La producción social de comunicación contiene la posibilidad de tratar la mutua afectación entre las instituciones mediadoras (las encargadas de producir comunicación pública) y la subjetividad (conciencia de las personas); de tal modo que los cambios en el entorno social (el acontecer social) son objeto de producción social de comunicación por parte de las diferentes instituciones mediadoras (Martín Serrano, 2004).

Cuando abordamos el análisis de relatos fotoperiodísticos, lo hacemos desde el punto de vista de la mediación social (en tanto productos comunicativos con efectos enculturizadores) y no desde el punto de vista de una mera teoría aplicada sobre los *mass media* (la famosa *mass communication research*). El manual escolar, el cuento de hadas o los dibujos animados son todos productos enculturizadores que persiguen integrar a los individuos en grupos. Igualmente siguiendo a Martín Serrano, dirá Bernete: “la enculturización es un proceso, socialmente institucionalizado, de transmisión de información que tiene, entre otras, la finalidad de asegurarse la integración de los individuos en un grupo determinado” (Bernete, 1994: 59).

4. LA PARTICIPACIÓN DE LA PRENSA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA FIGURA SOCIAL DEL JOVEN: LOS MÉTODOS SEMIOLÓGICOS PARA DESCUBRIR LAS TIPIFICACIONES MEDIADAS

Estas tipificaciones, dadas a través de los procesos de mediación social practicados por las instituciones mediadoras, pueden examinarse con algunas herramientas semióticas tal como mismamente se propone en la mediación social (1977), poniendo así de manifiesto, no de forma exhaustiva, pero sí suficientemente indicativa, significados opuestos con que se caracterizan los jóvenes frente a los mediadores.

¿Cómo construye el relato fotoperiodístico las relaciones entre jóvenes e instituciones mediadoras y a los jóvenes en sí mismos, para dar lugar a sendas tipificaciones? ¿Cómo “entienden” estas tipificaciones en tanto “recetas” que se prestan a instalarse culturalmente como representaciones colectivas? Greimas propone analizar según un eje de bipolaridad semántica cuya formalidad antitética permitiría llegar al universo axiológico, mostrando los términos y los contenidos del discurso presente en los relatos de modo excluyente (Greimas, 1976, 1977).

Antes que la semántica estructuralista, la psicología (Gestalt) había planteado una concepción estructural de la percepción humana: lo que percibimos son siempre diferencias, es decir, relaciones. Y toda relación se efectúa por la captación de algo común sobre lo que se asienta la diferencia, captación de lo que las cosas diferentes tienen en común para poder ser precisamente diferenciadas. La semántica estructural va a definir exactamente así el eje semántico: “el común denominador de los dos términos, a este fondo del cual se destaca la articulación de la significación” (Greimas, 1976:32).

Así, entre el rojo y el azul la relación constitutiva de la significación se constituye a partir del color; entre grande y pequeño del tamaño; entre masculino y femenino del sexo; entre joven y adulto de la edad. Toda significación se produce por relación. Barthes habla incluso de “signo cero” cuando la ausencia de un significante explícito hace las veces de un significante. Este sería el caso de una “ausencia que significa” (Barthes, 1971: 74). Dicho de otra manera: el eje semántico consiste, en esencia, en confrontar los opuestos de un mensaje. Para eso, debemos tener en cuenta que todo mensaje tiene una estructura binaria. Porque lo que existe en un mensaje es no sólo lo que se explicita, sino también todo lo que descarta. Un cartel que dice: *Prohibido fumar*, no sólo expresa dicha prohibición: implícitamente, está diciendo que hay otros lugares donde sí se puede fumar.

El diseño del eje semántico que funciona sobre el modelo binario, satisface de alguna manera nuestra inquietud metodológica de penetrar en el análisis del relato fotoperiodístico como mediador social. El método de los ejes semánticos propuesto por Greimas nos permitirá establecer los constructos presentes en los relatos fotoperiodísticos recogidos, a partir de dicho eje semántico. La descripción de los constructos no puede ser hecha directamente, sino más bien infiriendo a partir del recorrido narrativo de todas las fotografías seleccionadas de *El País* (años 2004 y 2005).

El concepto clave de los análisis semiológicos o semióticos es que el significado de los textos se fundamenta en signos y relaciones. Lo fundamental es que las cosas no significan nada *per se*, sino en función de las relaciones que mantienen entre sí. Más que propiamente del contenido del texto en sí, el significado se produce por las oposiciones entre sus partes. El eje semántico precisa ser deducido de los tipos de actores que pueblan el relato fotoperiodístico y de las mutuas relaciones que mantienen entre sí y que los implican en diversos aconteceres, en nuestro caso sólo nos ocupamos de los jóvenes y de sus relaciones con las instituciones mediadoras. De estos actores pueden ser predicados funciones y calificaciones.

5. ANÁLISIS DEL RELATO FOTOPERIODÍSTICO: LOS JÓVENES Y LAS DIVERSAS INSTITUCIONES MEDIADORAS

5.1. Introducción

El análisis llevado a cabo se basa en las 251 fotos de prensa que rescatamos mediante el motor de búsqueda del propio periódico que escogimos para analizar: *El País*, años 2004 y 2005. Hemos escogido estos años por ser los años que menos fotos se publicaron, dado el tiempo disponible para realizar el análisis en el tiempo que pretendíamos. Estas fotos siempre tienen un texto adjunto, donde se ancla el significado de lo que ocurre en la fotografía y se nombra a sus protagonistas. El único requisito que consideramos para seleccionar la fotografía como muestra de nuestro estudio, fue que el texto señalara claramente a los jóvenes como actores protagonistas del acontecer.

No reproducimos estas fotos por la gran cantidad de páginas que abarcan y que sobrepasarían las dimensiones de este trabajo. Sólo reproducimos el número adecuado de fotos para ilustrar los diferentes análisis que practicamos.

El análisis de los relatos fotoperiodísticos dio como resultado una serie de ejes semánticos. Estos ejes son los que mejor condensan al colectivo de jóvenes y sus contextos de representación en relación a diversas instituciones mediadoras. Dentro del conjunto de ejes semánticos observados, el eje semántico central o denominador es el que divide en dos núcleos semánticos al resto de los ejes semánticos: el hacer (lo que hacen) y el ser

de los y las jóvenes (lo que son). Partiendo de estos dos ejes, los cuales nuclean al resto, podemos establecer las conexiones con el resto de los ejes semánticos. El esquema resultante remite al siguiente cuadro sinóptico:

ACTORES TIPIFICADOS EN LOS TEXTOS A PIE DE FOTO	FUNCIÓN (LO QUE HACEN)	CALIFICACIÓN (LO QUE SON)
<ul style="list-style-type: none">- El joven/los jóvenes/la juventud.- Instituciones mediadoras	Eje semántico que describe: ocio y tiempo libre (eje del consumo). Las instituciones mediadoras del consumo, el ocio y el tiempo libre subyacen a este eje.	Ejes semánticos que describen lo que son: <ul style="list-style-type: none">- Endogrupo-exogrupo (eje de las pertenencias)- Locus nacional-Locus extranjero (eje de los deícticos)- Figuras dóciles-figuras no dóciles (eje de la integración)- Víctimas-victimarios (eje de la violencia)

El *eje del consumo* remite a un rol, a una función, al hacer, y el *eje de la identidad* remite a una calificación de los actores. Las calificaciones son los predicados que introducen la dimensión estática, la del ser (la identidad), la de la permanencia, en la organización de la significación. El hacer, las funciones, predicen mayormente roles y actuaciones de los actantes tipificados, que, como se ve, construyen la idea del joven como consumidor o bien como objeto de consumo. A continuación desarrollamos el contenido y los significados presentes en cada uno de estos ejes.

5.2. Eje semántico del ocio y tiempo libre (eje del consumo)

Este eje semántico contiene dos grandes semas: el ocio comercializado de consumo de masas y el ocio no comercializado y autónomo en grupos de iguales. Un segundo sema divide al joven como sujeto de consumo versus al joven como objeto de consumo. En lo que sigue intentaremos exponer el eje semántico y los semas que los contienen.

Véase las fotografías de jóvenes bailando en una discoteca: remite al campo social de ocio y tiempo libre, además de al campo de industrias

culturales y consumo comercial (por el consumo de música comercial). Muchas imágenes remiten a este campo social de poder, en los cuales los jóvenes son presentados como el cuerpo del gozo y del placer, consumiendo alegremente. Los cuerpos suelen mantener la compostura y se presentan como cuerpos discretos y reglados.

Los textos que anclan los significados del relato fotoperiodístico suelen ser mayormente descriptivos y toleran los cuerpos dóciles que se muestran. Frente a estos cuerpos dóciles a la institución mediadora del consumo comercial de masas, existen otros relatos fotoperiodísticos donde el ocio y el tiempo libre no comercializado es estigmatizado y presentado como socialmente problemático: se trata del ocio autónomo, al margen de los canales de comercialización de consumo de masas, como es el caso del botellón. El texto periodístico al que se refiere la foto suele abundar en contextos de conflicto social con las autoridades y, cuando no lo hace, los cuerpos representados aparecen poco reglados (medio vestidos, el torso al aire, etc.), desplegando los sentidos y la carnalidad erótica en más ocasiones que cuando se trata de cuerpos bajo el consumo comercial.



04-04-2005

[ELPAIS.es](#) > [sociedad](#)

Jóvenes bailando en una discoteca

Jóvenes bailando en una discoteca.

© El País S.L. | Prisacom S.A.



27-12-2004

[ELPAIS.es](#) > [andalucía](#)

Jóvenes hacen un *botellón* en una plaza

Jóvenes hacen un *botellón* en una plaza de Granada junto a la Catedral.
(SOLE MIRANDA)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



02-07-2004

[ELPAIS.es](#) > [andalucía](#)

Un grupo de jóvenes se baña en el Guadalquivir

Un grupo de jóvenes se baña ayer en el Guadalquivir en Sevilla.
(PABLO JULIÁ)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



11-10-2004

[ELPAIS.es](#) > [Comunidad Valenciana](#)

Dos jóvenes caminan por la zona comercial de Valencia

Dos jóvenes caminaban, ayer, por la calle de Colón, en la zona comercial de Valencia.
(CARLES FRANCESC)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



15-08-2004

[ELPAIS.es](#) > [país vasco](#)

Un grupo de jóvenes celebra el comienzo de la Aste Nagusia

Un grupo de jóvenes celebra sobre las vías del tranvía, a su paso por la plaza del Arriaga, el comienzo de la Aste Nagusia.
(TXETXU BERRUEZO)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



14-11-2004

[ELPAIS.es](#) > [en candelero](#)

Un grupo de jóvenes en Hyde Park, Londres

Un grupo de jóvenes en Hyde Park, Londres, escuchan a los Rolling Stones en julio de 1969. (AP)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



20-11-2004

[ELPAIS.es](#) > [Comunidad Valenciana](#)

La policía identifica a jóvenes haciendo botellon, en Valencia

La policía identifica a unos jóvenes que consumían alcohol en la plaza de La Legión Española de Valencia en la madrugada de ayer. (TANIA CASTRO)

© El País S.L. | Prisacom S.A.

En cualquier caso, este eje semántico del ocio y el tiempo libre, clasificado entre un ocio comercial y otro no comercial, no es una línea divisoria nítidamente trazada, a partir de la disposición de los cuerpos más dóciles y menos dóciles al poder mediador de las industrias de consumo de masas. El cuerpo menos dócil aparece también representado en su desnudez u otras conductas por exceso en festivales organizados para los jóvenes o en fiestas oficiales, pero aquí lo que cuenta son tendencias y el hecho es que los cuerpos de las “fiestas” no comercializadas se manifiestan menos dóciles, más a su aire, informalmente agrupados y dando rienda suelta a los sentidos. Las fiestas y organizaciones de ocio que emanan de instituciones mediadoras, cuando se trata de música, la contestación es más fuerte y el cuerpo dócil puede reivindicar su autonomía, pues son momentos de ocio y tiempo libre menos controlados y más dispuestos a escenas contrarias al control que se ejerce sobre ellos. Sin embargo, no cabe duda que los

festivales y otros consumos musicales están fuertemente regulados y asociados a la comercialización, incluso vigilados.

En este eje semántico cabe atrapar a productos comerciales que se venden en contextos lúdicos de ocio y que representan escenas cuya somática figurada es la de asociar consumo con ocio. Es el caso de múltiples productos comercializados y que forman parte del tiempo libre de los jóvenes, donde el ocio divertido y el consumo de objetos se confunden y constituyen una precisa aleación de marketing dirigido a unos cuerpos tipificados en carnaval constante (véase el móvil y otros productos que tan alegremente forman parte de esta aleación).



23-01-2005

[ELPAIS.es](#) > reportajes

Jóvenes con móviles

Los jóvenes adoptan muy pronto el móvil.

© El País S.L. | Prisacom S.A.



13-05-2004

[ELPAIS.es](#) > en red

Jóvenes chateando

Jóvenes chateando en un cybercafé zamorano

© El País S.L. | Prisacom S.A.



20-06-2004

[ELPAIS.es](#) > [empresas](#)

Una joven enseña un móvil

Una joven enseña un móvil de tercera generación.

© El País S.L. | Prisacom S.A.



30-12-2004

[ELPAIS.es](#) > [economía](#)

Una joven conduce una motocicleta Piaggio

Una joven conduce una motocicleta Piaggio en una foto de promoción.

© El País S.L. | Prisacom S.A.



15-08-2004

[ELPAIS.es](#) > [empresas](#)

Los jóvenes combinan la cola con otras bebidas lo que facilita la introducción de marcas alternativas.

Los jóvenes combinan la cola con otras bebidas lo que facilita la introducción de marcas alternativas. Botellas de la nueva cola catalana. (RUBÉN CACHO)

© El País S.L. | Prisacom S.A.

Dentro de este híbrido entre consumo comercial y ocio, se imponen algunas imágenes del joven que se incluyen directamente en el mercado (del cuerpo) de la estética y la imagen corporal (belleza artificial, como dice la foto ilustrativa). Se trata de una industria directamente relacionada con el ocio y el tiempo libre, pues las relaciones sociales, la erótica y la presentación pública de los cuerpos para la atracción hacen que el vestido hable, que la forma del cuerpo en las playas, en los bailes, en las terrazas y los bares, etc., sean los espacios de ocio naturales para los encuentros entre los cuerpos, a través de las miradas, las llamadas de atención y la comunicación con el otro sexo o con el mismo sexo (véase la demostración que hace Nicola Squicciarino, 1986).



20-12-2004

[ELPAIS.es](#) > [agenda](#)

Feng Xian, de 22 años, la joven coronada como Miss Belleza Artificial

Feng Xian, de 22 años, la joven coronada como Miss Belleza Artificial.
(AP)

© El País S.L. | Prisacom S.A.

En otro sentido, el campo social *tiempo libre y de ocio* presenta a los jóvenes no como sujetos de consumo, como grupo social que consume y gasta su tiempo de ocio, sino que son los jóvenes los que son objeto de consumo por otros jóvenes o por otros grupos sociales en general. Si bien podríamos incluir este caso a diferentes campos sociales profesionales: músicos, la moda o espectáculos en general, certámenes de misses, deportes de masas, artistas de todo tipo. Son jóvenes objeto de adoración, justo en el centro de “star system” de las industrias del ocio comercial y pueden perfectamente ser calificados como cuerpos-pantalla, pues son iconos juve-

niles que oscilan entre nuevos James Dean actualizados y héroes que han conquistado la fama y al ser presentados como modelo de algo (físico, profesional o moral).



08-12-2004

ELPAIS.es > [cultura](#)

Joven candidata

La cantante de *soul* británico Joss Stone, de 16 años, compite al Mejor Álbum Vocal de Pop con *Mind, Body and soul*. La joven intérprete también está nominada al Artista Revelación y a Mejor Cantante Pop femenina.
(Reuters)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



10-04-2005

ELPAIS.es > [internacional](#)

Alma joven

Vicente Amigo, guitarrista sevillano-cordobés de 37 años, famoso por su sonido limpio, es ahora el intérprete que mejor conecta con el público joven. Cinco años después de su anterior y exitoso trabajo ('Ciudad de las ideas'), esta misma semana ha sacado su nuevo disco, 'Un momento en el sonido', su quinto álbum, que abarca desde la bulería, la rumba y la soleá hasta un bolero.
(CARLOS SERRANO)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



06-01-2005

ELPAIS.es > [cultura](#)

Farrell

El joven actor irlandés Colin Farrell, durante su paso por Madrid para presentar *Alejandro Magno*.
(EFE)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



23-09-2004

ELPAIS.es > [cultura](#)

Jóvenes promesas

El diseñador David Delfín ha sido uno de los encargados de poner el broche de oro a la Pasarela Cibeles. Tradicionalmente, las jóvenes promesas cierran las jornadas. Junto a Delfín, han presentado sus propuestas José Miró, Rocabert, Jorge Vázquez, Juanjo Oliva, Ion Fiz, Carlos Díez, Jocomomola y Antonio Alvarado.
(REUTERS)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



05-11-2004

[ELPAIS.es](#) > [cultura](#)

EPS | Sonido joven

Catalina Sureda prueba la afinación de su violín instantes antes de salir al escenario.
(DANIEL SÁNCHEZ)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



03-02-2005

[ELPAIS.es](#) > [cultura](#)

Largas colas para conseguir entradas para el concierto de U2 en Madrid

Un joven exhibe su entrada para el concierto, tras esperar pacientemente.
(EFE)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



03-07-2004

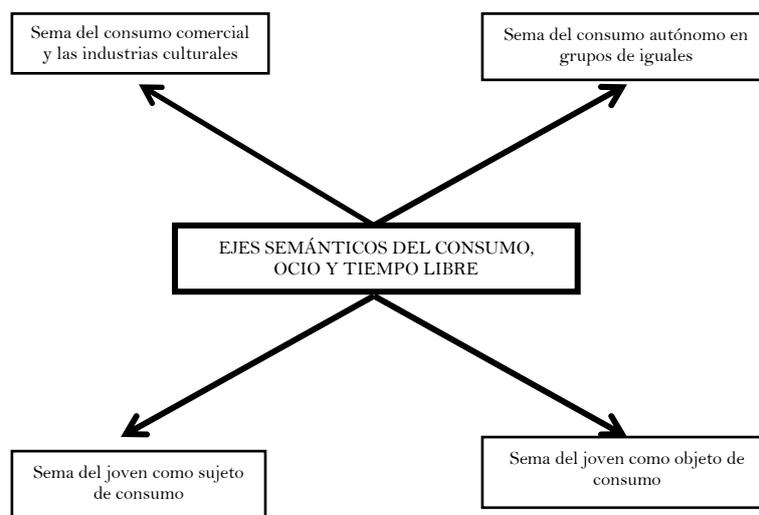
[ELPAIS.es](#) > [deportes](#)

La rusa Sharapova, campeona de Wimbledon tras derrotar en la final a Serena Williams

La joven rusa celebra en el suelo el punto definitivo.
(AP)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.

En conclusión, el eje semántico que hemos analizado puede ser gráficamente representado a partir del eje principal y los semas derivados:



5.3. El eje semántico endogrupo versus exogrupo (eje de las pertenencias)

La fotografía del acontecer ofrece una calificación de lo que son los jóvenes, diciéndonos algo de su identidad. Además, ofrecen qué funciones de rol asumen en el relato fotoperiodístico. Los "actantes" son definidos como los tipos de actores que intervienen, que aparecen en las fotografías, y de los que pueden ser predicados funciones y calificaciones. No son pues los actores individuos, sino, por ejemplo, los jóvenes, las abuelas, los gitanos o las madres. Cuando dichos jóvenes cumplen además la condición de ser étnicamente diferentes a la norma cultural imperante, a la tipificación genérica se le sobrepone la tipificación étnica, dado lugar al cuerpo étnico como señal física y racializada. De este modo, el eje semántico *endogrupo* versus *exogrupo* sólo califica como étnicos al exogrupo. Es el caso de los jóvenes gitanos en clase y el de otros grupos étnicos.



31-10-2004

[ELPAIS.es](#) > [reportajes](#)

Jóvenes gitanas en clase

Jóvenes gitanas en clase.

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



10-08-2004

[ELPAIS.es](#) > [cataluña](#)

Joven diversidad

(JOAN GUERRERO)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



27-10-2004

[ELPAIS.es](#) > [sociedad](#)

Jóvenes con el velo islámico, en Francia

De izquierda a derecha, Manèle de 16 años, Dunia de 12 y su amiga Sarra de 15, en el barrio donde viven en Mulhouse, Alsacia.

(JORGE SOLAR)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.

En estos casos, lo que cuenta para el discurso es el sentido social de la pertenencia étnica en sí misma. No hay un acontecer en sí, sino que el acontecer es la misma categoría étnica: estaríamos ante un conjunto de semas contruidos desde una semiótica denotativa, referidos a sí mismos. De ahí que este eje semántico diferencie a los que son de mi grupo (*endogrupo*) de los que no lo son (*exogrupo*). Este eje presenta los cuerpos étnicos fotografiados, en su colorido y en su diversidad, autoreferentes en sí mismos, pero donde la ausencia del propio endogrupo del periódico refleja que el joven no es sino una coartada para hablar de diferencias (étnicas) bajo las cuales el hecho de ser joven queda hipostasiado. Los cuerpos, las pieles y las ropas fotografiados reflejan de este modo la diferencia étnica, con la presencia icónica del exogrupo y la ausencia nominal del endogrupo, gracias a las políticas informativas y de representación mediada del periódico como actor político que es a la hora de seleccionar y denominar realidades grupales.

5.4. Eje semántico locus nacional versus locus extranjero (eje de los deícticos de lugar)

Al lado de la posibilidad del eje anterior, otras menciones étnicas no buscan tipificar a un grupo determinado, sino connotar algún suceder o acontecer para el cual la presencia del joven es mera evocación y apoyo para un sentido social fuera del grupo étnico en sí mismo. Este segundo eje semántico diferencia las naciones, sociedades con estado, no a los grupos étnicos en sí mismos, pues dentro de una misma nación puede haber diferentes grupos étnicos. Lo que hace el discurso en estos casos es un movimiento designativo o deíctico, para señalar el lugar de los sucesos, del acontecer reflejado en la foto periodística. En definitiva, estaríamos ante un eje semántico que diferencia a un *locus nacional* frente a un *locus extranjero* en tanto deícticos que apuntan al contexto espacio-tiempo. Es el más habitual, más que el eje semántico *endogrupo-exogrupo*.

En este caso, el grupo étnico no sólo califica la identidad (étnica) del joven, sino a un acontecer para el cual la identidad sirve para introducir un plus de sentido social. A veces, este sentido social del acontecer revela simplemente la identidad étnica para calificar el acontecer. Por ejemplo: para ilustrar un pub inglés e ilustrar el triunfo de un equipo de fútbol. Entonces, lo que verdaderamente cuenta es la etnicidad, convirtiéndose lo joven, en tanto identidad, en una mera semiótica connotativa del lugar geográfico donde ocurre el acontecer. El lugar queda así tipificado como ruso, balcánico o estadounidense mediante la sustancia figurativa de jóvenes fotografiados.



23-01-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Jóvenes ingleses en un pub de Londres

Jóvenes juegan al billar y beben cervezas en un *pub de Londres*.

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



27-06-2004

[ELPAIS.es](#) > [deportes](#)

Jóvenes griegos expresan su alegría

Jóvenes griegos expresan su alegría en la plaza Omonia, de Atenas.
(ASSOCIATED PRESS)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



27-09-2004

[ELPAIS.es](#) > [cultura](#)

La India celebra el 350 aniversario del Taj Mahal

Un joven lleva una silla a un turístico hotel cercano al famoso monumento.
(REUTERS)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



01-01-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Estadounidenses

Jóvenes estudiantes estadounidenses se suman a los servicios de limpieza de las playas de Tailandia.
(AP)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



10-01-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

victoria de Abu Mazen

Jóvenes palestinos celebran la victoria de Abu Mazen en las calles de Ramala.
(EFE)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



29-09-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Liberadas las dos italianas

Las dos jóvenes italianas, a su llegada a Roma, seguidas del primer ministro, Silvio Berlusconi.
(EFE)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



© El País S.L. | Prisacom S.A.

05-01-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Unos jóvenes intentan arrancar una verja para conseguir alimentos tras el maremoto, en Aceh

Un grupo de hombres intenta arrancar la verja de una tienda destruida por el maremoto en Aceh para rescatar mercancías que pueden ser de utilidad.
(ASSOCIATED PRESS)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

03-04-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Jóvenes rusos toman té y tocan la guitarra

Jóvenes rusos toman té y tocan la guitarra en uno de los nuevos locales de Moscú.
(ANATOLI MORKOVKIN)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

02-05-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Niños y jóvenes lituanos ondean banderas de la Unión Europea

Niños y jóvenes lituanos ondeaban en la madrugada del sábado banderas de la Unión Europea y de Lituania en su capital, Vilnius.
(ASSOCIATED PRESS)

En conclusión, los ejes semánticos de este apartado construyen las identidades a partir de las fronteras semánticas que oponen al *endogrupo* frente al *exogrupo*, al *locus nacional* frente al *locus extranjero*. El joven figurado es el del extraño, el de la alteridad, cuya simbología hace destacar aspectos bien visibles físicamente (la piel, la ropa, etc.) o bien algún acontecer al que señalan deícticamente las fotos para su localización geográfica: el joven es la figuración deíctica en estos casos. El resto de noticias, las más, aunque no a tanta distancia cuantitativa, hay que presuponer que figuran “jóvenes nacionales”. Sin embargo, estos ejes semánticos quedarían incompletos si la explicación se redujera a señalar las identidades y dejar de lado cómo todas estas identidades mencionadas se las ven con las instituciones mediadoras, con las instancias de poder, el mismo poder clasificatorio y designador de sus peculiares condiciones identitarias. Identidades que no sólo remiten a los ejes semánticos de las calificaciones y funciones analizados más arriba, sino también al *cuerpo consumo* que reflejan las fotos del eje semántico en torno al ocio y el tiempo libre, de tal manera, que la identidad (calificación tipificada) de consumidor, de somática consuntiva, es la que iguala a todos los jóvenes por encima y por debajo de las pertenencia étnicas y las relaciones intergrupales; aunque, sin duda, cabe matizar que son los exogrupos más alejados culturalmente a nosotros los que son representados mediante figuraciones próximas al caos y la muerte: las guerras son el ejemplo paradigmático al respecto. De todo ello hablaremos en el próximo eje semántico, profundizando las grandes calificaciones y funciones asignadas a los jóvenes figurados en las imágenes y los acontecimientos que nos cuentan sus relatos fotoperiodísticos.

5.5. El eje semántico de figuras dóciles versus no dóciles (eje de la integración)

Hemos extraído dos calificaciones sobre los jóvenes tipificados en el fotoperiodismo: jóvenes apolíneos y jóvenes dionisiacos son tipificaciones que remiten al eje semántico de la integración adecuada en relación a un sistema de poder y de estructuras sociales establecidas que regula y repara a los jóvenes.

Los semas que se califican bajo el extremo de figuras dóciles son apolíneos. Los semas de las figuras no dóciles, por el contrario, caen en el extremo de lo dionisiaco. El texto nietzscheano *El Nacimiento de la tragedia* se dedica a ahondar en la diferenciación entre ambas figuras o representaciones, dóciles y no dóciles, y que Nietzsche denomina bajo los semas de lo

apolíneo, la tendencia figurativa tradicional en equilibrio y belleza, y lo dionisiaco, que es justo su opuesto, la tendencia hacia lo feo, lo horrible, a la muerte, el caos y la destrucción. Veamos las figuraciones de estos jóvenes apolíneos y dionisiacos.

a) Jóvenes Apolíneos: reproducen el poder de los mediadores y sus recursos y bienes (capitales). Integrados en normas y modelos de figuraciones admitidas socialmente, participan en actividades de reproducción social y cultural (estilos de vida, valores, comportamientos y rituales permitidos, etc.) Son figuras sociales disciplinadas, sujetos al orden social y acogidos por ese mismo orden. Son las figuras dóciles que no plantean conflictos sociales ni contestación, pues normalmente celebran al poder y son integrados afectivamente en diferentes campos de poder, especialmente en los campos de la religión y la política. Figuraciones dóciles y apolíneas para los poderes, son los jóvenes que adoran al Papa o que aclaman a un político establecido.



© El País S.L. | Prisacom S.A.

19-02-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Jóvenes libanesas rezaban ante la tumba de Rafik Hariri

Jóvenes libanesas rezaban ayer en la tumba del asesinado ex primer ministro Rafik Hariri. (EFE)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

29-03-2005

[ELPAIS.es](#) > [sociedad](#)

Jóvenes contrarias a la desconexión de Terri Schiavo

Jóvenes contrarias a la desconexión de Terri Schiavo, ayer, en Pinellas Park. (REUTERS)



02-04-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Unos jóvenes encienden velas

Unos jóvenes encienden velas por el Papa en la catedral de San Patricio en Nueva York. (REUTERSREUTERS)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



12-06-2004

[ELPAIS.es](#) > [España](#)

José Luis Rodríguez Zapatero saluda a jóvenes simpatizantes

José Luis Rodríguez Zapatero saluda a jóvenes simpatizantes en el mitin de León. (EFE)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



21-02-2005

[ELPAIS.es](#) > [Comunidad Valenciana](#)

Jóvenes ejercen su voto en el referéndum europeo

Tres jóvenes, ayer, en el momento de ejercer su voto en un colegio electoral de Valencia. (SANTIAGO CARREGUÍ)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



14-06-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Tres jóvenes eslovenas votan en un colegio electoral de Liubliana.

Tres jóvenes eslovenas votan en un colegio electoral de Liubliana. (REUTERS)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



03-04-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Dos jóvenes rezan en la plaza de San Pedro

Dos jóvenes rezan en medio de una gran multitud anoche en la plaza de San Pedro tras conocer la muerte del Papa. (REUTERS)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



12-02-2005

[ELPAIS.es](#) > [ensayo](#)

Jóvenes lituanos

Jóvenes lituanos celebran con un concierto en Vilna el ingreso de su país en la UE el pasado abril. (ASSOCIATED PRESS)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



03-07-2004

[ELPAIS.es](#) > [ensayo](#)

Jóvenes católicos en la plaza de San Pedro, en el Vaticano.

Jóvenes católicos en la plaza de San Pedro, en el Vaticano.
(AP)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



03-04-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Miles de jóvenes

En la plaza de San Pedro se han concentrado miles de jóvenes que han cantado y gritado eslóganes sobre el pontífice fallecido. En la imagen, varios de ellos levantan los brazos hacia el cielo.
(AP)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



22-10-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Jóvenes de Florida vitorean a John Kerry

Jóvenes de Florida vitorean al candidato presidencial John Kerry durante un mitin celebrado el lunes en Orlando.
(AP)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



11-08-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Dos jóvenes pintan un mural de apoyo al presidente venezolano, Hugo Chávez, en Caracas.
(EFE)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



04-02-2005

[ELPAIS.es](#) > [España](#)

Rajoy

Rajoy, junto a María San Gil (a su derecha), en un acto en Barakaldo con jóvenes de Nuevas Generaciones.
(TXETXU BERRUEZO)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



19-04-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Grupos de seguidores

Los fieles que se concentran en la plaza de San Pedro en espera de la elección del nuevo Papa se organizan por países, expresando sus preferencias por sus respectivos cardenales. En este caso, una joven francesa se pronuncia en favor de los cardenales galos.
(REUTERS)

© El País S.L. | Prisacom S.A.

b) Jóvenes Dionisiacos: frente a la reproducción del orden social del mediador, se orientan más a ejercer cambios sobre los mediadores y sus capitales o, simplemente, a molestar y ser un incordio para los objetivos del sistema y sus “funcionarios”. Excluidos del sistema y sus gratificaciones, mantienen relaciones agónicas y de enfrentamiento mostrando figuras de jóvenes indisciplinados que no se acogen al orden: pueden contestar, pueden ser ejercer violencia con objetivos sociales, revolucionarios, delincuentes, gratuitamente violentos, etc. El denominador común es plantar cara a ser sumisos, carne del Estado y del poder o los poderes mediadores. Son figuraciones no dóciles e indisciplinadas al poder, tales como los activistas sociales de todo tipo y los guerrilleros.



© El País S.L. | Prisacom S.A.

29-12-2004

[ELPAIS.es > última](#)

Jóvenes cubanos realizan caricaturas ante la delegación estadounidense en La Habana

Jóvenes cubanos realizan caricaturas ante la delegación estadounidense en La Habana. (REUTERS)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

31-10-2004

[ELPAIS.es > internacional](#)

Jóvenes iraquíes celebran el ataque contra un camión

Jóvenes iraquíes celebran el ataque contra un camión ayer en una carretera en Mosul. (REUTERS)



© El País S.L. | Prisa.com S.A.

29-08-2004

[ELPAIS.es > internacional](#)

La policía detiene a dos jóvenes que participaban en una manifestación ciclista en Nueva York

La policía detiene a dos jóvenes que participaban en una manifestación ciclista el viernes por la noche en Nueva York.
(EFE)



© El País S.L. | Prisa.com S.A.

30-10-2004

[ELPAIS.es > sociedad](#)

Jóvenes investigadores, en una reciente protesta en Madrid.
(BERNARDO PÉREZ)



© El País S.L. | Prisa.com S.A.

22-10-2004

[ELPAIS.es > cataluña](#)

Enfrentamientos entre antidisturbios y okupas

Policías antidisturbios y jóvenes *okupas* se enfrentaron ayer en Cornellà.
(GUILLEM BATLLE)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

23-08-2004

[ELPAIS.es](#) > [España](#)

La Policía desaloja en Pamplona dos edificios públicos ocupados por 300 jóvenes

La antigua iglesia de Jesús y María llevaba ocupada desde el pasado sábado.
(EFE)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

08-03-2005

[ELPAIS.es](#) > [cataluña](#)

Protesta contra los productos transgénicos en Barcelona.

Varios jóvenes escenificaron ayer la protesta contra los productos transgénicos en Barcelona.
(JOAN SÁNCHEZ)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

16-02-2005

[ELPAIS.es](#) > [sociedad](#)

Manifestación en París

Enfrentamientos entre jóvenes en la manifestación en París contra la reforma educativa del Gobierno.
(ASSOCIATED PRESS)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

26-08-2004

[ELPAIS.es](#) > [gente](#)

Grasas y sexo no casan

La Asociación de Personas por la ética en el trato a los animales (PETA) ha hecho una original campaña para sumar adeptos a la causa vegetariana. Dos jóvenes han simulado hacer el amor, en plena Rambla barcelonesa, para afirmar que las grasas y la impotencia están muy unidas. ¿Convence? (EFE)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

12-11-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Al asalto

Una avalancha de palestinos ha entrado al asalto la Mukata, sin que el fuerte cordón de seguridad desplegado alrededor y en el interior del recinto haya conseguido impedirlo. Los palestinos, en su mayoría jóvenes y que llevaban horas tratando de eludir a la policía palestina, han tomado la explanada del edificio. Haciendo disparos al aire, cientos de agentes trataban de contener a la población y despejar un espacio para que el helicóptero pueda aterrizar. (REUTERS)



06-02-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Joven protestando

Un joven interpreta el papel de un preso palestino durante una manifestación a favor de la excarcelación.
(AP)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



04-08-2004

[ELPAIS.es](#) > [España](#)

Okupas

Un joven *okupa* despliega una pancarta tras acceder al edificio de Gaudí en protesta por el desalojo de Hamsa.
(EFE)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



08-03-2005

[ELPAIS.es](#) > [gente](#)

"Quita tu vergüenza colonial de mis pechos"

Una joven antimonárquica y anticolonialista protesta desnuda de cintura para arriba durante la visita del príncipe Carlos a Nueva Zelanda.
(AP)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



01-09-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Al menos 900 detenidos en Nueva York en las protestas contra la convención republicana

Agentes de la policía arrestan a una joven durante las protestas de anoche.
(AP)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



05-06-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Manifestación en Roma contra Bush

Un joven levanta el puño en la protesta contra Bush, en Roma.
(REUTERS)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



© El País S.L. | Prisacom S.A.

26-09-2004

ELPAIS.es > gente

Una tailandesa con 6.000 aguijones

Se llama Nur Malena Hassan, tiene 26 años, y es la "Reina de los Escorpiones". Tras 36 días encerrada en una caja de vidrio con 6.000 escorpiones, esta joven de Tailandia tiene el relativo orgullo de ostentar el récord de convivencia con escorpiones. "Estoy feliz... Lo que quiero es probar que las mujeres pueden batir marcas", dijo desde el centro comercial donde estaba expuesta su caja transparente. Con sólo 15 minutos al día fuera de ella, Hassan no pudo evitar 17 picaduras, que no le causaron la muerte, pero sí tremendos dolores.
(EFE)

5.6. El eje semántico víctimas-victimarios (eje de la violencia)

Los jóvenes del relato fotoperiodístico pueden ser víctimas de la violencia o victimarios, ejecutores activos de la misma. Son jóvenes que también pueden ser excluidos de las gratificaciones del sistema de recursos y bienes (capitales) y pueden perseguir o no cambios en el mediador, y, entonces, la violencia sería una consecuencia (por ejemplo, la guerra que mata a jóvenes). Podrían perfectamente ser presentados, y lo son en el relato fotoperiodístico, como apolíneos o como dionisiacos, pues hay víctimas apolíneas, y, como no, hay víctimas dionisiacas, como los niños y jóvenes palestinos civiles que son asesinados en las calles de Ramala y que para el poder son dionisiacos, pues atentan contra la reproducción de Israel. De modo que lo apolíneo y dionisiaco no lo califica el joven en sí, sino su relación con las instituciones mediadoras de poder. Diversas muertes por violencia o por accidentes traumáticos, como las chicas violadas y asesinadas en España o los jóvenes suicidas japoneses, corresponden a esta categoría de jóvenes figurados, que, ni apolíneos ni dionisiacos, son víctimas de sí mismos, del poder o de las circunstancias que les ha quitado la vida o, simplemente, dañado o herido.



© El País S.L. | Prisacom S.A.

10-11-2004

[ELPAIS.es](#) > [última](#)

Féretros de cuatro jóvenes violadas

Vecinos de Outreau (norte de Francia) ante los féretros de cuatro jóvenes violadas y asesinadas en 1997.
(REUTERS)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

29-04-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Fuerzas de seguridad tailandesas observan los cadáveres de varios jóvenes

Fuerzas de seguridad tailandesas observan los cadáveres de varios jóvenes en la provincia de Pattani, de mayoría musulmana.
(REUTERS)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

31-12-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Tragedia en Argentina

Lo que debió haber sido una noche de diversión para miles de jóvenes, se transformó en pocos minutos en una tragedia sin precedentes en la historia de Argentina. Un suceso similar, aunque de menor magnitud, se produjo en diciembre de 1993. Entonces, 17 jóvenes perdieron la vida en el incendio de la discoteca *Khevis*.
(REUTERS)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

28-11-2004

[ELPAIS.es](#) > [reportajes](#)

Automóvil donde se suicidaron siete jóvenes

Automóvil en el que fueron hallados los cadáveres de siete jóvenes que se suicidaron colectivamente en Tokio el pasado 12 de octubre.
(AP)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

08-12-2004

[ELPAIS.es](#) > [España](#)

Carretera N-234

Restos de los dos vehículos del accidente de anoche en la carretera N-234, en el que fallecieron tres jóvenes.
(EFE)



© El País S.L. | Prisacom S.A.

02-11-2004

[ELPAIS.es](#) > [España](#)

Palma

Estado en el que quedó el coche en el que viajaban dos jóvenes que murieron el día 30 en Palma de Mallorca.
(EFE)



09-02-2005

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Traslado del cadáver en manifestante en Gaza

Varios jóvenes trasladan el cadáver de un manifestante en octubre de 2000 en Nuseirat (Gaza). (EPA)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



06-02-2005

[ELPAIS.es](#) > [España](#)

Al menos 18 jóvenes mueren por inhalación de gas en un albergue de un pueblo de Castellón

Familiares de los fallecidos en el escape de gas llegan a Todolella. (AP)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



25-09-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Víctimas de la guerra

Jóvenes iraquíes muestran fotos de víctimas de la guerra ante la cárcel de Abu Ghraib. (AP)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



18-10-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Joven palestino herido en Balata

(REUTERS / ASSOCIATED PRESS)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



02-10-2004

[ELPAIS.es](#) > [internacional](#)

Dimapur

Un médico y una enfermera atienden a una joven víctima de los atentados en el hospital de Dimapur.
(REUTERS)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



07-07-2004

[ELPAIS.es](#) > [sociedad](#)

Ingresa en prisión el joven de 18 años que presuntamente mató a su novia de 15

El detenido ha pedido perdón a los padres de la niña.
(EFE)

© El País S.L. | Prisa.com S.A.



30-09-2004

[ELPAIS.es](#) > [sociedad](#)

Flores en recuerdo al joven Jokin

Flores y velas en recuerdo de Jokin junto a la muralla de Hondarribia.
(JESÚS URIARTE)

© El País S.L. | Prisacom S.A.



05-04-2005

[ELPAIS.es](#) > [España](#)

Juicio por la muerte de un joven a manos de bandas violentas

Los seis acusados, ayer en la sesión del juicio.
(JORDI ROVIRALTA)

© El País S.L. | Prisacom S.A.

6. CONCLUSIONES

Ocio y consumo comercial son el contexto fotoperiodístico mayoritario donde aparecen tipificados los jóvenes. El joven o la joven son sujetos de consumo al mismo tiempo que “objetos consumidos”, especialmente por su estrecha relación con los dispositivos de consumo mediático y el mundo artístico-comercial de la cultura de masas. El segundo contexto de las figuraciones lo decide el eje semántico que opone a jóvenes apolíneos frente

a jóvenes dionisiacos: tipificados como ángeles (a favor del orden social) o como demonios (en contra del orden social).

El fotoperiodismo, con sus políticas de representación, refleja claramente las relaciones entre jóvenes e instituciones mediadoras: el joven que se quiere cuerpo dócil y disciplinado al consumo por parte de instituciones dedicadas a la producción de capital (pues se trata de un consumo mayoritariamente comercial), basados en la necesidad del gozo de los sentidos corporales; frente al joven dócil y disciplinado para la reproducción de las instituciones políticas, devoto de una causa de la que el mismo joven no es el fin sino un medio para otros fines.

Estilos de vida y subculturas, muy asociados al dispositivo del consumo, establecen un pacto directo con el cuerpo, sede de la acción consumitiva, cuyas delimitaciones y realizaciones sociales están cargadas políticamente por el importante papel que cumplen en la producción y reproducción del capital. El cuerpo fotoperiodísticamente figurado es un cuerpo politizado, toda vez que es un producto producido para producir y que, de otra manera, nos deja ver que no estamos ante una sociedad de la información o del conocimiento o del consumo, pues no se trata sino de medios para el objetivo principal: producir capital.

Respecto a la representación de jóvenes dóciles como jóvenes apolíneos o dionisiacos, no es más político que el campo de poder del ocio y el consumo que discutimos antes. La cultura de consumo y la política, apuntan a lo mismo cuando para su reproducción social tienen que crear públicos, audiencias y consumidores de bienes o de ideas. El marketing político, no en vano, se ha asociado a la publicidad comercial y a las estrategias de relaciones públicas para vender un líder político igual que se vende una lavadora. Más aún y más allá: mantener este sistema, reproducirlo y motivar los estilos de vida en los que se basa siempre tiene un carácter de opción política.

El carácter político del status juvenil muestra los acuerdos y desacuerdos entre las posiciones sociales y sus actores, es decir, entre las mediaciones sociales y los individuos. Las relaciones agónicas entre el mercado de la cultura de consumo (Featherstone, 2000), las posiciones en el espacio social y la idea de juventud y vejez muestran que “dentro de la cultura del consumidor, el cuerpo es proclamado como un vehículo de placer; es deseable y deseoso, y cuanto más se aproxima a las imágenes idealizadas

de juventud, salud, aptitud y belleza, más alto es su valor de cambio” (Featherstone, 1982, citado por Turner, 1989: 213). Como escribe Featherstone (2000: 11) acerca de la extensión de lo juvenil a la gente madura: “desarrollo de nuevos mercados y a la extensión, a esos grupos, de estilos de vida de una cultura de consumo activa, que ponían el acento en la juventud, el estado físico y la belleza”.

Política, consumo y juventud son tres procesos que se cruzan analíticamente para significar un proceso de *desdiferenciación* y *desinstitucionalización* del curso de la vida (Featherstone y Hepworth, 1991: 281-296) que expulsa a la vejez lo más lejos posible y conseguir así que “lo joven” (eterno) ocupe su lugar, pues se ha convertido en algo físicamente indigno y moralmente reprochable. Sin embargo, este quebrantamiento del curso de la vida por la cultura de consumo donde se insertan los cuerpos jóvenes necesita, a la vez, diferenciarse en el nivel de las figuraciones corporales: lo bello y joven forman parte de la cultura de consumo, de tal manera, que las propias políticas de representación de los cuerpos en las páginas fotoperiodísticas expulsan “lo viejo” del espacio de consumo. La diferenciación a nivel figurativo tiene su correlato en la *desdiferenciación* a nivel de ciclo de la vida, siendo dos caras de la misma moneda.

El hecho es que al efectuar una búsqueda comparativa en *El País* (en las mismas fechas 2004-2005), encontramos que por 251 fotos donde figuran los jóvenes solamente en 63 fotos figuran los ancianos. Además, el contexto de los ancianos tiene muy poco que ver con el consumo y más con el deterioro, la enfermedad y el final de la vida. Resultando, por otro lado, que varias alusiones se hacen de forma metafórica e indirecta, como dando barniz a un tema escabroso o impúdico. Como dijo Antonio Gala en 2003 en una entrevista concedida a *El País*: “el tabú de la vejez ha sustituido al del sexo”.

El viejo aparece como ser dionisiaco, porque si bien no atenta contra el orden político sí que lo hace contra el orden de la política (de los cuerpos). Lo apolíneo tiene su somática en la juventud, pero también lo dionisiaco, porque ser joven implica una lucha constante entre orden y desorden de las políticas de representación del cuerpo. Un orden político que se representa a través de la cultura de consumo y de la reproducción de líderes o sistemas políticos a través de su presencia física y sus acciones de apoyo (los jóvenes, no lo olvidemos, son más fuertes, más arriesgados y más sensibles a las identificaciones que han de dar sentido a su vida en

proyecto); y, en segundo lugar, un desorden político por cuanto representa el cambio y la contestación en general y, en particular, el uso del cuerpo para motivar cambios o protestar por hechos existentes (de nuevo, para protestar, el cuerpo de un viejo no servirá para ello si hay que correr, lanzar piedras y jugar con la lucha del cuerpo a cuerpo).

El cambio y la contestación a la política de los cuerpos representados en *El País* nunca fue tan explícita como las mismas fotos donde se hace el amor al aire libre, se protesta contra la comida basura; o cuando las jóvenes enseñan públicamente su pecho para protestar; o bien las manifestaciones para protestar contra la muerte de los cuerpos en las guerras de los poderosos; también la minifalda fue rompedora del cuerpo en su tiempo.

El consumo de alcohol y otras drogas como cuerpos excesivos, prohibidos por el poder político ordenante, hasta las mismas protestas por una vivienda para proteger los cuerpos son tantos casos que, a la postre, vienen a mostrar las posibles caras de la corporalidad juvenil como dionisiaca o apolínea, un significado muy presente en las fotografías periodísticas que analizamos. Esto da una idea de la ambivalencia de los jóvenes, pues se les quiere y se les teme porque forman parte por igual del orden y el desorden. Y, tal como lo interpretamos, esta ambivalencia se apoya sobre todo en la base corporal del ser humano, en las personificaciones somáticas que antagonizan a los jóvenes frente a los no ya tan jóvenes.

La transversalidad del cuerpo a lo largo de los relatos fotoperiodísticos no es fácil de descubrir si sólo nos situamos en el texto, hace falta descender al subtexto. La misma semiótica nos ayuda a descubrir que lo que aparece es tan importante como lo que no aparece. En definitiva, la categoría “joven” es una categoría relacional, nunca absoluta, como tantas otras categorías sociales que se refieren a los distintos grupos humanos: hombres-mujeres, nacionales-extranjeros, etc. De ahí que las instituciones mediadoras hagan acto de presencia para definir esta relación y que, analizando el fotoperiodismo sobre las figuraciones juveniles, se descubra que los propios dispositivos mediáticos sean las instituciones mediadoras que más participan en la construcción social de los “otros”; dando lugar, en definitiva, a la producción y reproducción de identidades sociales, de cómo son vistos los diferentes polos de una relación social por los campos sociales de poder que se enmarcan en las fotografías de prensa.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA, V. (1988): *Imágenes de los jóvenes en los medios de comunicación*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- BARTHES, R. (1971): *Elementos de semiología*. Madrid: Alberto Corazón.
- BENJAMIN, W. (2004): *Sobre la fotografía*. Valencia: Pre-textos.
- BERGER, P. y LUCKMAN, Th. (1972): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- BOURDIEU, P. (2003): *Un arte medio*. Barcelona: Gustavo Gili.
- FOUCAULT, M. (1978): *Microfísica del Poder*. Edición de textos a cargo de J. Varela y F. Álvarez Uría. Madrid: La Piqueta.
- FOUCAULT, M. (1984): *Vigilar y castigar*. México: Siglo XXI.
- FEATHERSTONE, M. (1991): *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.
- FEATHERSTONE, M. (1982): "The body in consumer culture", *Theory, Culture & Society*, I, pp. 18-33, citado por TURNER, Brayn (1989): *El cuerpo y la sociedad*. México: Fondo de Cultura Económico.
- FEATHERSTONE, M., HEPWORTH, M. y TURNER, S. B. (1991): *The Body. Social Process and Cultural Theory*. London: Sage .
- FEIXA, C. (1996): "Antropología de las edades", en PRAT, Joan y MARTÍNEZ, Ángel (eds.): *Ensayos de antropología cultural*. Barcelona: Ariel.
- FREUND, G. (1976): *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili.
- GALÁN, J. (2002): *El discurso de las imágenes. Análisis educomunicacional de las fotografías en los diarios*. Quito: Abya-Yala.
- GIDDENS, A. (1997): *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
- GREIMAS, J.A. (1976): *Semántica estructural. Investigación metodológica*. Madrid: Gredos.

- GREIMAS, J.A. (1977): *En torno al sentido. Ensayos metodológicos*. Madrid: Fragua.
- LEVI, G. y SCHMITT, J.C. (1996): *Historia de los jóvenes. I. De la antigüedad a la edad moderna*. Madrid: Taurus.
- LEVI, G. y SCHMITT, J.C. (1996): *Historia de los jóvenes. II. La Edad Contemporánea*. Madrid: Taurus.
- MALVANO, L. (1996): "El mito de la juventud a través de la imagen: el fascismo italiano", en LEVI, G. y SCHMITT, J.C.: *Historia de los jóvenes. II. La Edad Contemporánea*. Madrid: Taurus, pp. 311-346.
- MARTÍN SERRANO, M. (1977): *La mediación social*. Madrid: Akal.
- MARTÍN SERRANO, M. (2004): *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza.
- MIGUEL, J. de y PINTO, C. (2002): *Sociología visual*. CIS: Madrid.
- PULTZ, J. (2003): *La fotografía y el cuerpo*. Madrid: Akal.
- SCHUTZ, A. y LUCKMANN, Th. (1977): *Estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.
- TAGG, J. (2005): *El peso de la representación. Ensayos sobre fotografías e historias*. Barcelona: Gustavo Gili.
- TRAVERSA, O. (1997): *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*. Barcelona: Gedisa.
- VILCHES, L. (1987): *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona: Paidós.

PARA CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

YOUNIS HERNÁNDEZ, José Antonio (2008): "Fotoperiodismo y Relaciones de Poder entre Jóvenes e Instituciones. Homenaje al profesor Manuel Martín Serrano", *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 3, segundo semestre de 2008, pp. 299-347. ISSN electrónico: 1989-0494. Universidad Complutense de Madrid.

Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars>

(*)El autor

José Antonio Younis Hernández es Catedrático de E.U. de Psicología Social. Diploma de Estudios Avanzados en Antropología por la Universidad de La Laguna. Profesor del Departamento de Psicología y Sociología de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, sus principales líneas de investigación giran sobre temas de juventud, multiculturalidad, convivencia y actitudes interétnicas, análisis de la comunicación pública y sus discursos mediadores. Su trayectoria docente ha girado en torno a la psicología del conflicto social, la psicología social y la psicología social de la comunicación intercultural.