






Universitat Autònoma de Barcelona

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  http://cat.creativecommons.org/?page_id=184

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ
DEPARTAMENT DE PERIODISME I DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ
Programa de Doctorado en Comunicación y Periodismo

Tesis Doctoral

La juventud mediterránea y su representación en la prensa de la región. Análisis comparativo



Estibaliz Ortega Miranda

Dirección: Dra. Teresa Velázquez García-Talavera

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)

septiembre de 2018

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ
DEPARTAMENT DE PERIODISME I DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ
Programa de Doctorado en Comunicación y Periodismo

Tesis Doctoral

**La juventud mediterránea y su representación en la prensa
de la región. Análisis comparativo**

Estibaliz Ortega Miranda

Dirección: Dra. Teresa Velázquez García-Talavera

Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)

Septiembre de 2018

Esta tesis doctoral ha contado para su desarrollo con el apoyo del Ministerio Español de Economía y Competitividad (MINECO) a través de una beca para contratos predoctorales para la formación de doctores concedida por dicho organismo (ref. BES-2013-063321) y otra ayuda concedida, dentro del marco de dicha convocatoria, para la movilidad predoctoral para la realización de estancias breves mediante la que la autora de esta investigación ha podido realizar una estancia de dos meses en el Departamento de Studi sull'Asia e sull'Africa Mediterranea de la Universidad Ca'Foscari de Venecia.

Esta investigación se enmarca en el Proyecto I+D+I 'La construcción social del espacio intermediterráneo y sus correlaciones en la agenda temática de los medios de comunicación. La información en prensa y televisión' (2013-2016) (CSO2012-35955) financiado por el Ministerio español de Economía y Competitividad (MINECO) y llevado a cabo por el Laboratori de Prospectiva i Recerca en Comunicació, Cultura i Cooperació (Laprec), grupo de investigación de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Investigadora Principal: Teresa Velázquez García-Talavera. Investigadores por orden alfabético: Hesham Abu-Sharar, Maria Luz Barbeito Veloso, Zhour Bouzidi, Ricardo Carniel Bugs, Carolina Cerda-Guzman, Lluís Costa Fernández, Carmina Crusafon Baques, Olga Del Río Sánchez, Lucrecia Escudero Chauvel, Natalia Fernández Díaz, Elisabet Garcia Altadill, Juan Antonio García Galindo, Víctor Gutiérrez Castillo, Nouredinne Harrami, Gabriel Lemkow Tovas (desde enero 2015), Carmen Martínez Romero, Patria Roman Velázquez, Fernando Sabés Turmo (hasta el 17/06/2015), Susana Tovas Wertheimer (hasta el 03/11/2014), José Juan Verón Lassa. Profesor invitado adscrito al proyecto: Amilton Gláucio de Oliveira (desde 30/10/2014-30/10/2015). Doctorandos adscritos al proyecto: Estibaliz Ortega Miranda (FPI), José Miguel Gámez Pérez; hasta marzo de 2016: Hicham El Bakouti, Hanane Ashina; Valentina Saini (hasta julio de 2015). Traductores de la muestra de prensa y televisión del árabe al castellano: Laia Terraf Halili, Mohamad Bitari y Abdallah Tagourramt El Kbaich.

Para la selección y el análisis de las piezas de los diarios árabes hemos contado con la colaboración de los traductores Diana Ibrahim Abadir, Laia Terraf Halili y Abdallah Tagourramt El Kbaich. En la traducción al italiano del cuestionario dirigido a los jóvenes ha intervenido la empresa Intertext y en la traducción al árabe la traductora Naomí Ramírez Díaz. El diseño de la portada ha sido realizado por Leire Abad Villacorta a partir de vectores obtenidos de Freepik.com.

A mi familia.

Agradecimientos

Me gustaría aprovechar este espacio para celebrar a todas aquellas personas y lugares que me han sostenido a lo largo de este proceso de investigación, un proceso que diría es, a partes iguales, tan solitario y quebradizo como generoso, de reencuentro, de dialogo y, sobre todo, de aprendizaje de fuera hacia dentro y en sentido opuesto.

No puedo sino empezar agradeciendo a mi directora, la catedrática Teresa Velázquez García-Talavera, su conocimiento, honestidad, cercanía, dedicación y entrega puesta al servicio de este trabajo y de mi como investigadora y como persona.

A mis compañeras/os, doctorandas/os del Departamento de Periodismo y Comunicación de la UAB e investigadoras/res del Laboratori de Prospectiva i Recerca en Comunicació, Cultura i Cooperació (LAPREC). A Ricardo Carniel, Miguel Gámez, Hicham El Bakouti, Tania Lucía Cobos... Gracias por ese intercambio necesario de saberes, académicos y personales.

A las bibliotecas y a todos esos espacios y lugares en los que habitar las horas.

A las autoras/res y sus contribuciones, por su capacidad para hacerme reflexionar, florecer ideas, para cuestionarme lo que creía superado y para hacerme superar lo incierto. Por ese acompañamiento en la soledad.

A mis amigas, a esa 'Cuadrilla' que me ha seguido siempre y me ha ayudado cuanto ha podido a pesar de la distancia física y por la que cobra sentido nuestro lema en euskera: "Kilometroak gehitu edo kendu, beti gertu" (A pesar de los kilómetros, siempre cerca).

A mi familia, mis padres, mi hermana, mi tío y los que ya no están, la que me ha hecho ser quien soy y la que ha apoyado con cariño y comprensión todas mis decisiones. A mi otra familia murciana, por cuidarme tan bien. A mi Flay, por sacarme de paseo y despejar mi mente.

Y, finalmente, a ella, a Cristina, por estar y sostenerme en todos los sentidos, gracias, por todo.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objeto de estudio analizar la representación de los jóvenes en la prensa de la región mediterránea. La investigación se centra, en concreto, en cuatro países del Mediterráneo, España e Italia como países de la orilla Norte, y Marruecos y Egipto, como países de la orilla Sur. El objetivo general de esta tesis doctoral será el de establecer la relación entre la representación que realiza la prensa de la región mediterránea sobre la juventud y la recepción de esa misma realidad por parte de los jóvenes. Con esta finalidad, se combinan tres líneas metodológicas. Por un lado, una metodología de corte documental que ponga en relación literatura referida al contexto, las características de los jóvenes y la prensa de la región mediterránea, así como de los fundamentos teóricos y antecedentes sobre la representación de los jóvenes en los medios, su consumo de medios de comunicación y la percepción por parte de los jóvenes del discurso mediático sobre el colectivo al que pertenecen. Se empleará una metodología de corte cuantitativo a través de un análisis de contenido aplicado a la muestra obtenida de 10 diarios de ámbito mediterráneo para determinar el tratamiento que realizan los diarios de la región mediterránea sobre los jóvenes. Este análisis se complementa en una segunda etapa con un análisis cualitativo en el que se aplica un análisis semiótico y discursivo a una parte de la muestra. Finalmente, como instrumento cuantitativo, se aplica un cuestionario dirigido a los jóvenes con el fin de evaluar sus hábitos de consumo de medios y actitudes en torno a la prensa y el discurso que difunden sobre los jóvenes. A partir de los resultados obtenidos en esta investigación, podemos concluir que persiste un desequilibrio informativo en cuanto a la presencia, contextos y temas con los que se les relaciona y el protagonismo de los jóvenes en la prensa. Una representación sesgada de la que, mayoritariamente, son conscientes los jóvenes.

Palabras clave: jóvenes, prensa, Mediterráneo, representación mediática, consumo de medios, análisis de contenido, análisis semiótico y del discurso, cuestionario.

ABSTRACT

This research aims to analyse the representation of the young people in the press of the Mediterranean region. The research focuses, particularly, on four countries in the Mediterranean, Spain and Italy as countries on the North Bank, and Morocco and Egypt, as countries on the South Bank. The general objective of this doctoral thesis will be to establish the rapport between the representation of the youth made by the Mediterranean press and the view of this reality by the young people of this area. To this end, three research methods are combined. On the one hand, a documentary research method that relates literature link to the context, the characteristics of young people and the press of the Mediterranean region, as well as the theoretical foundations and background research on the representation of young people in the media, their media consumption habits and the young people view about the media discourse

concerning youth. A quantitative method will be used through a content analysis applied to the sample obtained from 10 Mediterranean newspapers to determine the discourse made by newspapers in the Mediterranean region about young people. This analysis is complemented in a second stage with a qualitative analysis in which a semiotic and discursive analysis is applied to a part of the sample. Finally, as a quantitative instrument, a questionnaire is applied to young people in order to assess their media consumption habits and attitudes regarding the press and the press discourse about young people. Based on the results obtained in this research, we can conclude that an informative imbalance persists in terms of the presence, contexts and issues with which youth are related and the role of young people in the press. A biased representation of which, mostly, young people are aware.

Keywords: young people, press, Mediterranean, media representation, media consumption, content analysis, semiotic and discourse analysis, questionnaire.

INDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	VIII
INDICE DE CONTENIDOS	X
INDICE DE FIGURAS, TABLAS Y GRÁFICOS	XIII
LISTADO DE ACRÓNIMOS Y SIGLAS	XIII
Introducción.....	1
CAPÍTULO 1	
El Mediterráneo: una revisión conceptual y un análisis contextual del Norte y Sur del territorio.	15
1.1 Entre la unidad territorial, su validez como disciplina de estudio y la crítica decolonial. El Mediterráneo y sus significados.....	15
1.2 Cronología de una política común: el proceso de integración mediterránea	22
1.2.1 Iniciativas dirigidas a los jóvenes desde un contexto regional	29
1.3 Panorama e indicadores del sistema político, el contexto económico y la sociedad de los países objeto de estudio. El caso de España, Italia, Egipto y Marruecos.....	42
1.3.1 España	42
1.3.2. Italia.....	46
1.3.3 Marruecos	49
1.3.4 Egipto	53
CAPÍTULO 2	
Los jóvenes mediterráneos	61
2.1 Sociología de la juventud, la juventud como objeto de estudio y la construcción de identidades	61
2.2 Los jóvenes en el Mediterráneo: similitudes y particularidades entre las dos orillas ...	69
2.2.1 Empleo y formación	70
2.2.2 Exclusión/Inclusión social y transición a la vida adulta.....	80
2.2.3 Participación política y social	90
2.2.4 Identidad, religión, cultura y valores.....	101
2.3 Jóvenes españoles	110
2.4 Jóvenes italianos.....	124
2.5 Jóvenes marroquíes.....	139
2.6 Jóvenes egipcios	152

CAPÍTULO 3

La prensa, el paisaje comunicativo en el Mediterráneo y el estado de la cuestión en los países objeto de estudio.....	168
3.1 La prensa y su estructura: las constantes y las transformaciones	168
3.2. Paisaje comunicativo y prensa en el Mediterráneo	176
3.2.1 La prensa en España	184
3.2.1.1 El País.....	190
3.2.1.2 El ABC	194
3.2.1.3 La Vanguardia	196
3.2.1.4 El Periodico de Catalunya.....	199
3.2.2 La prensa en Italia	201
3.2.2.1 Il Corriere della Sera	207
3.2.2.2 La Repubblica	209
3.2.3 La prensa en Marruecos.....	212
3.2.3.1 As Sabah	219
3.2.3.1 Al Massae	221
3.2.4 La prensa en Egipto	224
3.2.4.1 Al Ahram.....	229
3.2.4.2 Al Dostur.....	231

CAPÍTULO 4

El género periodístico, la construcción social de la realidad aplicada a la información periodística y la teoría de la agenda temática, tres fundamentos teóricos	236
4.1 El género periodístico: de la información a la interpretación	236
4.2 La construcción social de la realidad y la información periodística.....	246
4.3 La teoría sobre el establecimiento de la agenda temática o <i>agenda setting</i>	256

CAPÍTULO 5

El contenido como instrumento de análisis para la información en prensa. La representación de los jóvenes a partir del análisis de contenido en la prensa de ámbito mediterráneo	271
5.1 El análisis de contenido: definición y su aplicación en los medios	271
5.2 La cobertura informativa de los jóvenes, antecedentes de su representación mediática	279
5.3 Selección de la muestra, variables aplicadas al análisis de la información sobre jóvenes en la prensa y procesamiento de los datos	295
5.4 La concreción del análisis y presentación de los resultados: el tratamiento informativo de los jóvenes en la prensa de ámbito mediterráneo.....	304

CAPÍTULO 6

El discurso en las informaciones sobre jóvenes	327
6.1 Análisis semiótico y del discurso. Aproximación y categorías de análisis	327
6.2 La concreción del análisis: el discurso en las informaciones sobre jóvenes de la prensa de ámbito mediterráneo	332
La visión de los jóvenes	391

CAPÍTULO 7

7.1 La encuesta como instrumento de indagación	391
7.2 Los jóvenes y la prensa: antecedentes sobre el uso de la prensa y percepciones de los jóvenes sobre la prensa y su representación mediática	396
7.3 Variables, proceso e implementación del cuestionario	410
7.4 Presentación de resultados: la visión de los jóvenes sobre la prensa, sus hábitos de consumo y percepciones sobre la representación de la juventud	414
7.4.1. Jóvenes españoles	414
7.4.2. Jóvenes italianos	418
7.4.3. Jóvenes marroquíes	421
7.4.4 Jóvenes egipcios	425
7.4.5 Principales diferencias, tendencias compartidas y relación con estudios precedentes	429
Conclusiones	436
Referencias bibliográficas	449
ANEXOS	510

INDICE DE FIGURAS, TABLAS Y GRÁFICOS

Capítulo 1

Figuras

Figura 1.1 Políticas Mediterráneas. Línea de tiempo de las iniciativas políticas en torno a las relaciones euromediterráneas	28
--	----

Tablas

Tabla 1.1 Programas y proyectos supranacionales y de ámbito mediterráneo relacionados con la juventud y clasificados por ámbito regional y temática	40
---	----

Capítulo 5

Figuras

Figura 5.1 Esquema de veridicción	301
Figura 5.2 Ejemplo Tesis Ejes	301

Tablas

Tabla 5.1 Aspectos formales de las informaciones sobre jóvenes	307
--	-----

Gráficos

Gráfico 5.1. Temas vinculados con las informaciones sobre jóvenes	310
Gráfico 5.2. Tipos de actores destacados en la información	315
Gráfico 5.3. Tipos de individuos	316
Gráfico 5.4. Tipos de actores institucionales	317
Gráfico 5.5. Tipo de actores sociales	318
Gráfico 5.6 Protagonismo del joven/es en la información	319

Capítulo 7

Gráficos

Gráfico 7.1. Temas de interés para los jóvenes españoles encuestados	416
Gráfico 7.2 Gráfico 7.2. Razones para el consumo de medios por parte de los jóvenes italianos	419
Gráfico 7.3. Grado de conformidad con las afirmaciones por parte de los jóvenes marroquíes	425
Gráfico 7.4 Grado de influencia del discurso sobre los jóvenes en la prensa en el consumo de este medio por parte de los jóvenes egipcios encuestados	429
Gráfico 7.5 Grado de conformidad con las afirmaciones por parte de todos los jóvenes encuestados	433

Tablas

Tabla 7.1 Orden de temas o situaciones en los que aparecen los jóvenes en la prensa en base al orden establecido por los jóvenes españoles encuestados	417
Tabla 7.2 Orden de temas o situaciones en los que aparecen los jóvenes en la prensa en base al orden establecido por los jóvenes italianos encuestados	420
Tabla 7.3 Orden de temas o situaciones en los que aparecen los jóvenes en la prensa en base al orden establecido por los jóvenes marroquíes encuestados	423
Tabla 7.4 Orden de temas o situaciones en los que aparecen los jóvenes en la prensa en base al orden establecido por los jóvenes egipcios encuestados	428
Tabla 7.5 Orden de temas o situaciones en los que aparecen los jóvenes en la prensa en base al orden establecido por todos los jóvenes encuestados	432

LISTADO DE ACRÓNIMOS Y SIGLAS

20F	Movimiento 20 de febrero
ADS	Accertamenti Diffusione Stampa
AEM	Asociación Euro-Mediterránea
AGCOM	Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
AIMC	Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación
APM	Asociación de la Prensa de Madrid
ASCAME	Association of the Mediterranean Chambers of Commerce and Industry
ATA	Asociación del Tratado del Atlántico
CAC	Consell de l'Audiovisual de Catalunya
CAPMAS	Central Agency for Public Mobilization and Statistics
CEAR	Comisión Española de Ayuda al Refugiado
CEE	Unión Económica Europea
CERED	Centre d'Etudes et de Recherches Démographiques
CESPAO	Comisión Económica y Social para Asia Occidental de las Naciones Unidas
CIESM	The Mediterranean Science Commission
CIS	Centro de Investigaciones Sociológicas
CJE	Consejo de la Juventud de España
CMRS	Center for Migration and Refugees Studies
CNJC	Consell Nacional de la Joventut de Catalunya
CNP	Le Conseil National de la Presse
COPEAM	Conferencia Permanente del Audiovisual Mediterráneo
CRS	Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud
EADI	Euro-Arab Dialogue Initiative
EBITDA	Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization
EMUNI	Euro-Mediterranean University of Slovenia
EMV	Encuesta Mundial de Valores
EPA	Encuesta de Población Activa
ERTU	Egyptian Radio and Television Union
ESJC	l'Ecole Supérieure de Journalisme et de Communication
ESS	Encuesta Social Europea
ESS	European Social Survey
EUI	Centre for Media Pluralism and Media Freedom del European University Institute
EUROMEDIST	Euro-Mediterranean Youth Association
FAD	Fundación de Ayuda a la Drogadicción
FCP	Federazione Concessionarie Pubblicità

FGD	Fédération de la gauche démocratique
FIEG	Federazione Italiana Editori Giornali
FMEJ	Fédération Marocaine des Éditeurs de Journaux
FNSP	Federazione Nazionale Stampa Italiana
FOIA	Freedom of Information Act
GAFI	Egyptian general authority for investment
HCP	Haut Commissariat au Plan
HOMERe	High Opportunity for Mediterranean Executive Recruitment
ICPD	Índice de Coherencia de Políticas para el Desarrollo
INE	Instituto Nacional de Estadística
Injuve	Instituto de la Juventud
IPAR	Índice de Transparencia de los Parlamentos
IPI	International Press Institute
ISTAT	Istituto Nazionale di Statistica
IYF	International Youth Foundation
Kaayia	King Abdullah II Award for Youth Innovation and Achievement
LDI	Liberal Democracy Index
LLL	lifelong learning policies
MECD	Ministerio español de Educación, Cultura y Deporte
Med4Jobs	Mediterranean Initiative for Jobs
MedUni	Mediterranean University on Youth and Global Citizenship
MENA	Middle East and North Africa
MHYS	Morocco Household and Youth Survey
NEET	Neither in employment nor education and training
NET-MED	Networks of Mediterranean Youth
Youth	
NRE's	News Recommendation Engine's
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
ODM	Objetivos de Desarrollo del Milenio
OIM	Organización Internacional para las migraciones
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OJD	Oficina de Justificación de la Difusión
OJD Maroc	Organisme de Justification de la Diffusion
OJI	Observatorio de la Juventud en Iberoamérica
OTAN	Organización del Tratado Atlántico Norte
PAM	Partido de la Autenticidad y la Modernidad
PD	Partido Democrático
PEV	Política Europea de Vecindad
PEYR	Pool of European Youth Researchers
PGM	Política Global Mediterránea
PIB	Producto Interior Bruto

PJD	Partido Justicia y Desarrollo
PMR	Política Mediterránea Renovada
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PP	Partido Popular
PSOE	Partido Socialista Obrero Español
RSF	Reporteros Sin Fronteras
RTVE	Radio Televisión Española
SCMR	The Supreme Council for Media Regulation
SM	Fundación Santa María
SNI	Société Nationale d'Investissement
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
TIMSS	Trends in International Mathematics and Science Study
UE	Unión Europea
UER	Unión Europea de Radiodifusión
UfM	Union for the Mediterranean
UMA	Unión del Magreb Árabe
UNDP	United Nations Development Programme
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
UpM	Unión por el Mediterráneo
WAN-IFRA	World Association of Newspapers and News Publishers / Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias
WVS	World Values Survey
YEL	Young European Leadership

Introducción

Los jóvenes, la juventud, son y, a la vez, no son. Son y no son un grupo social, una etapa en la vida, una identidad, una franja de edad, un periodo de transición o una forma de vida. Decimos esto, que son y a la vez no son, porque la diversidad de la realidad misma y la diversidad también de los significados subjetivos que se generan en torno a los jóvenes y la juventud, deviene en una dificultad a la hora de tomarlos como objeto de estudio que resulta difícil abarcar ni tan siquiera una parte de su forma de estar en el mundo y de los significados que se advierten de su existencia.

Dicho esto, siendo conscientes de que estudiarlos y sacar conclusiones al respecto ya supone una reducción, un ignorar algunos aspectos para destacar otros, también desde el interés por el estudio de la juventud en diversos ámbitos y de los intentos por tratar de determinar sus características y las condiciones estructurales de los jóvenes.

Así, desde el campo de la sociología a partir de las diversas corrientes que tratan, con más o menos consenso, de delimitar sociológicamente la juventud, o de la disposición por parte de los organismos públicos de llevar a cabo acciones dirigidas a los jóvenes, quizá conscientes de que los jóvenes, poseen una cualidad de la que probablemente ningún otro segmento de edad de la población disfruta, y es que, gracias a ese posicionamiento intrínseco en el transcurso de la vida que les confiere la edad, tienen la capacidad de poder participar activamente en la edificación de un presente pero, sobre todo, de un futuro del que llegarán a formar parte. Y esto es algo de lo que ningún otro sector de edad de la población goza con tanta vehemencia, ya sea porque los más pequeños no están todavía en edad de participar tan activamente en la vida político-social de sus sociedades, o porque los mayores no puedan proyectar sus acciones a tan largo plazo.

El grado en el que los jóvenes se apropien de las circunstancias que les rodean y cómo afronten las situaciones en las que les ha tocado vivir, se nos darán a conocer, sino siempre de forma directa, a través de intermediarios como los medios de comunicación por medio de los cuales conocemos tantos otros universos imposibles de abrazar desde nuestra experiencia directa. De ahí la importancia del estudio de los jóvenes también a través de los medios de comunicación, puesto que los medios, en su función de comunicar algún aspecto de la vida social, contribuyen a la construcción dicha realidad y se convierten, en muchos casos donde la experiencia u otras fuentes no tienen acceso, en la realidad misma. Esta cuestión es especialmente relevante en el caso que nos ocupa, los jóvenes, ya que, tratándose de una realidad tan heterogénea, los medios de comunicación se convierten en uno de los principales mecanismos a través de los que se filtra, se reduce y se contribuye a que dicha realidad forme parte del imaginario social y, por tanto, llegue a formar parte de la realidad que se desea comunicar.

En la presente investigación nos proponemos analizar de qué forma aparecen retratados los jóvenes en la prensa, y lo hacemos, además, desde una perspectiva regional, la de la región mediterránea.

En el caso de la prensa como medio de comunicación dos son los principales motivos por los que consideramos conveniente tener en cuenta este medio. Por un lado, por la distancia atribuida siempre entre la prensa y los jóvenes como una desafección insalvable que podría llegar a acabar con el sector, los jóvenes no se interesan por la prensa y la prensa no se interesa por los jóvenes. Por otro lado, porque pese a esta distancia, intuimos un creciente interés hacia la información por parte de los jóvenes, donde los diarios pueden jugar un papel muy importante como fuente de información para los jóvenes si se consiguen canalizar algunos aspectos, entre ellos, el de conferirse como un medio representativo para los jóvenes.

Nos resulta de interés que este análisis se centre, asimismo, no solo en un contexto geográfico, sino que permita realizar una comparativa más amplia entre países. Por ello, situamos la investigación en los jóvenes y su representación en la prensa de la región mediterránea en vista de los procesos de integración y diálogo que se establecen entre los países de la región y que tienen como campo de actuación también, desde una perspectiva regional, a los jóvenes mediterráneos.

De forma que podamos delimitar nuestra investigación, nos centramos en los jóvenes de cuatro países mediterráneos y su respectiva prensa: España e Italia como países de la orilla Norte del Mediterráneo, y Marruecos y Egipto, como países de la orilla Sur. La elección de estos cuatro países estará motivada por algunos elementos en común entre los jóvenes de estos contextos donde destacan, especialmente, las circunstancias socioeconómicas, los modelos de transición y trayectorias vitales y aspectos de su participación social.

Pero además de analizar el retrato de los jóvenes en la prensa de ámbito mediterráneo, nos proponemos recoger la percepción de los jóvenes frente a dicha representación. La realidad subjetiva del individuo, en el plano de la autoconciencia de su identificación como perteneciente a la juventud como un grupo social determinado, y la realidad objetiva de esta identidad tipificada, conviven en una relación dialéctica en la que los medios funcionan como una institución productora de universos significativos para la construcción de las identidades.

Así, desde la perspectiva de una sociología del conocimiento, se pretende evaluar la internalización o refutación por parte de los jóvenes de las construcciones que realiza la prensa acerca de la juventud.

Con todo, el objetivo general de esta investigación será el de establecer la relación entre la representación que realiza la prensa de la región mediterránea sobre la juventud y la

recepción de esa misma realidad por parte de los jóvenes. Para ello, nos valemos, igualmente, de algunos objetivos específicos:

- Exponer el panorama político-social de los países del entorno mediterráneo analizados.
- Presentar el rol que las organizaciones supranacionales otorgan a los jóvenes de la región mediterránea.
- Describir las características de la juventud como grupo social en cada uno de los países cuya prensa es objeto de estudio.
- Analizar el discurso construido por la prensa examinada sobre los jóvenes.
- Comparar el tratamiento que sobre la juventud realizan los diferentes medios analizados.
- Explicar la visión de la juventud en torno al discurso de la prensa.

Los objetivos arriba expuestos guardan relación con las preguntas de investigación que se establecen al comienzo de este trabajo. En primer lugar, nos planteamos un interrogante general en torno a la relación entre la representación que realiza la prensa de la región mediterránea sobre la juventud y la recepción de esa misma realidad por parte de los jóvenes. Y desde esa pregunta general, surgen otras cuestiones que nacen o que nos pueden ayudar a situar la misma: ¿Qué panorama político-social presentan los países del entorno mediterráneo analizados?, ¿Cuál es el rol que las organizaciones supranacionales otorgan a los jóvenes de la región mediterránea?, ¿Qué características posee la juventud de los países cuya prensa es analizada?, ¿Cuánta y de qué tipo es la presencia de la juventud en la prensa de contexto mediterráneo?, ¿Qué diferencias se observan en el tratamiento de la juventud entre los diarios examinados? Y finalmente, ¿Se reconocen los jóvenes en la imagen que transmite la prensa del grupo social al que pertenecen?

Consideramos que este trabajo puede resultar de utilidad como aporte teórico, metodológico y también se considera una investigación con proyección social. Desde el ámbito teórico, de la recopilación de distintas contribuciones y de los distintos fundamentos teóricos, así como de los análisis implementados en la investigación podemos obtener un enfoque transversal del contexto, los jóvenes y la prensa de la región mediterránea y, en concreto, de estas tres realidades en los cuatro países objeto de estudio: España, Italia, Marruecos y Egipto.

Por otro lado, esta investigación también puede resultar un aporte metodológico en la medida en que los resultados obtenidos a partir de la metodología empleada pueden ser de utilidad para futuras investigaciones centradas en el estudio del tratamiento que realiza la prensa de un sector de la población determinado y en las percepciones de un grupo social concreto sobre una realidad. Los instrumentos de análisis empleados para uno y otro propósito podrán ser de utilidad en investigaciones que manejen cuestiones similares.

Por último, debido a que en el proyecto se tratan dos ejes fundamentales que participan en la construcción del espacio público: un sector de la ciudadanía, los jóvenes, y una entidad constructora y transmisora de opinión pública, la prensa, creemos que la investigación puede resultar de relevancia para las diferentes organizaciones nacionales y supranacionales; tanto ciudadanas como de ámbito institucional, así como para los medios de comunicación, organizaciones de profesionales y administraciones públicas de diferentes países en el fomento de las buenas prácticas en relación a los jóvenes, los medios de comunicación o el vínculo entre ambos.

El análisis comparativo entre el discurso de la prensa y el discurso que los jóvenes tienen de la representación mediática de la juventud nos permite establecer dónde se encuentran las mayores coincidencias y contrastes entre uno y otro discurso y contribuir, de ese modo, a la identificación de los discursos y representaciones estereotipadas discordantes. Promover la responsabilidad social de los medios en el tratamiento de informaciones sobre los jóvenes no corresponde únicamente a los medios, es cometido de las administraciones públicas y concierne, también, a las organizaciones que se ocupan, de alguna u otra forma, de los medios y de los jóvenes. Es por esta razón que creemos que la investigación de estos aspectos comprende un amplio alcance social.

Las contribuciones y fundamentos teóricos empleados a lo largo de la investigación son numerosos y diversos, tanto con relación a las disciplinas de las que parten, como respecto a los enfoques desde los que se producen. Trataremos de destacar en este apartado introductorio algunas de las contribuciones más relevantes sobre cada una de las cuestiones abordadas en este trabajo.

Con respecto al contexto sociopolítico de la región mediterránea, hemos considerado pertinente introducir esta cuestión a partir del debate creado en torno a las distintas perspectivas de entender el Mediterráneo. Como, por ejemplo, el enfoque que considera el Mediterráneo como una disciplina de estudio de la cual poder extraer elementos característicos propios de este espacio geográfico; de la mano, entre otras aportaciones, de la identidad mediterránea a la que hace referencia Cassano (1996), o a partir de la implantación de los llamados *Mediterranean Studies*/Estudios del Mediterráneo propuestos por Braudel (1949). Esta perspectiva, no obstante, como recogemos en el primer capítulo, también ha sido ampliamente cuestionada desde una crítica decolonial por Chambers (2008), entre otros autores.

A partir de este debate, nos situamos en la visión institucionalizada sobre el Mediterráneo donde éste se entiende como un espacio de actuación con intereses y problemáticas comunes, una visión desde la que presentamos una cronología del proceso de integración mediterránea a partir de las diferentes relaciones de cooperación y las distintas políticas en común desarrolladas en la región. Partimos del Tratado de Roma en 1957 y los primeros acuerdos a nivel regional mediterráneo

enmarcados en la Política Global Mediterránea (PGM), hasta la actualidad con las acciones que desarrolla la Unión por el Mediterráneo (UpM), o las que se enmarcan en la revisión en 2015 de la Política Europea de Vecindad. En el marco de estas políticas públicas mediterráneas, y desde el plano de la sociedad civil y el plano académico, recopilamos algunas acciones y proyectos concretos que intervienen en el campo de la juventud, como son, a nivel institucional, el programa EuroMed Youth Programme o Young Mediterranean Voices que tienen como objetivo promover el diálogo y la participación de los jóvenes de la región Euro-Mediterránea.

Una vez revisados estos elementos en referencia al Mediterráneo desde una perspectiva regional y las acciones llevadas a cabo en el ámbito de la juventud, se describen los elementos contextuales de los países objeto de estudio atendiendo a indicadores, algunos comunes para todos los países y otros concretos en cada caso, que miden los siguientes aspectos de cada país: el estado de la democracia y el nivel de transparencia en cada país- de la mano de Liberal Democracy Index (LDI)-, el estado de los derechos humanos y de las libertades civiles y políticas- a partir de informes de The Freedom House y Human Rights Watch-, las circunstancias económicas-en base a los datos proporcionados por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) -el grado de bienestar social y desarrollo sostenible- mediante el Índice de Desarrollo Humano del PNUD, el Social Progress Index de Social Progress Imperative, el informe Gender Gap del Foro Económico Mundial o el Better Life Index de la OCDE- y las percepciones sociales-en base a los institutos nacionales de estadística o barómetros de cada contexto.

Para atender las características de los jóvenes en la región mediterránea consideramos, en primer lugar, las aportaciones realizadas desde la sociología de la juventud en las que destacan dos grandes tendencias: la visión nominalista bajo la cual no se reconoce a los jóvenes como un grupo homogéneo, ni como una clase social dada (Allerberch y Rosenmayr, 1979; Mannheim, 1993; Martín Criado, 1998; Bourdieu, 2008; entre otros) y la tendencia empirista dentro de la que, a su vez, destacan tres grandes corrientes: aquella que entiende la juventud como ciclo vital (Parsons, 1942; Erikson, 1972; entre otros), la que piensa en los jóvenes como una generación a la que le corresponde ser propulsora del cambio y del desarrollo (Cohen, 1972; Clarke, 1976; entre otros) y, finalmente, el enfoque biográfico, que considera la juventud como una etapa en el recorrido biográfico de cada individuo (Gil Calvo, 1985; Galland, 1991; Furlong y Cartmel, 1997; Casal et al., 2006; entre otros).

De ahí, pasamos a definir algunas cuestiones relacionadas con los jóvenes en el Mediterráneo centrándonos en los siguientes ámbitos: empleo y formación, exclusión o inclusión social y transición a la vida adulta, participación política y social e identidad, religión, cultura y valores. De entre todos los ámbitos, a pesar de que empleamos un número amplio de referencias a datos, estudios y autores, podemos destacar las estimaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la OCDE, Eurostat, la

TUI Foundation, el Barómetro Árabe o de la consultora ASDA'A Burson-Marsteller. Consideramos también los datos proporcionados por los principales institutos nacionales de estadística (INE en España, ISTAT en Italia, HCP en Marruecos y CAPMAS para Egipto) y de autores, en el caso de los países mediterráneos del Sur de Europa, como Madsen et al. (2013); della Porta y Mattoni (2014), Moreno Mínguez y Crespi (2017) o, en cuanto a los países árabes mediterráneos, Barsoum (2012), Camozzi et al. (2015), Tholen (2015) y Farah (2017), entre las numerosas contribuciones restantes citadas a lo largo del segundo capítulo.

A la hora de presentar los elementos característicos de los jóvenes en cada país objeto de estudio además de las contribuciones de autores provenientes de cada contexto, destacamos el empleo de tres índices, dos internacionales y uno español pero que abarca también los países miembros de la UE, sobre el bienestar y desarrollo de los jóvenes: el Índice Sintético de Desarrollo Juvenil elaborado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD), el Global Youth Development Index de The Commonwealth y, un tercer índice, The Global Youth Wellbeing Index, formulado por la International Youth Foundation (IYF).

En el tercer capítulo nos referiremos a la estructura de la prensa de la mano de autores como Kircher (2005) para revisar las funciones de la prensa, los planteamientos críticos de Murdock y Golding (1978), Hall (1980) o Adorno y Horkheimer (1969), la hipótesis de la revolución gerencial en cuanto a la estructura organizativa de las empresas periodísticas desarrollada por Demers y Merskin (2000), los principios editoriales tal y como son propuestos por Nieto Tamargo-recogidos por Iglesias y Blanco Leal (2004)- y Aznar (2003) y, finalmente, la relación entre la prensa física en papel y la prensa en formato digital mediante los supuestos de Fortunati et al. (2015), Cabrera González (2001) o la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA), entre otros.

Para el repaso general al sistema comunicativo en el Mediterráneo nos valemos de las clasificaciones de los sistemas mediáticos propuestas por Hallin y Mancini (2004), Blum (2005) y Färdigh (2010), así como de las apreciaciones sobre la transcendencia y penetración de los medios de comunicación al Norte y Sur del Mediterráneo, con especial énfasis en la prensa, por parte del Instituto Reuters para el estudio del periodismo (Cornia et al., 2016), de Hafez (2007), Dajani (2011) o el informe 'Arab Media Outlook 2016-2018' (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017). También recogemos las conclusiones a las que llegan The Freedom House (2017a), Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2018a) o García Martín (2013) sobre la situación de la libertad de expresión y la libertad de prensa en cada contexto y país analizado.

Amén de estas consideraciones generales sobre la prensa en el Mediterráneo, se analiza el estado de la prensa en cada país objeto de estudio donde destacamos también las contribuciones de la Asociación WAN-IFRA, la consultora PwC, el resumen general de

medios que lleva a cabo la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) y la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) en España, Audipress en el caso de la prensa italiana, la OJD marroquí y la Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute en el caso egipcio, además de otras contribuciones de autores y organismos nacionales.

Por otra parte, en esta investigación se incluyen las aportaciones más relevantes respecto a tres fundamentos teóricos en los estudios sobre comunicación: el género periodístico, la construcción social de la realidad y la teoría de la agenda temática. Sobre el género periodístico, recuperamos las revisiones que realizan Fernández Parratt (2008), Saad Saad (2010) y Mejía Chiang (2012), sobre el origen de los géneros periodísticos y las funciones asociadas, en base a las teorías desarrolladas por diferentes autores.

Sobre la construcción social de la realidad y su aplicación a la información periodística resultan fundamentales las teorías de Berger y Luckmann (1968) acerca de la realidad como constructo social y también otras contribuciones posteriores como la sociología comprensiva de Schütz (1993), la teoría sobre la economía política de Schudson (1989), el proceso de producción de la noticia de Tuchman (1983) o la discusión filosófica que plantea Weber (2002) acerca del constructivismo.

Finalmente, con respecto a la teoría de la agenda temática, nos centramos en los trabajos que describieron el funcionamiento de esta teoría a nivel empírico de la mano de McCombs y Shaw (1972), bajo la perspectiva de McLeod, Becker y Byrnes (1973) o Benton y Frazier (1976). También, dentro de esta teoría, desarrollamos la figura del *gatekeeper* a través de las aportaciones de Ferruci y Tandoc (2017) o de Shoemaker y Reese (2014), la estereotipación de los medios por medio de Seiter (1986) y la teoría del encuadre a través de la revisión que realiza Koziner (2013), entre otros muchos.

De los antecedentes sobre la cobertura informativa de los jóvenes destacamos en el contexto español los aportes de Suárez Villegas (2011), Lozano, Peral, Sabartés y Soler (2006), Alcoceba y Matheus (2010) y de Alcoceba en solitario (Alcoceba Hernando, 2014) así como de Pueyo (2014) o de Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez (2013). Del contexto italiano podemos señalar los trabajos de Bernardini (2013), Tirocchi, 2007) o Lalli (2002), del contexto marroquí la investigación que desarrolla la Oficina de la UNESCO en Rabat (2017) o las aportaciones de Freeman (2017) y Skalli (2011) y, en el caso de Egipto, destacamos las investigaciones sobre la cobertura informativa que se ha concedido a las revueltas que tuvieron lugar en Egipto, como la investigación de Osman y Abdel Samei (2012).

Como introducción a los análisis de esta investigación, repasamos la evolución de las definiciones y aplicaciones de la técnica del análisis de contenido de la mano de Berelson (1971), Krippendorff (1990), Bardin (1986) y, en tiempos más recientes, mediante los aportes de Piñuel Raigada (2002), Velázquez (2011), Andréu Abela (2011), Mcnamara

(2005) y McQuail (2010). Para la elaboración de instrumento de análisis contenido cuantitativo nos hemos basado en las contribuciones de algunos autores para la configuración de algunas de las variables. Así, para las variables narrativas recogemos el modelo actancial y las modalidades narrativas propuestas por A.J. Greimas y Courtés (1982). En cuanto a las variables gramaticales y superestructurales del texto contamos con las propuestas de Velázquez (2011) y van Dijk (1978). Finalmente, nos basaremos en la teoría de los actos de habla de Austin (1955) para conformar las variables pragmáticas.

Para la segunda etapa del análisis referida al análisis semiótico y del discurso volvemos a albergar los fundamentos desarrollados por Andréu Abela (2000), Velázquez (2011) y van Dijk (1990) y de otros autores que citamos por primera vez como Gonzalo Abril (1995).

De igual modo, en la tercera fase del análisis nos hacemos eco de algunos aportes teóricos con relación a la encuesta como instrumento de indagación. Entre ellos, Casas Anguita, Repullo Labrador y Donaldo Campos (2003), Simelio (2011), López-Roldán y Fachelli (2015) y Blanco (2011) representan algunos autores que destacamos.

Finalmente, también se atiende al uso de la prensa y a las percepciones de los jóvenes sobre la prensa y su representación mediática a partir de diversas contribuciones de las que destacamos algunas en función de cada contexto. Desde España, el resumen general de medios de la AIMC, el informe de la Fundación SM y del Observatorio de la Juventud para Iberomérica (OJI), los estudios de Casero-Ripollés, (2012), Parrat (2010), Tuñez (2009), Rodríguez San Julián y Megías Quirós (2014) o de Alcoceba Hernando (2014). Desde Italia, distinguimos los datos a este respecto proporcionados por el ISTAT, Audipress o Censis. En cuanto a Marruecos, resulta de especial interés la investigación sobre los jóvenes y los medios de comunicación en Marruecos llevada a cabo por El Harras (2011) o algunos datos proporcionados por el Barómetro Árabe. Para Egipto, recuperamos las aportaciones de Northwestern University in Qatar junto con el Doha Film Institute (2016) o de Shehata (2017) y Sika (2016).

En base al marco de referencias que acabamos de presentar y los objetivos planteados en la investigación, se combinan tres líneas metodológicas para la consecución de los objetivos planteados.

La metodología documental responde a dos tipos:

- 1) La búsqueda, revisión y análisis de los soportes teóricos (escuelas, autores, teorías...) en los que se sustenta la investigación.
- 2) La consulta de fuentes estadísticas que facilitan datos de interés para la investigación (Eurostat, INE, ISTAT, OJD, etc.).

Por un lado, parte de la metodología empleada será de corte documental a la hora de presentar la literatura de referencia sobre el contexto y las características de los jóvenes de la región Mediterránea y de los cuatro países objeto de estudio, también respecto a la estructura de la prensa, el contexto comunicativo en el Mediterráneo y, en especial, el referido a la prensa y los cuatro países en los que centramos la investigación, y sobre los diarios que componen nuestra muestra.

Por otra parte, también a partir de metodología documental, y para los aspectos de la revisión teórica, podremos hacer referencia a los géneros periodísticos, la teoría sobre la construcción social de la realidad y la teoría de la agenda temática, así como a los fundamentos teóricos del análisis de contenido, del análisis semiótico y del discurso y respecto a la encuesta como técnica de indagación. También a partir de la recogida y puesta en relación de literatura, presentaremos los antecedentes sobre la representación de los jóvenes en los medios, en cuanto al consumo de medios de comunicación por parte de los jóvenes y con relación a la percepción por parte de los jóvenes del discurso mediático sobre la juventud.

De otra parte, para determinar el tratamiento que realizan los diarios de la región mediterránea sobre los jóvenes empleamos una metodología de corte cuantitativo. Se aplica un análisis de contenido a las informaciones relacionadas con jóvenes publicadas a lo largo del mes de marzo de 2013 por 10 diarios de ámbito mediterráneo: El País, ABC, La Vanguardia y El Periódico de Catalunya (España), Il Corriere della Sera y La Repubblica (Italia), Al Massae y As Sabah (Marruecos) y Al Ahram y Al Dostur (Egipto). Estos diarios se seleccionan teniendo en cuenta que son diarios generalistas, con una difusión más o menos relevante en cada contexto y que presentan líneas editoriales diversas, de forma que la pluralidad de ideologías se vea reflejada también en el análisis del tratamiento de las noticias.

En el caso español, además, se incluyen, tal y como hemos indicado, dos diarios catalanes de manera que, solo en el caso español por cercanía de la investigadora con el contexto que se pretende estudiar y por los límites de la investigación que impiden hacer lo mismo en el resto de contextos, para no dilatar la muestra, podamos también observar el tratamiento informativo de la prensa de carácter autonómico. No obstante, en el caso de los dos diarios catalanes seleccionados ambos diarios tienen un alcance nacional significativo.

El análisis de contenido cuantitativo se implementa a través de una ficha de análisis de contenido que incluye distintas variables que podemos agrupar en las siguientes categorías: variables de publicación (ámbitos morfológicos del diario), variables de categorización temática, enfoque de la información, actores de la información, variables narrativas, variables sobre la superestructura del texto, variables pragmáticas y, finalmente, variables sobre el tratamiento general de la unidad de análisis.

Por otra parte, el análisis sobre el discurso que difunde la prensa acerca de los jóvenes se verá complementado en una segunda etapa del análisis con un análisis de corte cualitativo en la que se aplica un análisis semiótico y discursivo a la totalidad de la unidad informativa, pero para el que solo se tienen en cuenta algunas de las unidades que componen la muestra. En concreto, 20 unidades, 2 por cada diario. Las categorías que se incluyen en este análisis son: los diferentes niveles del discurso periodístico que propone van Dijk (1990)-superestructura y macroestructura-, el sistema actancial y los enunciados modales de Greimas y Courtés (1982) y los actos de habla de Austin (1955).

Bajo una metodología de corte cuantitativo, se implementa un cuestionario dirigido a los jóvenes de los cuatro países de la región mediterránea que estudiamos en la investigación. El cuestionario se traslada a 80 jóvenes por cada país, por lo que recopilamos un total de 320 respuestas. Este instrumento metodológico tiene como fin evaluar los hábitos de consumo de los medios de comunicación entre los jóvenes, su relación con la prensa y la opinión que les merece el discurso que este medio difunde sobre el colectivo al que pertenecen.

El cuestionario trata de recabar los siguientes aspectos: variables sociodemográficas, tiempo diario dedicado al consumo de diferentes medios de comunicación, motivación en el consumo de los diferentes medios, diferentes medios de comunicación a los que accede el encuestado para mantenerse informado, grado de influencia de los diferentes medios de comunicación como creadores de opinión pública, tipo de contenido priorizado a la hora de consultar la prensa, variables de opinión acerca del discurso sobre los jóvenes en la prensa y, por último, el grado de influencia que tiene la representación de los jóvenes en la prensa sobre el consumo que realiza el encuestado de este medio.

Tomando en consideración estos instrumentos metodológicos, en base al diseño de la investigación podríamos sostener que esta investigación posee cuatro vertientes funcionales: por un lado, explora y describe y por otro, explica y compara. Por lo que podríamos decir que nos encontramos ante una investigación exploratoria-descriptiva y explicativa- correlacional. Por un lado, es una investigación exploratoria-descriptiva puesto que la investigación trata de aproximarse al fenómeno que estudia: la relación entre los jóvenes y la prensa de la región mediterránea, en primer lugar, tratando de definir las propiedades de dicho fenómeno por medio de la descripción de la situación y problemáticas de los jóvenes de la región, y con relación al contexto sociopolítico en el que se ubican. Además, se conduce una descripción general del sistema de medios de comunicación en la región mediterránea y más detalladamente, de la prensa en los países estudiados, que nos aporte el estado de la prensa en cada país respecto a variables como la penetración de la prensa en la sociedad, los modelos de negocio, la libertad de prensa e información etc.

Por otra parte, el estudio también es explicativo-correlacional, en tanto efectúa un análisis comparativo del tratamiento que realizan los diferentes diarios sobre la

juventud. Así mismo, se comparan y explican las desigualdades en la percepción mediática de la juventud entre los jóvenes de los diferentes países analizados.

Los análisis y contribuciones recogidas nos permitirán corroborar las dos premisas de las que partíamos al comienzo de la investigación que se recogen a través de los siguientes enunciados:

1. Se aprecian disimilitudes respecto al tratamiento que realiza sobre la juventud la prensa de los países europeos analizados y la prensa de los países del Sur del Mediterráneo objeto de estudio, respecto a: la situación de desempleo juvenil, la implicación de la juventud en la sociedad, los contextos de socialización de la juventud (educación, ocio etc.) y la participación y movimiento asociativo juvenil.

Los jóvenes son representados en la prensa del Mediterráneo Sur como agentes activos en el desarrollo de los acontecimientos, son protagonistas de la noticia, mientras que en la prensa del Norte del Mediterráneo, por el contrario, los jóvenes no se muestran participando activamente y siendo protagonistas del desarrollo de los acontecimientos, sino que más bien, son sujetos pasivos del advenimiento de los hechos o agentes de menor protagonismo en la consecución de la acción. Esta tendencia se observará en las informaciones sobre los ámbitos arriba citados.

2. El tratamiento que de la juventud realiza la prensa objeto de estudio es para los jóvenes de la región mediterránea parcial e incompleto.

El discurso de la prensa del mediterráneo sur como del norte, es acogido por los jóvenes de ambas orillas, no como un discurso erróneo, sino como un discurso parcial e incompleto de la realidad juvenil generalizada: puede ser verdad lo que se dice en la prensa sobre ellos, pero los hechos y actitudes que de estas informaciones se desprenden no son extrapolables al conjunto de la juventud.

Para finalizar con la introducción, concluimos con la estructura de este trabajo que estará compuesto por 7 capítulos además de la presente Introducción y el apartado de conclusiones, referencias bibliográficas y anexos que se incluyen al final de este.

El primer capítulo comienza con una revisión conceptual sobre el Mediterráneo, sus distintos significados y nociones como unidad territorial y el debate acerca de su validez como disciplina de estudio. Seguidamente, se recogen algunas actuaciones destacadas en el proceso de integración mediterránea de las que derivan las iniciativas dirigidas a los jóvenes desde un contexto regional y que recogemos también en este capítulo a partir de algunas de las acciones más relevantes en torno a los jóvenes de la región desde una perspectiva institucional y desde el ámbito de la sociedad civil y el académico. Para finalizar este capítulo, presentamos el panorama e indicadores del sistema político,

el contexto económico y la sociedad de los países objeto de estudio: España, Italia, Marruecos y Egipto.

El segundo capítulo parte de los aportes de la sociología de la juventud y de las distintas corrientes que han tratado de delimitar a los jóvenes sociológicamente. En un segundo apartado, se describen, en términos comparativos, las similitudes y particularidades de los jóvenes de las dos orillas del Mediterráneo en cuanto al empleo y formación, exclusión o inclusión social y transición a la vida adulta, participación política y social e identidad, religión, cultura y valores de los jóvenes. El capítulo se cierra con la concreción de estos mismos ámbitos entre los jóvenes que componen los casos de estudio: los jóvenes españoles, italianos, marroquíes y egipcios.

El tercer capítulo aborda los rasgos característicos de la prensa, como empresa periodística, en la actualidad, su estructura y las principales innovaciones que la han transformado para, a continuación, dar paso a un breve repaso del paisaje comunicativo y el estado de la prensa en la región mediterránea, poniendo el foco en la prensa de los países que nos ocupan y en las cabeceras que componen la muestra de la investigación.

El cuarto capítulo recogerá tres fundamentos teóricos en los estudios sobre comunicación. En primer lugar, se realiza una revisión de los géneros periodísticos, de sus características, principales elementos y evolución en el periodismo actual y, en especial, sobre los géneros informativos e interpretativos y su aplicación en el ámbito de la prensa. En segundo lugar, se describe la teoría de la construcción social de la realidad aplicada a la información periodística y, en tercer lugar, se atiende a la noción de la agenda temática y su establecimiento por parte de los medios de comunicación.

El quinto capítulo se inicia con una aproximación, en primer lugar, a la técnica de análisis de contenido. Tras el apartado introductorio acerca de la técnica del análisis de contenido, su definición, modalidades y distintas aplicaciones, se trata de englobar los antecedentes más actuales o relevantes acerca del tratamiento mediático de los jóvenes que han realizado estudios precedentes para, seguidamente, describir las variables empleadas en el análisis de contenido cuantitativo realizado a la información sobre jóvenes publicada por la prensa de ámbito mediterráneo que compone nuestra muestra y, finalmente, presentar los resultados de este análisis.

El sexto capítulo, al igual que el anterior, recoge algunos de los aportes en torno al análisis semiótico y del discurso. Seguidamente en este capítulo, se concreta el proceso, así como las categorías de análisis que se emplearán en el análisis del discurso en las informaciones sobre jóvenes que se presenta al final del capítulo.

El séptimo y último capítulo, afronta la visión de los jóvenes mediterráneos a partir de algunas contribuciones teóricas sobre la encuesta como instrumento de indagación y en base a los antecedentes sobre el uso de la prensa entre los jóvenes y sus percepciones sobre la prensa y su representación mediática, para finalmente, exponer las variables,

el proceso de implementación y los resultados obtenidos del cuestionario dirigido a los jóvenes de los cuatro países de la región mediterránea que estudiamos en la investigación.

Finalmente, se presentan las conclusiones, se aporta la bibliografía y los anexos.

Capítulo 1

El Mediterráneo: una revisión conceptual y un análisis contextual del Norte y Sur del territorio.

1.1 Entre la unidad territorial, su validez como disciplina de estudio y la crítica decolonial. El Mediterráneo y sus significados

Las costas que baña el mar Mediterráneo han sido desde las primeras civilizaciones espacios de una actividad vertiginosa y gran importancia estratégica a distintos niveles. Entre sus tierras se han labrado relaciones comerciales, se ha perpetuado la movilidad de mercancías y de seres humanos y se han fraguado conquistas y procesos de decolonización. Lo que hoy queda de esos intercambios y movimientos es un territorio dividido geopolíticamente en estados nación que, contaminados culturalmente, han ejercido y ejercen una influencia recíproca respecto a sus países vecinos donde conviven razas, religiones, etnias y culturas diversas y todo ello, en un escenario globalizado donde cada gesto cobra sentido más allá de las fronteras del propio continente. Siempre que hablamos del Mediterráneo, estamos recuperando una construcción discursiva que guía los saberes, la epistemología y la percepción sobre la realidad referenciada. Es necesario, por tanto, repasar qué se entiende por el término Mediterráneo y a qué existencias alude para tratar de contextualizar y situar la legitimidad del estudio.

La noción de territorio Mediterráneo, como ente de significación propia y reconocida, se ha empleado en numerosas ocasiones para designar un espacio físico que es digno de estudio desde muy variadas disciplinas y se incluye en la actualidad en el nombre de instituciones supranacionales que trabajan en el conjunto del territorio desde diversos campos de actuación. Organizaciones, por nombrar algunas bien diversas, como The Mediterranean Science Commission (CIESM), Association of the Mediterranean Chambers of Commerce and Industry (ASCAME) o Union for the Mediterranean (UfM), esta última de interés en lo que respecta a esta investigación por su trabajo en relación a la unidad y el intercambio cultural de la región, como veremos en el apartado 1.2.

El Mediterráneo no sólo es concebido puramente como un espacio físico delimitado, es un constructo sobre el cual se han arrojado diversas significaciones. Desde una mirada filosófica, Franco Cassano (1996) en *Il Pensiero Meridiano* dibuja el Mediterráneo como epicentro de un tipo de raciocinio que se contrapone al pensamiento modernista y a la productividad sin límites de Occidente y que sienta las bases de su propia identidad en la diferencia y en el constante encuentro con el Otro. Esta forma de pensar que se atribuye a la región Mediterránea es la receta que propone el autor como freno a la debacle de la sociedad capitalista. El Mediterráneo con sus dos elementos de tierra y agua que simbolizan, por un lado, la identidad arraigada y, por otro, el cambio y el

encuentro con lo diferente, es un reclamo del Sur, donde se sitúan los países bañados por el mar Mediterráneo, ante el capitalismo salvaje y la dominación cultural. En esa línea, este pensamiento del Sur y típico mediterráneo que predica Cassano, en la obra citada, se toma también en consideración paradójicamente desde una disciplina tan pragmática como el marketing para construir una alternativa de negocio al modelo norte americano que se base en los valores culturales específicos del mediterráneo (Cova, 2005; Carù *et al.*, 2014 y Petruzzellis y Craig, 2016). Así, desde el marketing se exaltan ciertos valores que se atribuyen al pensamiento del Sur propio de la región mediterránea:

“La idea de ‘Pensamiento del Sur’ no es solo una cuestión geográfica [Caru and Cova, 2006]. Junto con las características típicas del territorio [Antonioli, 2006; Bachimon, 2006; Tritz, 2006], que están necesariamente relacionadas con un entorno geográfico concreto y sirven, en particular, de apoyo al marketing territorial, hay también elementos culturales que identifican un espacio mental, metafórico que hace referencia a los valores típicos mediterráneos basados en una historia de conflicto y comunión de civilizaciones, en la familiaridad y la diversidad, en las que la estética y el arte juega un rol importante [Bucci, 2006]. Las dimensiones sociales e individuales se entrelazan en la búsqueda de la felicidad individual que necesita ser compartida por otros [Morace, 2005]. El redescubrimiento de la identidad local se convierte en una característica romántica que resiste a la modernidad [Rémy, 2005]. Las experiencias de consumo no solo están vinculadas a eventos extraordinarios sino también a cosas pequeñas y cotidianas [Carù and Cova, 2003 or 2007]” (Carù *et al.*,2014)¹.

Estas prácticas y valores comunes provienen para algunos autores de una experiencia histórica compartida que trato de ser reconocida con la implantación de los llamados *Mediterranean Studies*/Estudios del Mediterráneo tras la publicación en 1949 del libro “La Méditerranée et le Monde méditerranéen à l’époque de Philippe II” por el historiador francés Fernand Braudel. La obra tomó eminentemente el Mediterráneo como un ente histórico y atribuyó a sus sociedades ciertas particularidades compartidas, apelando a la unidad de la región: “Enfatizando factores geográficos y ambientales, Braudel argumentaba que las orillas Norte y Sur del Mediterráneo forman una única región con respecto al clima, el suelo, y, por extensión, la agricultura, y que como tal

¹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “The idea of ‘Southern Thinking’ is not just a question of geography [Caru and Cova, 2006]. Alongside the typical characteristics of the territory [Antonioli, 2006; Bachimon, 2006; Tritz, 2006;], which are necessarily linked to a particular geographic environment and serve, in particular, to support territorial marketing, there are also cultural elements that identify a mental, metaphoric space that makes reference to typical Mediterranean values based on a history of conflict and communion of civilisations, on familiarity and diversity, in which aesthetics and art play an important role [Bucci, 2006]. The social and individual dimensions are intertwined in the search for individual happiness that needs to be shared with others [Morace, 2005]. The rediscovery of local identity becomes a romantic feature that resists modernity [Rémy, 2005]. Consumption experiences are not only tied to extraordinary events but also to small, everyday things [Carù and Cova, 2003 or 2007]” (Carù *et al.*,2014).

constituye una unidad de análisis más legítima que, por ejemplo, Francia o África del Norte”. (Dobie, 2014)². Desde entonces, la unidad del Mediterráneo y su validez como constructo de estudio han sido tan defendidos como puestos en tela de juicio desde diversas disciplinas. Mientras algunos autores exaltan las interconexiones del Mediterráneo desde la prehistoria hasta tiempos presentes (Abulafia, 2003), otros se cuestionan que exista realmente como unidad cultural (Harris, 2005 y Bromberger, 2017), o que se pueda hablar del Mediterráneo como región y, por tanto, estudiarlo como tal (Fenech, 1991).

Pero la curiosidad por considerar el Mediterráneo como una disciplina de estudio y los intentos por caracterizarlo han hecho proliferar la literatura científica relacionada con el territorio. El estudio antropológico del Mediterráneo, por mencionar una de las disciplinas más prolíferas en los llamados estudios sobre el Mediterráneo, ha puesto de relieve una serie de características recurrentes de las sociedades mediterráneas. Entre ellas, una de las creencias más extendidas es la del honor y la vergüenza como valores de las sociedades mediterráneas (Campbell, 1964; Peristiany, 1965; Gilmore, 1991; Cassar, 2004, entre otros). El honor, asociado a los hombres, individual o colectivo, se erige como motor para el cumplimiento de las obligaciones y deberes típicamente masculinos. La cualidad propia de las mujeres, por su parte, es la vergüenza, en lo referente a la sexualidad y la preservación de la virginidad. Los estudios destacan también otros valores comunes de estas sociedades como el rol central de la familia, la influencia de la relación patrón/cliente en las relaciones políticas que se instauran entre los dirigentes y el pueblo o la importancia del pasado y las experiencias vividas como explicación de las estructuras políticas presentes (Giordano, 2016).

Sin embargo, muchas de estas averiguaciones han sido ampliamente criticadas por considerarse reducciones simplistas de la realidad y legitimadoras de un discurso hegemónico excluyente. La mayoría de esas críticas provienen actualmente del pensamiento decolonial. Así, Cazzato (2016) advierte que estas narrativas legitiman un sistema jerárquico donde los valores típicamente mediterráneos que algunos estudios antropológicos han tratado de constatar quedan fuera del discurso hegemónico de la modernidad: “El verdadero problema es que estas solas historias movilizan cuestiones de jerarquía, sirven a la función de decidir qué es moderno y qué no lo es; qué es superior y qué es inferior” (Cazzato, 2016:6)³.

² Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “Emphasizing geographic and environmental factors, Braudel argued that the northern and southern shores of the Mediterranean form a single region with regard to climate, soil, and, by extension, agriculture, and that as such it constitutes a more legitimate unit of analysis than, say, France or North Africa” (Dobie, 2014).

³ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “The real problem is that these single stories mobilise issues of hierarchy, they serve the function of deciding what is modern and what is not; what is superior and what is inferior” (Cazzato, 2016:6).

Bajo la misma óptica, autores como Iain Chambers (2008) se muestran también escépticos y se alejan de esa idealización del Mediterráneo como un espacio que internaliza sus existencias múltiples y complejas, a las que aludía Cassano, sino más bien como un territorio donde ha prevalecido la supremacía europea, sus identidades fronterizas y la negación de otras realidades mediterráneas. Dice Chambers que revisar y aprender del pasado colonial del territorio implicaría ponerle freno al progreso, entendido como las perspectivas sin fin que propone el mercado, plantear un discurso crítico con las fronteras y alumbrar aquellos territorios acallados de la otredad. En definitiva, deconstruir el lenguaje y las relaciones de poder que configuran hoy esa imagen excluyente del territorio. Coincide con Cassano que este ejercicio crítico no trataría de concebir el Sur en términos de la modernidad sino de pensar en la modernidad también a través del Sur. Esta reflexión es precisamente, alega el autor, la que ha sido negada en la construcción actual del territorio donde se exalta, por el contrario, una interpretación de la modernidad de forma lineal, causal, obsesionada siempre con avanzar y, sobre todo, unitaria, rechazando la sola existencia de una modernidad múltiple. La imagen actual del Mediterráneo se rige, por tanto, desde la óptica del Norte, desde su progreso, sus nacionalismos y sus fronteras y parece haber olvidado la historia anterior al siglo diecinueve cuando entre aquellos territorios ahora periféricos se establecieron los sistemas económicos, sociales y culturales que impregnarían la historia de Europa y de Occidente. Esas narrativas marginadas comenzaron su exilio al olvido tiempo atrás, a partir de la conquista de América, el rodeo a África, la inquisición española y con la impresión de las primeras gramáticas y diccionarios nacionales, establece el autor (Chambers, 2008:141).

Por todo ello, aproximarse a la realidad mediterránea hoy no es tanto un ejercicio de revisión del enfoque que el Norte ha mantenido sobre el Sur sino, como propone Chambers, se trata, más bien, de prestar atención a elementos que traspasan las fronteras rígidas de los países “[...] seguir los signos, las sugerencias, los sonidos, olores y silencios que proponen una narración compleja y abierta del tiempo histórico y su composición cultural” (Chambers, 2008:131)⁴. Si se dice que, tras la colonización europea de las orillas africanas y asiáticas, el Mediterráneo pasó a convertirse en un mar europeo es porque las narrativas olvidadas del Sur a las que hace referencia Chambers dejaron de formar parte de la construcción dominante sobre la noción de Mediterráneo.

Para Cazzato (2016) entender el colonialismo que impera en el territorio Mediterráneo pasa por la realidad que describen los siguientes dos conceptos: *Meridionism*/Meridionismo (Pfister, 1996 y Cazzato, 2012), como reflejo de lo que queda fuera de ese discurso dominante al que alude Chambers, y del concepto

⁴ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] follow signs, suggestions, sounds, smells, and silences that propose a complex, open-ended narration of historical time and its cultural composition” (Chambers, 2008:131).

Mediterraneanism/Mediterranismo (Herzfeld, 1987; Horden and Purcell, 2006 y Cazzato, 2016), como el conjunto de estereotipos que reducen culturalmente el territorio a una generalización esencialista. Sobre el *Meridionism*, Pfister y Cazzato mantienen que el colonialismo no sólo opera en los territorios no europeos sino también dentro de los propios confines del continente; sobre el Sur de Europa y, por tanto, sobre ambas orillas del Mediterráneo. Si los países del Sur del Mediterráneo han sido objeto del colonialismo histórico, los países europeos del Sur son objeto también del poder colonial y moderno. No representan del todo la *otredad* pero, al menos, sí les corresponde una identidad deficiente. Y en la construcción de esa identidad mediterránea influyen aquellos valores supuestamente mediterráneos que antropólogos e historicistas han atribuido sobre el territorio y sus gentes y que se basan en relegar al pasado todo aquello que no concuerde con el pensamiento del progreso lineal. (Cazzato, 2016:4-6). Hablamos, entonces, de *Mediterraneanism* como el intento por recudir culturalmente el Mediterráneo a unos saberes y formas de hacer que se consideran anacrónicas por no formar parte del progreso instaurado desde otras regiones al Norte de Europa. Desde el prisma de estos autores, el colonialismo actúa no sólo en la orilla sur del Mediterráneo sino también en los países del sur de Europa, entre otras formas, excluyendo sus conocimientos y formas de hacer de la contemporaneidad y la modernidad.

Lo que ha ocurrido y ocurre en el Mediterráneo es una problemática continuidad, según Giaccaria y Minca (2010), entre las narrativas populares en torno al territorio y la literatura científica que ha conformado una relación imaginaria entre la geografía física y una trayectoria histórico-cultural propia. Giaccaria y Minca señalan una primera etapa donde la literatura científica trataba de naturalizar la idea de la identidad mediterránea. En una segunda etapa, distinguen una lectura negativa del territorio por parte de algunos estudiosos que presentan el Mediterráneo como un espacio fragmentado donde se suceden numerosos enfrentamientos. Las definiciones que se presentan en ambas etapas se convierten en el gran y único referente sobre el territorio: “Imaginarse el Mediterráneo como un espacio caracterizado por la presencia de algunos elementos/procesos permanentes que determinan su identidad significa confiar, de facto, en una gran narrativa concreta de su pasado y presente, una narrativa que a menudo se convierte en el principal (y único) referente para la ‘localización’ de este mar y su presunta identidad cultural” (Giaccaria y Minca, 2010:348)⁵. Estas narrativas hegemónicas se caracterizan, además, por la “[...] supuesta objetividad de la existencia

⁵ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “Imagining the Mediterranean as a space characterized by the presence of some permanent elements/processes that determine its identity means relying, de facto, on a specific grand narrative of its past and present, a narrative that often becomes the key (and sole) referent for the ‘location’ of this sea and its presumed cultural identity” (Giaccaria y Minca, 2010:348).

de un objeto geográfico llamado Mediterráneo”⁶ (Giaccaria y Minca, 2010:348). Pero esta supuesta objetividad carece de sentido ya que, como señala Dobie (2014), los límites del Mediterráneo fluctúan de arriba abajo de acuerdo con la política y cultura dominantes. En función del momento histórico, las fronteras del mediterráneo se han situado abajo para abarcar el patrimonio cultural de Egipto y el Levante y, en momentos más recientes, se colocan arriba para excluir el islam, los inmigrantes africanos e incluso algunos países europeos con dificultades económicas (Dobie, 2014:389).

Según Michelle Pace (2006) hablar sobre el Mediterráneo, o sobre cualquier construcción geográfica, no comporta simplemente descripciones sobre una realidad efectiva sino formar parte del proceso de construcción de dicha realidad. Quién domine esas prácticas discursivas conseguirá anteponer su significación acerca del referente sobre otros discursos minoritarios. Es así como llegamos a la noción actual del Mediterráneo por parte de instituciones, mayoritariamente occidentales, que consideran el territorio una unidad geopolítica que unifica diferentes naciones con preocupaciones e intereses comunes (Pace, 2006). Hablamos del Mediterráneo como región, como avanzábamos al inicio, porque hay intentos por organizar, por catalogar y por hacer una política común en el territorio y hacer política, alega Pace, no es un mero ejercicio entre estructuras y actores preestablecidos y permanentes, dice mucho de quién la desarrolla y sobre quién o qué se lleva a cabo y forma parte del mismo proceso de construcción social de la realidad que se trata de regular. Pace argumenta que toda política que se planifica y se implementa como política exterior es, esencialmente, una actividad discursiva que define, en el sólo planteamiento, qué somos y qué es aquel “otro”, que forma parte, en definitiva, de un proceso de construcción de la propia identidad, como país o nación, y aquella otra identidad que consideramos “ajena”. Este proceso de construcción de significado se puede trasladar fácilmente al Mediterráneo a través de la política que la Unión Europea (UE) desarrolla en la región, mediante la cual la UE construye significado sobre sí misma, como institución, y sobre el Mediterráneo en su conjunto.

Las políticas de la UE en el Mediterráneo, tanto las que lleva a cabo dentro de sus fronteras como con los países vecinos, son un intento de Europeización de los países del Sur, alegan algunos autores (Jones and Clark, 2008). Pero a pesar de los intentos de integración sobre el Mediterráneo, que veremos con detalle en el próximo apartado, el terrorismo, los nacionalismos extremos de algunos países europeos y las rígidas políticas fronterizas y migratorias, han vuelto a dibujar una imagen del Mediterráneo como un espacio de confrontación, a desnaturalizar la idea de unidad y a reafirmar el planteamiento de construcción del territorio siempre ligado a intereses concretos. Retomando la idea de fluctuación de los límites de las fronteras de Dobie (2014), las

⁶ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] the presumed ‘objective’ existence of a geographical object called the Mediterranean.” (Giaccaria y Minca, 2010:348).

políticas comunitarias europeas han servido para integrar a los países del Sur de Europa como miembros de pleno derecho de “Occidente” y, a la vez, han situado los límites de la alteridad, en la que anteriormente estaban también incluidos estos países, hacia el Sur, conformando una oposición entre Occidente y el mundo islámico (Giaccaria and Minca, 2010). Así, los autores enumeran algunas cuestiones relacionadas con las representaciones actuales del Mediterráneo, que sugieren la teoría del coche de civilizaciones: “[...] la relación entre el mundo musulmán y la democracia, las cuestiones de género y derechos humanos, las imágenes de retraso económico y corrupción institucional, la explosión demográfica y el impacto de la inmigración irregular entre las dos orillas” (Giaccaria and Minca, 2010:352)⁷.

A modo resumen, como hemos visto, el “Mediterráneo” o mejor dicho, lo que entendemos como tal, ha dado lugar a numerosas concepciones sobre dicho espacio físico: es descrito como una unidad en sí misma, como aquella identidad mediterránea a la que eludía Cassano (1996) cuando habla sobre el carácter y esa forma de hacer típica del territorio en su conjunto y también como un sujeto de estudio desde diversas disciplinas, como la antropología y más recientemente el marketing, que estudian también el Mediterráneo como unidad cultural. El Mediterráneo puede ser visto, por el contrario, como un artificio social carente de significado común, se sitúa aquí la visión de aquellos que no consideran que se pueda hablar del “Mediterráneo” como región o la de los autores decoloniales que sopesan que la narrativa hegemónica sobre el Mediterráneo es un invento de “Occidente” para dibujar un espacio al que se le atribuyen valores contradictorios en función de los intereses políticos y económicos dominantes; a veces, se legitima como una región integrada, y otras tantas, como espacio de otredad, exaltando valores ajenos a la modernidad y el progreso. Todas estas perspectivas y formas de entender el Mediterráneo, al convertirse en acción social mediante la práctica discursiva (Pace, 2006) forman parte del proceso de construcción del Mediterráneo, de su significado, de lo que, como espacio físico y simbólico, es y será.

Actualmente, la noción quizá más extendida sobre el Mediterráneo, por institucionalizada y por emplearse desde los ámbitos de poder, se efectúa en términos de funcionalidad, y es aquella que mira al Mediterráneo como un espacio de actuación con intereses y problemáticas comunes. Ejemplo de ello son las políticas y programas específicos desarrollados en y sobre el territorio que nacen, muchos de ellos, del intento de integración regional entre los países del Mediterráneo por parte de instituciones como la Unión Europea. A continuación, repasamos los diferentes instrumentos de política exterior que han servido a la integración regional y que han orientado las

⁷ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] the relationship between the Muslim world and democracy, to questions of gender and human rights, to images of economic backwardness and institutional corruption, to the demographic explosion and the impact of illegal migration between the two shores.” (Giaccaria and Minca, 2010:352).

políticas internas de los países para, seguidamente, centrarnos en las iniciativas dirigidas a los jóvenes en un ámbito regional. Todo ello con el objetivo de poner en contexto el espacio desde donde la prensa construye unas determinadas representaciones sobre los jóvenes.

1.2 Cronología de una política común: el proceso de integración mediterránea

Desde el comienzo del proceso de integración de Europa que se formalizó con el Tratado de Roma y la creación de Unión Económica Europea (CEE) en 1957, los intentos por considerar el Mediterráneo y los países que integran el territorio un espacio de interés en el curso de la unificación regional han ido en aumento. Al inicio, la disposición hacia el territorio se manifestó a través de diversos acuerdos bilaterales, comerciales principalmente, entre la Comisión Europea y los países árabes del Mediterráneo Sur, en especial con la región del Magreb. Estos acuerdos se adoptaron en el marco de la Política Global Mediterránea (PGM), *Global Mediterranean Policy* en inglés, que se implantó en 1972. Dos años más tarde, en 1974 y por iniciativa árabe se celebró el primer Diálogo Euro-Árabe, *The Euro-Arab Dialogue* en inglés, que reunió a ministros de los países miembros de la CEE y de los países árabes y que duraría hasta 1989. Esta iniciativa buscaba, por parte árabe, que Europa se convirtiera en un interlocutor poderoso frente al conflicto israelí-palestino; por parte europea, se pretendía obtener beneficios económicos del diálogo instaurado, sobre todo, en términos energéticos (Khader, 2013:12). El interés de ambas partes era “[...] transformar la dependencia unilateral en interdependencia” (Munich Gasa, 1989:25).

También en la década de los 80, el ingreso de algunos países europeos del Mediterráneo que estaban fuera al comienzo del proceso, como España, Portugal y Grecia, y el estallido ya en los 90 de la guerra civil en Argelia, reavivó el interés por parte de Europa por las relaciones Euro-Mediterráneas y la necesidad de reorientar las políticas hacia el Mediterráneo. En 1990 la Comisión Europea adoptó la Política Mediterránea Renovada (PMR), *The Renovated Mediterranean Policy* en inglés, que además de seguir los pasos de su predecesora en materia de cooperación económica y financiera, introdujo la práctica de la cooperación descentralizada y abrió la puerta al fomento del diálogo político regional.

Del otro lado, en 1989 Marruecos, Túnez, Argelia y Libia formaron la Unión del Magreb Árabe (UMA), *Maghreb Arab Union* en inglés, como un intento de unificación política y económica entre los países del Magreb en línea con la integración de los países europeos. Un proyecto que las distintas iniciativas euro-mediterráneas que le siguieron trataron de reforzar, aunque sin demasiado éxito. En la práctica, las desavenencias entre Marruecos y Argelia por la cuestión del Sahara occidental y la rivalidad entre los países del Magreb por las relaciones comerciales con la UE han limitado las funciones y objetivos de esta unión de países. Una rivalidad de la que D. Wehbe (2000)

responsabiliza también a Europa en su análisis sobre las relaciones de la Unión Europea con los países de la Unión del Magreb Árabe:

“En estos recelos ha jugado un papel importante Europa, que lejos de interesarse por una Unión Árabe ha incentivado, por razones geoestratégicas, el principio de divide y vencerás, principio que se ha instrumentado por la vía de la fragmentación, penetración y explotación que han imperado en sus relaciones con terceros países menos desarrollados” (D. Wehbe, 2000:11).

Dos de las iniciativas siguientes que debemos tomar en consideración en el camino de fortalecer las relaciones entre países mediterráneos, son el Diálogo 5+5 o Foro del Mediterráneo occidental (*Mediterranean Western Forum*) y el Foro Mediterráneo (*The Med Forum*), ambos foros se estrenaron como reuniones que se celebrarían cada ciertos años a nivel ministerial para fomentar la cooperación entre los países del Norte y Sur del Mediterráneo. A pesar de su carácter más o menos informal sirvieron, sin embargo, como base de discusión de las políticas futuras regionales. El Diálogo 5+5 o el Foro del Mediterráneo Occidental se celebró por primera vez en 1990 en Roma con el objetivo de reforzar las relaciones entre 5 países europeos, España, Italia, Francia, Portugal, y Malta y cinco países del Norte de África y del Magreb, Marruecos, Túnez, Argelia, Libia y Mauritania. Después de las dos primeras conferencias ministeriales en las que se reunieron los ministros de exteriores de los respectivos países, las reuniones dejaron de celebrarse, entre 1992 y 2001 y a excepción de 1995 que sí se celebraron, con motivo de la penalización a Libia por parte de las Naciones Unidas. Tras retomar las reuniones a partir del 2001 y hasta día de hoy, estas conferencias se celebraron por ámbitos, ocupando cada reunión un asunto estratégico a tratar.

Debido a la cancelación temporal en la década de los 90 del Diálogo 5+5 y con la intención de ampliar también las relaciones con la región del Masrek, en 1994 a petición de Francia y Egipto se celebró El Foro Mediterráneo (*The Med Forum*). El Foro Mediterráneo, a pesar de no contar con financiación para llevar a cabo propuestas concretas, permitió durante los años de celebración el encuentro de los ministros de política exterior de diversos países del Sur de Europa y de la región comprendida por los países del Norte de África y Oriente Medio, conocida por sus siglas en inglés MENA, llamados a fomentar el diálogo político y económico entre los países mediterráneos y un acercamiento cultural entre Europa y los países árabes. El Foro Mediterráneo fue perdiendo peso e influencia ante otros instrumentos políticos de la escena Euro-Mediterránea y el último encuentro ministerial tuvo lugar en el año 2006 en Alicante, España.

En el marco de la Unión Europea, en 1995 la celebración de la Conferencia Euro-Mediterránea en Barcelona supuso la apuesta más firme hasta el momento por una política de integración regional a distintos niveles a través de la puesta en marcha de la

Asociación Euro-Mediterránea (AEM), *Euro-Mediterranean Partnership* en inglés o el también llamado Proceso de Barcelona que aglutinó a los países miembros de la UE y los países vecinos en el Mediterráneo. La Asociación Euro-Mediterránea se fundamenta en tres principios fundamentales: el compromiso por un diálogo político que promueva un área común de paz y seguridad, el fomento de un desarrollo económico y social sostenible para la creación de un área de prosperidad compartida y la promoción del entendimiento entre culturas y el acercamiento entre las personas de la región Euro-Mediterránea (Pace, 2006:76-77).

La principal herramienta financiera que la UE puso a disposición para el cumplimiento de estos objetivos fue el programa MEDA que a partir del año 2000 se renovó por el programa MEDA II. Pero el crecimiento económico que se perseguía tras la puesta en marcha de los programas y proyectos derivados de esta asociación no consiguió la estabilidad política en la región y el desencadenamiento de algunos acontecimientos como los atentados del 11S o la guerra de Irak dejaron en entredicho la consistencia del proceso. Como expone Khader (2013) se evidenció, entonces, el verdadero propósito de la integración regional en el Mediterráneo “Quedo más claro que nunca que el Proceso de Barcelona no era para promover reformas en el Sur del Mediterráneo sino para promover “orden” y “estabilidad”” (Khader, 2013:24)⁸. En el plano cultural, la Asociación Euro-Mediterránea motivó la creación de la Fundación Anna Lindh para el Diálogo entre Culturas que mantiene una agenda activa hasta día de hoy como punto de encuentro entre los ciudadanos de ambas orillas. Sin embargo, la invisibilización de la sociedad civil a favor de la clase dominante y la élite social de los países árabes mediterráneos, hasta este punto todavía bajo el mandato de regímenes autoritarios, ha sido otra de las críticas que se han vertido sobre el proceso (Fioramonti, 2012; Behr y Siitonen, 2013).

Durante la maduración del Proceso de Barcelona, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), lanzó en 2001, a través de las comisiones nacionales de la organización, la Iniciativa Diálogo Euro-Árabe, the *Euro-Arab Dialogue Initiative* (EADI) en inglés, como un marco de cooperación e intercambio de experiencias en el área de la educación, la cultura, la ciencia y la comunicación. La iniciativa se ha traducido a lo largo de los años en reuniones técnicas y encuentros celebrados en algunos países miembros. A partir de 2010 los encuentros se han vuelto más frecuentes y a raíz de la Declaración de Viena en 2012, se intensifica la labor de la iniciativa que, en su última actividad conjunta, en 2016 en París, planifica un programa de diálogo Euro-Árabe liderado por personalidades jóvenes.

⁸ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “It became clearer than ever that the Barcelona Process was not to promote reform in the Southern Mediterranean but to promote “order” and “stability”” (Khader, 2013:24).

La Liga de los Estados Árabes o Liga Árabe, creada en 1945 como un bloque regional que reúne los países árabes del Norte de África y Oriente Medio, y su relación con los distintos países mediterráneos e instituciones europeas también han marcado las políticas regionales en el Mediterráneo. Si bien durante el proceso de Barcelona no se le concedió ningún cometido específico a esta organización, a partir de la puesta en marcha de la Asociación Euro-Mediterránea representantes de las dos instituciones comenzaron a asistir como observadores a los encuentros organizados por cada institución. Tras unos años de bloqueo en las relaciones a causa del conflicto de la Liga Árabe con Israel y tras el estallido de las revoluciones en algunos países árabes, el contacto entre la Liga Árabe y la Unión Europea se institucionalizó en 2012 con el propósito de un encuentro regular entre ambas organizaciones. El nuevo diálogo instaurado entre la UE y la Liga Árabe supuso un progreso en comparación con la Asociación Euro-Mediterránea y la Unión por el Mediterráneo, que veremos a continuación, en dos sentidos.

Por un lado, la sensación de cooperación por parte árabe fue superior a la establecida tras el Proceso de Barcelona puesto que la agenda en la relación entre ambas instituciones se marcaba conjuntamente entre la UE y la Liga Árabe (Johansson-Nogues, 2015:300). Uno de los reproches de los países árabes con el Proceso de Barcelona fue precisamente la idea de que el trabajo estaba demasiado enfocado hacia los intereses de la UE y, por tanto, es esta institución la que establecerá la agenda por encima de las necesidades de los países árabes del Mediterráneo Sur. Por otro lado, como explica Johansson-Nogues (2015:300-301) el vínculo UE y Liga Árabe permite fijar propósitos a más largo plazo que otras iniciativas políticas Euro-Mediterráneas que están limitadas a proyectos con una finalidad y temporalidad concreta. Sin embargo, la misma autora también apunta a que el diálogo político entre ambas instituciones está condicionado actualmente por el recelo de algunos países árabes hacia la injerencia en sus políticas internas y los constantes cambios de posición de la UE ante la promoción de la democracia y los derechos humanos en el territorio.

En el marco de la política exterior de la Unión Europea, uno de los proyectos políticos de cooperación más recientes y que más afectan las relaciones de los países de la región mediterránea es la Política Europea de Vecindad (PEV), *European Neighbourhood Policy* en inglés. Con motivo de la ampliación de la UE hacia el Este de Europa y con la intención de reforzar las alianzas con los países del Norte de África y Oriente Medio que se establecieron tras el Proceso de Barcelona, la UE desarrolló en 2003 la Política Europea de Vecindad. Una política que buscaba un acercamiento fundamentado en valores democráticos y de respeto a los derechos humanos entre los países vecinos de Europa del Este y los países Mediterráneos no comunitarios a través, principalmente, de planes de acción bilaterales entre la Unión y cada país socio con la intención de reformar cuestiones en materia económica, social, política y cultural en el país vecino y que permitiera reafirmar una zona de prosperidad y seguridad dentro y cerca de las

fronteras con la UE. Para ello, se pusieron a disposición varios instrumentos y programas específicos de financiación, entre ellos, el más destacado, el Instrumento Europeo de Vecindad y Asociación (*European Neighbourhood and Partnership Instrument*) y que más tarde se renovó por el Instrumento Europeo de Vecindad (*European Neighbourhood Instrument*). La Política Europea de Vecindad sufrió una importante transformación en el año 2011, tras el estallido de las revoluciones en algunos países del Norte de África y Oriente Medio.

El levantamiento de algunas sociedades árabes contra el poder establecido en sus respectivos países fue, para algunos autores (Rupnik, 2014; Guinea, 2015), un ejemplo más de las políticas fallidas de la Unión Europea sobre el territorio, que priorizaron la seguridad de la Unión, ante el desafío del terrorismo o el control de los movimientos migratorios, en detrimento de la promoción de la democracia y la prosperidad en estos países. Las reformas del 2011 en la Política Europea de Vecindad fueron encaminadas a prestar más financiación y ofrecer más acuerdos comerciales y de movilidad a aquellos países vecinos que presentaran mayores esfuerzos en el camino hacia la democratización y el respeto a los derechos humanos. En 2015 la PEV sufrió una nueva revisión, pero lejos del fomento de los valores democráticos que perseguía la reforma acaecida en 2011, la nueva reforma vuelve a situarse en la línea de las políticas anteriores al 2011 y pone el punto de mira en el fortalecimiento de la seguridad a través de acuerdos comerciales que favorezcan los intereses particulares de algunos países miembros de la UE. Como afirma Schumacher (2017), la revisión comporta “[...] un paso atrás en la promoción democrática” y que el desenlace de la nueva política “sea más transaccional” y “centrada en determinados sectores empresariales, como el del contraterrorismo, que contribuyan a la estabilidad y a la seguridad”.⁹

Además de la Política Europea de Vecindad que tiene como uno de sus campos de actuación los países vecinos de la región mediterránea, en el marco en concreto de la integración territorial iniciada en firme por la Asociación Euro-Mediterránea, nace en 2008, a petición de Francia, la Unión por el Mediterráneo (UpM) (*Unión for the Mediterranean*). La UpM se conforma como una institución intergubernamental formada por los estados participantes y la UE que difiere de la AEM y la PEV, además de por su estructura organizativa, fundamentalmente, por la modalidad de sus acciones y su financiación. Por un lado, su trabajo está encaminado a la consecución de proyectos concretos en seis áreas estratégicas: desarrollo económico, educación superior e investigación, transporte y urbanismo, desarrollo social y civil, el tratamiento del agua y el medio ambiente y la energía y el cambio climático. Por tanto, la UpM apuesta por una

⁹ Declaraciones extraídas de la conferencia que impartió Tobias Schumacher, director de la cátedra sobre Política Europea de Vecindad en el College of Europe (Polonia), el 23 de febrero de 2017 en el Instituto Europeo de la Mediterránea (IEMed). Es posible consultar el vídeo de la conferencia a través del siguiente enlace: <http://www.iemed.org/actualitat-es/noticies/la-revisio-de-la-politica-europea-de-veinatge-un-pas-enrere-en-la-promocio-democratica>

mayor concentración en sus actividades a través de proyectos específicos que los múltiples programas desarrollados anteriormente en el marco de la AEM o los acuerdos bilaterales de la PEV. Por otro lado, la UpM abre la puerta a fondos privados para la financiación de sus proyectos por lo que no va a depender exclusivamente de la UE o la colaboración de los gobiernos de los países miembros para la obtención de capital. Sin embargo, el hecho de no disponer de un fondo regular de financiación propia hace de la UpM una institución vulnerable ante las crisis económicas y las dificultades de captación de fondos privados. Desde una lectura regionalista, la visión de integración mediterránea con la que inicialmente se lanzó el proyecto y las aspiraciones políticas, a favor la democracia y los derechos humanos, se han desdibujado por una óptica funcionalista y de cooperación localizada a través del desarrollo de planes concretos (Khader, 2013; Bicchi, 2011; Driss, 2009).

En síntesis, cada uno de los proyectos políticos que hemos expuesto en este apartado ha contribuido, en mayor o menor medida, al fomento de las relaciones entre países mediterráneos de ambas orillas bajo la idea de que el Mediterráneo es un área estratégica que responde a intereses comunes. Algunos de ellos, como la PGM o el Proceso de Asociación Euro-Mediterránea iniciado tras la Conferencia de Barcelona, han ido claramente encaminados a la construcción regional y, otros, como los acuerdos bilaterales que promueve la PEV, se han centrado en espacios geográficos y áreas de trabajo delimitadas dejando en un segundo plano la integración del territorio. A pesar de que los resultados efectivos de la mayor parte de estas iniciativas no han logrado alcanzar las expectativas de unificación detrás de su elaboración, debido a la pluralidad y fragmentación del territorio y el conflicto entre intereses opuestos, todos y cada uno han ayudado a configurar el discurso sobre el Mediterráneo y, por ende, el statu quo de la región y de las distintas realidades que la componen.

En el siguiente infográfico se resumen las políticas y organismos que a través de su creación y labor han conformado la cooperación e integración regional.



Línea de tiempo de las iniciativas políticas en torno a las relaciones euromediterráneas

Figura 1.1¹⁰. Fuente: elaboración propia. Diseño a partir de modelo obtenido del banco de imágenes y vectores Freepik.com

¹⁰ Las figuras, tablas y gráficos que aparecen a lo largo del trabajo se enumerarán en base al siguiente criterio: el primer número corresponde al capítulo donde aparece y el segundo número hace referencia al orden de aparición en el capítulo, atendiendo a una enumeración propia en función de si es una figura, una tabla o un gráfico.

En cuanto a la juventud como ámbito de actuación concreto durante el proceso de integración mediterránea, ya el Tratado de Roma contemplaba, desde el plano educativo y de formación, la promoción de intercambios entre los jóvenes como parte de la cooperación entre los estados miembros en materia de calidad educativa (Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea, 1957, Art. 126 y 127). Posteriormente, los acuerdos, en gran parte comerciales, que sucedieron las políticas de cooperación entre países mediterráneos, no consideraron por completo la dimensión de la juventud hasta que la Asociación Euro-Mediterránea incluyó entre sus tres ámbitos de actuación prioritaria la cooperación social, cultural y humana, diseñando dentro de esta línea programas específicos dirigidos a los jóvenes de la región. También la PEV menciona desde su creación a los jóvenes como una de las prioridades en la ayuda que la UE establece con los países vecinos alentado el contacto entre los jóvenes mediante intercambios educativos. El reglamento actual por el que se concibe el Instrumento Europeo de Vecindad sostiene que a nivel bilateral la UE promocionará el “desarrollo de los sectores sociales, en particular de cara a la juventud, centrándose en la justicia y la cohesión social y el empleo” y a nivel multilateral promoverá la “educación superior y desarrollo de competencias, movilidad de los estudiantes y del personal docente, juventud y cultura” (Reglamento (UE) Nº 232/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, 2014:40). El programa de Acción Anual de 2016 de la Comisión Europea, específica, además, el desarrollo de un programa concreto llevado a cabo a través del Instrumento Europeo de Vecindad para empoderar a los hombres y mujeres jóvenes en la Vecindad Sur, cuyo objetivo es que los jóvenes adquieran un rol visible en los retos sociales en asociación con otros jóvenes al Norte y Sur del Mediterráneo, promover su compromiso con los asuntos públicos e impulsar su participación política (Commission implementing decision of the Annual Action Programme 2016, 2016) . Por su parte, la UpM incluye entre sus tres estrategias temáticas el empleo juvenil para un crecimiento inclusivo y entre sus seis áreas prioritarias de trabajo la educación superior y la investigación a través de la que refuerza y coordina la educación superior en la región y la movilidad de los jóvenes.

En el marco de estas políticas públicas mediterráneas y más allá, repasamos a continuación los principales programas, proyectos y actividades concretas que intervienen en el campo de la juventud y que se desarrollan a nivel de la región mediterránea.

1.2.1 Iniciativas dirigidas a los jóvenes desde un contexto regional

Existen diversas acciones que, desde distintos ámbitos, el institucional, de la sociedad civil y desde la investigación, se centran en la juventud y en los jóvenes desde un contexto regional mediterráneo, en cada caso más o menos amplio, que abarca múltiples países del territorio. Mencionaremos las principales características de las iniciativas más relevantes para observar el foco de interés y las necesidades y preocupaciones en torno a los jóvenes de la región desde una perspectiva institucional,

la liderada por los propios jóvenes y la de los investigadores en el campo de la juventud. Para la elaboración del listado de iniciativas que se presentan a continuación se han tenido en cuenta aquellos programas que abarquen múltiples países del Mediterráneo, ya sean europeos o del conjunto de los países árabes mediterráneos, pero, sobre todo, destacan las iniciativas cuyo campo de actuación comprenda ambas orillas del Mediterráneo. Sin la pretensión de conjugar aquí un directorio de todas las acciones que se producen en el ámbito de la juventud en la región mediterránea, sí se quiere dar cuenta de aquellos proyectos de mayor actividad, alcance y repercusión que abarquen múltiples países del territorio y que estén activos actualmente o hayan concluido recientemente.

Proyectos promovidos por instituciones gubernamentales u organismos públicos

- Networks of Mediterranean Youth (NET-MED Youth): nace como un proyecto de la UNESCO y financiado por la UE con una duración de tres años, del 2014 al 2017, y una financiación de cercana a los 9 millones de euros. Su principal objetivo es trasladar las prioridades de los jóvenes a la toma de decisiones políticas a nivel nacional en 10 países del Mediterráneo Sur (Marruecos, Argelia, Túnez, Libia, Egipto, Jordania, Líbano, Palestina, Siria e Israel) a través del fomento de las capacidades de los jóvenes en estos países y el empoderamiento de las organizaciones juveniles. Lo destacamos en primer lugar ya que entre las tres áreas en las que se centra el proyecto se encuentra el trabajo de los medios de comunicación y el rol que pueden desempeñar en la visibilidad de las aspiraciones de los jóvenes y, por tanto, en el logro del principal objetivo del proyecto. En el marco de esta iniciativa, se monitorea la representación de los jóvenes en los medios, se recogen las percepciones de los jóvenes en torno a los medios y se promueven unos medios de comunicación más inclusivos y el desarrollo de las propias capacidades de los jóvenes para generar contenido. Además de en esta línea, el programa trabaja también en mejorar las políticas públicas juveniles y las oportunidades de empleo entre los jóvenes.

En base a las notas de prensa publicadas en la página web del proyecto (<http://www.netmedyouth.org>) entre las acciones concretas llevadas a cabo se encuentran talleres formativos para jóvenes y organizaciones juveniles, de periodismo de investigación y periodismo de datos, sobre derechos humanos, cine o género, exposiciones fotográficas y de tiras cómicas y caricaturas, encuentros entre instituciones juveniles miembros de la red y con el servicio diplomático de la UE; el desarrollo de la iniciativa “Youth on screen” que facilita el encuentro entre las organizaciones de jóvenes y los medios públicos, campamentos de verano sobre alfabetización mediática en Gaza, la creación de la primera Coalición de la Juventud en Jordania, participación en foros regionales sobre los medios; campañas de comunicación y la creación de una emisora de radio, entre otras actividades.

- EuroMed Youth Programme: programa de cooperación lanzado por la Comisión Europea en 1998 bajo el paraguas de las políticas de la Asociación Euro-Mediterránea y su capítulo de cooperación social, cultural y humana. El programa ha tenido cuatro fases durante los diferentes periodos temporales y diferentes países de intervención. El objetivo en todas las etapas ha sido promover el diálogo y participación de los jóvenes de la región Euro-Mediterránea a través de tres tipos de acciones: intercambios, servicios de voluntariado y medidas de apoyo.

Las diferentes fases del programa han facilitado la consecución de actividades formativas para jóvenes del territorio, programas de voluntariado, publicaciones sobre el estado de los jóvenes, la educación y de las políticas juveniles en el territorio y la creación de un centro de recursos y buenas prácticas, SALTO-YOUTH EuroMed Resource Centre, para coordinar el programa. El centro forma parte de la red SALTO-Youth que aglutina ocho centros de recursos que trabajan en áreas prioritarias para Europa en el campo de la juventud.

- Generation What?: proyecto lanzado en 2016 por la Unión Europea de Radiodifusión (UER) con financiación de la Comisión Europea que a través de los canales nacionales de radio televisión pública pone en marcha un cuestionario en línea dirigido a jóvenes de entre 18 y 34 años para poder obtener después conclusiones acerca de las circunstancias y perspectivas de los jóvenes en cada país. La iniciativa y sus resultados se difunden a través de campañas de comunicación retransmitidas por cada ente público. El proyecto, implementado inicialmente en países europeos, ha ampliado recientemente sus horizontes a 8 países árabes en colaboración con la Conferencia Permanente del Audiovisual Mediterráneo (COPEAM), entre otras entidades.

Cerca de un millón de jóvenes han participado en la encuesta europea cuyo objetivo es identificar los principales factores que influyen en el optimismo de los jóvenes. La encuesta está en fase de implementación para los países árabes en el momento de escribir estas líneas.

- 2521 project: iniciativa que busca contribuir en la integración regional del Magreb a través de la movilidad entre los jóvenes de la región y que cuenta con financiación de la UE para los años 2015-2017 y un presupuesto de 800.000€. Los tres ejes fundamentales del proyecto son favorecer la movilidad académica, el emprendimiento social y los intercambios culturales.

En el marco del proyecto se ha creado la radio asociativa independiente Zina, la red Lab of Arts para conectar a artistas magrebíes y un concurso que premia

iniciativas pacifistas en la región, además de la organización de mesas redondas sobre la integración y la cultura magrebí.

- Euro-Mediterranean Initiative for the Promotion of Young Employment: proyecto financiado por el Instrumento europeo de vecindad y asociación de la PEV que promueve el intercambio de experiencias entre jóvenes de entre 18 y 35 años gracias a periodos de trabajo en pequeñas y medianas empresas en otros países de la UE y 10 países del Mediterráneo Sur y que cuenta con un presupuesto global de 1,5 millones de euros.

Del programa han derivado otros proyectos como Euro Mediterranean Young Entrepreneurs, liderado por las Cámaras de Comercio de Italia, Túnez, Marruecos y Libia, que ofrece a jóvenes profesionales un recorrido formativo y orientación para implementar un negocio o empresa en el territorio y a empresas locales la oportunidad de contar con el trabajo de jóvenes trabajadores. Otra de las iniciativas financiadas por el programa es Seed EuroMed, un proyecto de intercambio de conocimiento entre jóvenes con una idea de negocio y empresas de carácter social de algún país miembro de la UE, Marruecos, Argelia o Túnez.

- Young Peacebuilders in Middle East and North Africa: la Alianza de Civilizaciones de la ONU lanza en 2017 este programa que ofrece a 20 jóvenes de Oriente Medio y el Norte de África, afiliados a organizaciones juveniles, vivir una experiencia de diálogo intercultural y construcción de paz por medio de actividades online y presenciales que permitan a cada participante ejecutar planes de acción individuales para combatir, por un lado, estereotipos y prejuicios y, por otro, promocionar la inclusión y el fomento de la paz en sus comunidades y a nivel global.
- Young Arab Voices, Young Mediterranean Voices y Young Med Voices Plus: como parte de la colaboración entre el British Council, institución cultural pública del Reino Unido, y la Fundación Anna Lindh, nace en 2011 Young Arab Voices, un proyecto regional entre países árabes financiado por la Unión Europea y el gobierno británico bajo la Iniciativa de Asociación Árabe, *Arab Partnership Initiative* en inglés. Se implementa en 6 países del Norte de África y Oriente Medio (Marruecos, Túnez, Libia, Argelia, Egipto y Jordania), con la finalidad de proporcionar herramientas y espacios de discusión a los jóvenes árabes. Su principal actividad se centra en organizar un programa de debates sobre diferentes asuntos de interés para los jóvenes donde participan asociaciones de la sociedad civil y otras instituciones. Se contabilizan hasta 33 debates organizados en los diferentes países árabes participantes donde se discuten cuestiones relacionadas con la democracia, la religión, los derechos humanos, el desempleo o la violencia, entre otros aspectos.

Debido al éxito cosechado por el programa Young Arab Voices, el Consejo de Europa a través del mencionado programa de acción anual 2016 y financiado por el Instrumento Europeo de Vecindad pone en marcha Young Mediterranean Voices, un proyecto de similares características que su precedente árabe, pero incluyendo a Europa, además de la región MENA, entre los países de actuación que abarca el proyecto. Con la misma filosofía de favorecer las capacidades y oportunidades de los jóvenes para responder a los retos que les rodean, el programa pone también en valor el papel de los jóvenes en la configuración de las narrativas mediáticas. Así, el propósito general del proyecto es:

“Empoderar a las voces jóvenes para que fomenten una cultura de diálogo, den forma a los asuntos públicos y los discursos de los medios, y creen un entendimiento compartido con sus iguales de todo el Mediterráneo sobre cómo abordar las cuestiones de interés común para sus comunidades”¹¹.

A la iniciativa se suman, desde su inicio, la Fundación Anna Lindh, el British Council, el gobierno de Finlandia, el Centro de Integración Mediterránea, *Mediterranean Integration Center* en inglés, y el Banco Mundial y, posteriormente, se han ido sumando otros actores como el *think tank* Friends of Europe o la red social Facebook. En marzo de 2017 con motivo de un encuentro entre jóvenes y la alta representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad, Federica Mogherini, se anunció la puesta en marcha de Young Med Voices Plus, un grupo de trabajo alternativo al programa Young Mediterranean Voices y enfocado a entablar un diálogo diplomático con las diferentes organismos de la UE que permita a los jóvenes influir en el diseño de las políticas de la Unión.

- Youth Co-operation programme: es el programa de cooperación específico en el campo de la juventud del Consejo de Europa e implementado por el North-South Centre, un organismo del Consejo encargado de divulgar los valores de esta institución globalmente y propiciar un diálogo Norte-Sur. En lo que respecta a los jóvenes, su programa de cooperación juvenil posee tres dimensiones: una red de universidades sobre jóvenes y ciudadanía global, un programa de colaboración entre el Consejo de Europa y la UE, *The EU - CoE youth partnership en inglés*, y una dimensión Euro-Árabe y Mediterránea.

¹¹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original publicado en la página web del programa Young Mediterranean Voices (<http://youngmedvoices.org/>): “Empower young voices to enhance a culture of dialogue, shape public affairs and media discourses, and create a shared understanding with peers across the Mediterranean on how to address issues of common concern to their communities”.

Las actividades del programa incluyen acciones educativas y de sensibilización para fortalecer una participación estructurada de los jóvenes en los procesos democráticos. En la misma línea, desde 2013 se organiza la Universidad Mediterránea sobre jóvenes y ciudadanía global (MedUni), Mediterranean University on Youth and Global Citizenship en inglés, que congrega cada año a representantes de organizaciones y movimientos juveniles de la región Euro-Mediterránea para formarse en cuestiones relacionadas con la participación de los jóvenes en la toma de decisiones y elaboración de las políticas públicas en sus respectivos países y a nivel regional. Por otra parte, del acuerdo de colaboración entre el Consejo de Europa y la UE, nace, para el periodo de 2016 y hasta 2019, el programa conjunto iLegend con la intención de incluir en la educación formal una educación sobre desarrollo global que, a través de la implicación de profesores y jóvenes trabajadores en diversos encuentros y actividades formativas, genere en los participantes y su entorno una conciencia sobre la interdependencia de las sociedades globales. Además del mencionado proyecto, el acuerdo entre ambas instituciones contempla también un panel de expertos europeos investigadores en políticas de juventud, Pool of European Youth Researchers (PEYR), y una serie de actividades para favorecer el trabajo juvenil y el aprendizaje no formal.

- Young Political Leaders Programme: se trata de una iniciativa promovida por el Parlamento Europeo que busca impulsar el dialogo y el entendimiento mutuo entre futuros líderes y políticos fuera de la UE y conectarlos, a su vez, con esta institución europea para generar un entorno de paz y confianza a largo término. El programa consiste en encuentros regionales entre jóvenes políticos o activistas organizados puntualmente para discutir las políticas públicas sobre los jóvenes y cuestiones que afectan a cada país o región. El programa anual del 2017 menciona la región del Magreb, especialmente Túnez, y Oriente Medio como zonas prioritarias de actuación del programa. Por el momento, en el marco de esta iniciativa, se han celebrado dos encuentros entre la EU y la región del Magreb, Forum Jeunes Leaders de 2014 y Young Political Leaders Maghreb en 2016, y otros dos foros con participantes de Oriente Medio en 2014 y 2015, además de un evento del programa en Bruselas en mayo de 2017 con asistentes de la región MENA y donde se fraguó el programa Young Med Voices Plus, nombrado anteriormente.
- Mediterranean Initiative for Jobs (Med4Jobs): la UpM desarrolla en 2013 esta iniciativa que pretende mejorar la empleabilidad de jóvenes y mujeres y potenciar el sector privado y la cultura de empresa al Sur y Este de la región mediterránea. De la iniciativa han surgido 12 proyectos encaminados a disminuir

la brecha entre la formación y las necesidades del mercado laboral e influir así positivamente en las oportunidades de empleo de los jóvenes, haciendo especial hincapié en la situación de las mujeres jóvenes.

Los proyectos concretos desarrollados bajo la iniciativa consisten en la creación de la Universidad Euro-Mediterránea de Fez, para formar a jóvenes estudiantes que puedan favorecer la integración Euro-Mediterránea y la cooperación entre ambas orillas de la región; acciones formativas y de mentoría a distintos niveles educativos para la creación de empresas emergentes (Generation Entrepreneur, Maharat Med y The Mediterranean Entrepreneurship Network), una red regional que aglutine centros de orientación e integración profesional (New Chance Mediterranean Network); becas de movilidad para la realización de prácticas en empresas de países mediterráneos (HOMERe); la celebración de encuentros para debatir sobre los factores de éxito de los servicios de empleo para gente joven (YouMatch – Toolbox project); el establecimiento de una plataforma regional para el desarrollo de las empresas creativas y culturales en el Sur del Mediterráneo y, finalmente, cuatro proyectos destinados a potenciar las competencias y las oportunidades de empleo de mujeres jóvenes en el Mediterráneo Sur (Young Women as Job Creators, Ceed Grow, Promoting women empowerment for inclusive and sustainable industrial development in the MENA región y Skills for Success).

- King Abdullah II Award for Youth Innovation and Achievement (Kaayia): entrega de premios bienal celebrada por primera vez en 2009 por iniciativa del rey Abdullah II de Jordania para premiar a jóvenes árabes, de 18 a 30 años, que hayan liderado proyectos innovadores en respuesta a los desafíos económicos, sociales y medioambientales de la región árabe. El proyecto pretende subrayar el cambio social promovido por los jóvenes y fortalecer el rol que desempeñan como ciudadanos activos. Al ganador se le otorga un premio monetario para continuar desarrollando su proyecto y todos los finalistas reciben un curso de formación y capacitación. Por el momento, se han celebrado 4 ediciones del concurso, la última en 2015. Siguiendo la temporalidad del proyecto, debería de haberse realizado de nuevo el concurso en 2017, pero no se han encontrado indicios de la celebración de una nueva edición.
- Euro-Arab Youth Forum: encuentro entre jóvenes europeos y árabes y representantes de asociaciones juveniles que tiene lugar cada dos años desde 2008 promovido por la Liga de los Estados Árabes y el Foro Europeo de la Juventud. El foro es una herramienta más para fomentar la cooperación Euro-Árabe en el marco del diálogo intercultural y el compromiso por los derechos humanos universales e involucrar a los jóvenes en el desarrollo de una agenda

de diálogo entre ambos territorios. Se han realizado 6 ediciones del foro hasta la fecha, cada una de ellas celebrada en un país de la región donde se calcula que han participado en total alrededor de 80 jóvenes árabes y europeos.

- Euro-Mediterranean University of Slovenia (EMUNI): universidad fundada en 2008 por instituciones universitarias de Eslovenia (University of Maribor), Israel (University of Haifa), Túnez (Université de Sousse) e Italia (Università degli Studi di Urbino Carlo Bo) en el marco de la Unión por el Mediterráneo (UpM). En esta universidad se llevan a cabo estudios de postgrado, conferencias y programas de estudio de diversa índole con relación a los objetivos y las áreas prioritarias establecidas por la UpM y que hemos mencionado con anterioridad.

Acciones de la sociedad civil

- European Youth Forum: es la plataforma europea que agrupa tanto a consejos nacionales de juventud como a organizaciones internacionales juveniles de toda Europa. Sus tres objetivos fundamentales son reforzar las organizaciones juveniles, aumentar la autonomía e inclusión de los jóvenes y favorecer su participación. Para ello, entre sus principales reclamos se encuentran abogar por una mayor flexibilidad en la movilidad de los jóvenes, apostar por la calidad en la educación formal, informal, en las prácticas formativas y el empleo juvenil, introducir en el debate público la disminución de la edad de votación a los 16 o velar por el reconocimiento del trabajo de los jóvenes y el voluntariado. Colabora en diversas actividades con organizaciones juveniles de otras regiones. En el caso de la región árabe, participa en la organización del Foro Juvenil Euro-Árabe citado de antemano.
- Euro-Mediterranean Youth Association (EUROMEDIST): aunque no se le conocen proyectos activos a partir de 2014, desde su creación en 2006 por un grupo de estudiantes universitarios turcos, esta organización ha participado en 36 proyectos con jóvenes en la región Euro-Mediterránea. Proyectos de intercambio, cursos de formación, seminarios etc. que abarcan desde el crecimiento personal de los jóvenes hasta el diálogo intercultural e interreligioso y los derechos humanos.
- Young European Leadership (YEL): esta organización no partidista y sin ánimo de lucro trabaja para promover la capacitación y visibilidad de futuros líderes europeos y de fuera del continente que tengan especial interés en las políticas de la Unión. Además de su participación en conferencias internacionales, entre sus actividades, destaca el Young European Council, un encuentro anual premiado en 2016 por el Parlamento Europeo por su apuesta por la integración

europea, y que cada año congrega a jóvenes delegados de toda Europa para discutir junto con representantes de las instituciones europeas las políticas y cuestiones que afectan a Europa desde la perspectiva de los jóvenes.

- Youth Mediterranean Dialogue: promovido desde 2015 por el Consejo Atlántico Juvenil Español, una organización juvenil española que forma parte de la Asociación del Tratado del Atlántico (ATA), *The Atlantic Treaty Association* en inglés, una institución, a su vez, relacionada con la Organización del Tratado Atlántico Norte (OTAN) pero independiente de esta. En el ámbito de la juventud mediterránea, el Consejo Juvenil Español de la ATA, establece este encuentro anual donde se dan cita jóvenes de diversos países del Mediterráneo para discutir el rol de la OTAN y asuntos en materia de seguridad, defensa y paz y estabilidad en la región.

Desde la academia y la investigación

- Power2youth: desde 2014 hasta el 2017 un consorcio formado por 14 instituciones académicas investiga sobre las dinámicas de exclusión y de cambio social liderado por jóvenes en 6 países del Sudeste Mediterráneo (Marruecos, Túnez, Egipto, El Líbano, Los Territorios Palestinos Ocupados y Turquía) en un proyecto financiado por el séptimo Programa Marco de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación de la Unión Europea. Con la intención de establecer una comparativa entre los casos de estudio de cada país árabe participante y otras experiencias fuera de la región, se estudian también las transformaciones lideradas por jóvenes ocurridas en Irlanda, Grecia y Brasil. El proyecto ha derivado en una serie de publicaciones sobre las causas de la exclusión juvenil y el papel de los jóvenes ante el desafío de las diferentes formas de poder.
- SAHWA: proyecto también financiado por el séptimo Programa Marco de la UE para el periodo comprendido entre el 2014 y 2016 y desarrollado por 15 centros de investigación y universidades árabes y europeas. El proyecto, cuyo título completo es "Investigando a los Jóvenes Árabes Mediterráneos: Hacia un Nuevo Contrato Social", pone de manifiesto las circunstancias y expectativas de los jóvenes de cinco países árabes mediterráneos (Argelia, Túnez, Marruecos, Egipto y el Líbano) a través de trabajo de campo etnográfico y una encuesta en la que participan alrededor de 10.000 jóvenes. Los principales ejes temáticos que se incluyen en ambas herramientas metodológicas son las oportunidades y participación de los jóvenes, la cultura juvenil, el género, la movilidad, el efecto de las transformaciones sociales y la relevancia de las políticas públicas y la cooperación internacional para los jóvenes árabes.

- Arab Youth Survey: con la misma finalidad que el proyecto anterior, la de conocer las aspiraciones de los jóvenes árabes, pero con una frecuencia anual y una cobertura de 3.500 entrevistas cara a cara con jóvenes de 16 países árabes. Esta encuesta regional es desarrollada por ASDA'A Burson-Marsteller, una consultora que trabaja principalmente en Oriente Medio. Las entrevistas buscan conocer la opinión de los jóvenes tanto del contexto político y social como sus expectativas en el plano personal e incluyen interrogantes sobre el desempleo, asuntos exteriores, sobre sus actitudes hacia la lengua árabe o sus hábitos de consumo mediático, entre otras cuestiones.
- Otros proyectos europeos financiados por el séptimo Programa Marco de la UE: el séptimo Programa Marco de la Unión Europea ha sido el principal programa de financiación de la Unión para la investigación y la innovación durante el periodo 2007-2013. Actualmente, todavía hay algunos proyectos activos o finalizados recientemente en el campo de la juventud que comprenden distintos países europeos mediterráneos y que son, generalmente, liderados por universidades o centros de investigación. Distinguimos Citispyce, proyecto de investigación sobre las experiencias de vida de jóvenes en contextos desfavorecidos en 10 países de la UE; MYPLACE, que explora como las corrientes políticas y sociales pasadas en Europa afectan la participación actual de los jóvenes; el proyecto Style y el proyecto Cupesse, sobre las causas y consecuencias del desempleo juvenil y los factores que lo propician en diversos países de Europa o, finalmente, el proyecto Inspires, que examina, a través del análisis de bases de datos a grande escala, el impacto positivo de la innovación en el mercado laboral y en las políticas sociales y de empleo en Europa.
- Otros proyectos europeos financiados por el programa Horizonte 2020: desde el 2014 y hasta el año 2020 el programa Horizonte 2020 se constituye como la mayor herramienta de la UE en la financiación de programas de investigación e innovación. Al igual que su predecesor, el programa Marco, financia algunos proyectos relevantes que tienen como objeto principal el estudio de los jóvenes desde diversas disciplinas. Entre ellos, destacamos el programa Move y YMOBILITY, que pretenden generar conocimiento acerca de la movilidad de los jóvenes en Europa y destacar los factores positivos de dicha movilidad para el crecimiento personal de los jóvenes y el desarrollo socio-económico; Partispace, que estudia la participación formal y no-formal de los jóvenes en sus comunidades y sobre los temas que les conciernen; los proyectos Except y Negotiate, sobre la situación de los jóvenes respecto al mercado laboral y los riesgos de exclusión social derivados de la inseguridad laboral y la precariedad; Catch EyoU, proyecto que trata de distinguir los diferentes niveles que influyen el compromiso activo de los jóvenes en Europa y con las autoridades

públicas; Step4youth; que pretende promover la participación social y política de los jóvenes europeos en la toma de decisiones sobre asuntos medioambientales y, por último, Young Adults, que analiza las políticas de aprendizaje permanente, *lifelong learning policies* (LLL) en inglés, para los jóvenes adultos en Europa.

En la siguiente tabla se indican todos los proyectos mencionados anteriormente en función del ámbito regional de actuación, temático y fundacional de cada iniciativa:

Tabla 1.1. Programas y proyectos supranacionales y de ámbito mediterráneo relacionados con la juventud y clasificados por ámbito regional y temática. Fuente: elaboración propia.

Ámbito regional						Proyectos	Ámbito temático												
Región Euro-Mediterránea	Países europeos y árabes	Países árabes del Mediterráneo Sur	Europa	Países árabes	Magreb		Empleo y formación	Políticas públicas	Intercambios	Voluntariado	Condiciones y expectativas juveniles	Liderazgo	Medios de comunicación	Diálogo intercultural	Movilidad	Exclusión	Proyectos innovadores	Participación	
						NET-MED Youth													
						EuroMed Youth Programme													
						Generation What?													
						2521 project													
						Euro-Mediterranean Initiative for the Promotion of Young Employment													
						Young Peacebuilders in Middle East and North Africa													
						Young Arab Voices, Young Mediterranean Voices y Young Med Voices Plus													
						Youth Co-operation programme													
						Young Political Leaders Programme													
						Med4Jobs													
						Kaayia													
						Euro-Arab Youth Forum													
						European Youth Forum													
						EUROMEDIST													
						YEL													
						Youth Mediterranean Dialogue													
						Power2youth													
						SAHWA													
						Arab Youth Survey													
						Citispce													
						MYPLACE													
						Style													
						Cupesse													
						Inspires													
						Move													
						YMOBILITY													
						Partispace													
						Except													
						Negotiate													
						Catch Eyou													
						Step4youth													
						Young Adult													

INSTITUCIONALES

SOCIAD CIVIL

INVESTIGACIÓN

Revisadas las principales acciones en materia de juventud o dirigidas a jóvenes promovidas desde un contexto regional mediterráneo (o que involucran a diversos países árabes mediterráneos o europeos mediterráneos), podemos deducir que existe una amplia voluntad política, basada en los principios constituyentes de las políticas regionales, y también un interés desde el ámbito de la sociedad civil y desde la investigación por tratar aspectos relevantes en la vida de los jóvenes y trabajar, además, desde una óptica regional que incluya la lógica de integración y de diálogo entre países y regiones y la necesidad de realizar estudios comparativos entre países de una misma región. Aunque son más numerosos los proyectos que optan por delimitar su campo de actuación a países exclusivamente europeos o árabes, la disposición por aunar ambas riberas del Mediterráneo en proyectos conjuntos resulta evidente como hemos visto gracias a proyectos, desde el plano institucional, como EuroMed Youth Programme, la iniciativa Euro-Mediterránea para la promoción del empleo juvenil o el programa Young Mediterranean Voices, o acciones como el Youth Mediterranean Dialogue, desde el entorno de la sociedad civil. Por otra parte, la presencia de instituciones europeas y su financiación de proyectos juveniles en la región árabe mediterránea, véase Young Arab Voices o Power2youth, da muestra de la implicación por parte europea por la evolución y devenir de los jóvenes de estos países. Respecto a las líneas de actuación priorizadas por este tipo de acciones, existe, como hemos visto, una amplia diversidad de ámbitos de actuación desde los que se trabaja con, por y para los jóvenes. Las acciones dirigidas a fomentar el empleo y la formación son las iniciativas más destacadas desde los tres principales ámbitos fundacionales: institucional, sociedad civil e investigación. La promoción del diálogo intercultural y de la participación son otros campos de trabajo priorizados por las iniciativas.

Tomando en consideración la tipología de las políticas juveniles desarrollada por Wallace y Bendit (2009) en el intento de clasificar las distintas políticas nacionales juveniles en Europa, podríamos concluir que la imagen dominante de la juventud que proyectan las acciones promovidas por las instituciones públicas en el ámbito mediterráneo, tanto a través de sus propios organismos como por medio de la financiación de proyectos de investigación, es una imagen de doble vertiente. Por un lado, se proyecta la imagen del joven como problema en el caso de las iniciativas que buscan paliar el desempleo juvenil o la exclusión de los jóvenes. Por otro lado, el joven es igualmente considerado un recurso, como manifiestan los proyectos que trabajan sobre el liderazgo, la participación de los jóvenes o el voluntariado. Sobre este tipo de acciones regionales del tipo “participación” o “diálogo”, Wallace y Bendit (2009), refiriéndose al ámbito europeo, sugieren que la ambigüedad e idealización que desprenden estos proyectos se debe al intento de evitar interferir en las políticas nacionales y podrían ser una muestra de la falta de relevancia de las políticas de juventud nacionales en muchos países:

“[...] promocionando ideales vagos pero positivos como ‘participación’ y ‘comunicación’ la Comisión Europea así como el Consejo de Europa pueden evitar acusaciones de sobrepasar los límites de sus competencias e interferir en las políticas nacionales. De hecho, podría ser por esta misma razón que todo el campo de la "juventud" se ha podido desarrollar a nivel europeo, precisamente porque no es muy importante a nivel nacional en la mayoría de los países” (Wallace y Bendit, 2009:455)¹².

Como hemos visto, los intentos de integración, a distintos niveles, de la región mediterránea, las numerosas iniciativas que se centran en el territorio como un campo de actuación en sí mismo, los trabajos que afirman la identidad de un espacio geográfico contemporáneamente tan heterogéneo y los múltiples programas regionales en el campo de la juventud nos permiten validar la pertinencia de la comparativa entre países que establece esta investigación al analizar la relación existente entre los medios de comunicación y, en concreto, la prensa, y los jóvenes desde una óptica regional. En el próximo apartado y para finalizar con este primer capítulo, expondremos brevemente el contexto de los cuatro países cuyos jóvenes forman parte de nuestro objeto de estudio.

1.3 Panorama e indicadores del sistema político, el contexto económico y la sociedad de los países objeto de estudio. El caso de España, Italia, Egipto y Marruecos

En el presente apartado planteamos, de manera sucinta, algunos datos, índices e indicadores sobre el estado económico, político y social de cada país, centrándonos en aspectos como en el nivel de democracia y transparencia, el estado de los derechos humanos y de las libertades civiles y políticas, las circunstancias económicas, el grado de bienestar social y desarrollo sostenible y las percepciones sociales. No es pretensión de esta sección formular un análisis exhaustivo de las circunstancias que rodean cada uno de los países, sino ofrecer un marco general, en base a datos e índices reconocidos y comparables, que ayude a entender el espacio social donde se reproducen las representaciones mediáticas sobre los jóvenes.

1.3.1 España

España se constituye en la actualidad como un país con una monarquía parlamentaria, separación de poderes (ejecutivo, legislativo y judicial) y una democracia representativa que toma forma a través de la representación ciudadana que ejercen los diputados en las Cortes Generales. Es una nación plurilingüe con una división territorial en diecisiete comunidades y dos ciudades autónomas. Tras la moción de censura planteada al hasta entonces presidente del país, Mariano Rajoy del Partido Popular (PP), situado en la

¹² Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] by promoting vague yet positive-sounding ideals such as ‘participation’ and ‘communication’ the European Commission as well as the Council of Europe can avoid accusations of overstepping the limits of their powers and interfering in national fields of policy. Indeed, it might be for this very reason that the whole field of ‘youth’ has been allowed to develop at a European level –precisely because it is not very important at a national level in most countries.” (Wallace y Bendit, 2009:455).

derecha ideológica para algunos o centroderecha para otros, en junio de 2018 toma la presidencia Pedro Sánchez, del Partido Socialista Obrero Español (PSOE). En la oposición se encuentran además del Partido Popular, diversos partidos nacionalistas autonómicos y otros partidos políticos de reciente formación como Podemos o Ciudadanos, aunque este último ya contaba años atrás con representación en el parlamento catalán y europeo.

España es considerado un país de plena democracia con una puntuación de 8.3 sobre 10 en el índice de democracia elaborado por el semanario inglés *The Economist* para el año 2016 y ocupa la posición 22 de un ranking formado por 174 países en el Liberal Democracy Index (LDI) de 2017, diseñado por el V-Dem Institute, que tiene en cuenta para la evaluación, la libertad de asociación y expresión y la democracia e integridad electoral como indicios del nivel democrático de cada país. En línea con este indicador, el Índice de Transparencia de los Parlamentos (IPAR), que realiza la organización Transparencia Internacional España, mide el nivel de transparencia de estas instituciones públicas a través de un conjunto de indicadores. Los resultados del índice de 2016 muestran, como recoge el informe, un avance paulatino en el nivel de transparencia de todos los parlamentos en España, tanto a nivel estatal como autonómico. Todos superan la nota media de 50 puntos sobre 100, siendo el derecho de acceso a la información el que recibe la puntuación más baja y la información sobre la actividad parlamentaria la más alta. Entre las lagunas de información que resalta el informe, “[...] la inexistencia de un Código ético parlamentario, la falta de una Oficina de información al ciudadano, la no publicación de sus contratos en la Plataforma de contratación del Sector público, o la no publicación de los gastos de viaje individualizados de los parlamentarios” (TIE, 2017:3).

En base al último informe, para el año 2017, elaborado por Freedom House, una organización no gubernamental que evalúa las libertades políticas y civiles de varios países del mundo, España ostenta el estatus de país libre, obtiene una puntuación de 94 sobre 100 en la clasificación general y la máxima puntuación, 1 sobre 7, respecto a la libertad sobre los derechos políticos y civiles. No obstante, en el mismo informe se mencionan ciertos desafíos y fallas que podrían hacer menguar dicho estatus, como la gestión del desafío independentista catalán, los casos de corrupción que han salpicado a figuras clave de la política y del mundo empresarial y la restricción en la legislación sobre seguridad pública por la que se han juzgado varios casos de apología al terrorismo e incitación al odio. Human Rights Watch en su informe de 2017 sobre el estado de los derechos humanos en el mundo, coincide en lo restrictivo de la Ley de Seguridad Ciudadana aprobada en 2015 y añade, además, otras cuestiones relativas a la vulneración de los derechos humanos en España como la política migratoria y de asilo que ha provocado la devolución colectiva de centenares de inmigrantes y el incumplimiento de reubicar, en el plazo otorgado por el Consejo de Europa, la cuota de personas refugiadas en España (Human Rights Watch, 2017a)-según datos de la

Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR) sólo ha recibido el 10% de la cuota asignada (CEAR, 2017, 26 de septiembre). El informe de Human Rights Watch denuncia también la desprotección que ha ejercido el estado frente al abuso bancario en los préstamos hipotecarios y ante el desalojo de los ciudadanos de sus hogares por el impago de sus hipotecas (Human Rights Watch, 2017a).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en su informe económico de España, del año 2017, apunta a un crecimiento estable de la economía española tras largos años de tendencia opuesta. A pesar de los aparentes buenos datos económicos, advierte, no obstante, una progresión lenta de la productividad debido en parte a la escasa inversión en conocimiento, altas tasas de desempleo que afectan sobre todo a los desempleados de larga duración y a los jóvenes; 48% y 44% respectivamente según datos de 2016 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT); y un incremento de la pobreza y la pobreza infantil a causa de la precariedad del empleo.

Existen numerosos indicadores para medir el bienestar económico y social en España más allá del Producto Interior Bruto (PIB) del país, criticado por no reflejar aspectos clave del desarrollo económico y por su corto impacto en el bienestar de los ciudadanos. Probablemente el más conocido es el Índice de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) que refleja, además del PIB per capita, el nivel de educación y el nivel de esperanza de vida de los ciudadanos. España se encuentra, con datos de 2015, en el puesto 27 de un ranking de 188 países. Atendiendo al Social Progress Index 2017, un índice más completo que el anterior ya que incluye 50 indicadores sobre necesidades básicas, bienestar y oportunidades de la población, el país ocupa el puesto 16 de entre los 128 países analizados, mientras que en lo referente al PIB per capita, dato que refleja también la misma organización que elabora el índice (Social Progress Imperative), España se encuentra en el puesto 23. De esta diferencia entre indicadores que muestra la organización, se observa que a pesar de que España ocupa posiciones inferiores respecto al poder adquisitivo medio de cada ciudadano, en lo que respecta al progreso social, entendido como el acceso al conocimiento, a la salud o las libertades personales entre otras cuestiones, presenta mejores condiciones. Entre los países con PIB per capita similares, España es mejor valorada en la calidad ambiental, los niveles de inclusión y tolerancia o en el número de universidades que ocupan posiciones en los rankings internacionales y presenta peores resultados, por el contrario, en la ratio de alfabetización en adultos, en la libertad religiosa o en la media de años de la mujer en la escuela.

Parte del progreso social del país depende también de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Según el informe Gender Gap 2016 que elabora anualmente el Foro Económico Mundial, España se encuentra en el puesto 29 de entre 144 países en lo concerniente a la brecha de género. Respecto al informe de 2015, cae 4 puestos. Las mayores debilidades en cuanto a la paridad siguen residiendo en el empoderamiento político de las mujeres y en el nivel de oportunidades y participación económica.

Otro índice que nos ayuda a entender el desarrollo de un país es el Índice de Coherencia de Políticas para el Desarrollo (ICPD), nacido precisamente en España con la voluntad de convertirse en una alternativa a los indicadores tradicionales de desarrollo al medir el comportamiento de los países desde la perspectiva del desarrollo sostenible y desde el impacto de los países sobre el desarrollo dentro y fuera de sus fronteras. En base a este índice, que contempla la dimensión económica, social, ambiental, productiva y una dimensión global que recoge otros indicadores de desarrollo, España es decimotercera en un ranking de 133 países. Las mayores debilidades del país se encuentran en el componente social, falla en beneficios sociales para la población más pobre o en la conciliación familiar, y en el modelo productivo. Donde obtiene mejores resultados es en las políticas de desarrollo a nivel global, como en la firma de tratados y convenios internacionales (Martínez Osés, 2016:113-123).

Si nos fijamos en aspectos como la paz, la seguridad y la estabilidad del país, España ocupa la posición 23 en la clasificación del índice de paz global, elaborado por el Institute for Economics and Peace, que evalúa un total de 163 países en base a cuestiones como el índice de criminalidad, los conflictos domésticos e internacionales o la inestabilidad política. Mantiene valores bajos en la mayoría de indicadores contrarios a menoscabar el nivel de paz, excepto en lo que respecta a la criminalidad percibida en la sociedad, en las exportaciones de armas convencionales y en las fuerzas de seguridad donde obtiene valores iguales o superiores a los tres puntos sobre cinco, siendo el 5 el valor más alto. Atendiendo al índice de los estados fallidos, *fragile states index* en inglés, que incluye diversos indicadores económicos, políticos, sociales y de cohesión entre los ciudadanos para evaluar el nivel de estabilidad de cada país, España obtiene buenos resultados en la mayoría de cuestiones en el año 2017. Recibe la peor puntuación en el nivel de fragmentación de los aparatos del estado, en el estancamiento de las elites gobernantes y en su legitimidad de representación, así como en la división entre diferentes grupos sociales y las diferencias en el acceso a servicios y recursos y en la inclusión en el proceso político.

Otro de los indicadores para medir el bienestar social de los países miembros de la OCDE es el Better Life Index, creado por la propia OCDE y que elabora el ranking de países tomando en consideración elementos clave en las condiciones de la vida material y en la calidad de vida de cada país. En bases a estos aspectos, España supera la media de los países de la OCDE en el equilibrio entre vida y trabajo, condiciones del hogar, salud, conexiones sociales y seguridad personal, y obtiene valores por debajo de la media en ingresos y riqueza, compromiso cívico, calidad ambiental, educación y habilidades y en el plano laboral y de salarios.

Un último indicador del estatus del país es la percepción de los ciudadanos respecto a las diversas circunstancias que les rodean. Así, en el barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), de septiembre de 2017, un 35% de los encuestados consideran que la situación económica en España es mala y un 40% regular, la mayoría

de los encuestados cree que esta situación es igual que hace un año y no contempla que vaya a cambiar. Peores son las valoraciones de los encuestados sobre la situación política ya que un 35% la considera mala y un 34% muy mala. En la misma línea que sobre la situación económica, la mayoría de los encuestados no consideran que la situación política haya cambiado respecto al año anterior y tampoco prevén que vaya a cambiar dentro de un año. Entre los principales problemas que existen actualmente en España, el paro ocupa el primer lugar y es mencionado por el 69% de los encuestados; la corrupción y el fraude se sitúan en segunda posición con un 38% y con porcentajes parecidos, 21% y 20% respectivamente, los problemas de índole económica y los políticos y los partidos políticos son otros problemas destacados.

1.3.2. Italia

Italia, al igual que España, es un país basado en una democracia representativa y separación de poderes, pero a diferencia de este está constituida en una república y no en una monarquía. En el momento de escribir estas líneas, tras las elecciones generales celebradas en Italia en marzo de 2018, tres meses más tarde, en junio de 2018, es investido presidente de Italia el político independiente Giuseppe Conte con los apoyos del Movimiento 5 Estrellas- que nació poco antes que Podemos en España para cuestionar, al igual que el partido español, el *establishment* político y económico del país- y la Liga Norte- considerado de ultraderecha-. Los principales partidos de la oposición son Forza Italia de Silvio Berlusconi y el Partido Demócrata (PD), antiguo partido en el gobierno. El sistema político italiano tiene una estructura multipartidista cuyo sistema electoral beneficia a las mayorías, por lo que los partidos políticos afines ideológicamente tienden a presentarse a las elecciones formando grandes coaliciones.

Italia es considerado según el índice de democracia del semanario *The Economist* como un país con una democracia defectuosa en el año 2016 y también en años anteriores, aunque con 7,98 puntos está cerca de superar la puntuación de 8 que le situaría ya en un país de plena democracia. En base al Liberal Democracy Index (LDI) de 2017, Italia se encuentra en la posición 25 del ranking formado por 174 países en el que, como hemos visto, España ocupaba la posición 22. Italia recibe su mejor puntuación en el plano del principio igualitario que sostiene que todos los grupos sociales puedan participar en igualdad de condiciones en el ámbito político. Sin embargo, obtiene los peores resultados en el espacio de participación activa de los ciudadanos en los procesos políticos. A nivel de transparencia, uno de los grandes problemas de Italia son los casos de corrupción que afectan a todos los estamentos de la sociedad, desde las instituciones públicas, hasta el sector privado o el de la sociedad civil. Italia obtiene una puntuación de 47 sobre 100 en el índice de percepción de la corrupción de 2016 elaborado por la asociación Transparencia Internacional donde las puntuaciones altas, cercanas al 100, se conceden a los países más libres de corrupción. Como dicta el informe Agenda Anticorruzione 2017 (Transparency International Italia, 2017), las medidas contra la corrupción en Italia son insuficientes y, además, su aplicación práctica y capacidad

sancionadora son todavía peor valoradas. Entre las prácticas con mejor funcionamiento, la gestión de los fenómenos delictivos, las medidas contra el blanqueo de dinero y la transparencia a nivel contable. Los sectores más débiles en términos de transparencia y anticorrupción son las pequeñas y medianas empresas y la sociedad civil y los medios de comunicación que no consiguen ser verdaderos recursos en el control de la corrupción.

Italia es un país libre con una puntuación de 89 sobre 100 y la máxima puntuación en libertades políticas y civiles según el informe Freedom in the World 2017 elaborado por Freedom House. El mismo informe mantiene como elemento de progreso la aprobación en 2016 de la unión civil entre personas del mismo sexo pero, al mismo tiempo, advierte de los fallos en proporcionar alojamiento a las personas solicitantes de asilo y la tardanza en la gestión de dichas solicitudes. Se menciona, por otro lado, la nueva ley electoral que entró en vigor en 2016 por la que se premia a los partidos que obtienen mayoría y la influencia del crimen organizado en las instituciones públicas y el sistema judicial. Human Rights Watch (2017a), por su parte, en el informe mundial sobre los derechos humanos 2017, reconoce también la unión legal entre parejas del mismo sexo como un avance en la protección de los derechos humanos en el país. Según el informe, no obstante, la vulneración de derechos sucede en el país, en aspectos como en la gestión de la llegada masiva de inmigrantes, en el aumento del rechazo de las solicitudes de asilo- coincidiendo con Freedom House- en la expulsión de presuntos terroristas sin derecho a apelar en el país y en la objeción de conciencia de la mayoría de médicos italianos para practicar abortos, hecho que está dificultando la posibilidad de practicar abortos con seguridad y dentro de la legalidad.

La economía italiana, al igual que la española, se está recuperando de un largo periodo de recesión, como apunta el informe de 2017 de la OCDE sobre la economía en Italia. Las reformas estructurales y los programas de incentivación del empleo han contribuido en la mejora. Sin embargo, la productividad continúa cayendo y, como menciona el informe, hay ciertos factores que podrían estar favoreciendo ese declive “[...] las ineficiencias de la administración pública, los lentos procesos judiciales, el pobre diseño de la regulación y una competencia débil están aún dificultando hacer negocios en Italia” (OECD, 2017a)¹³. Otros inconvenientes que anuncia el documento son las bajas tasas de alfabetización y el desequilibrio entre el mercado laboral y las habilidades de los trabajadores, uno de los mayores desajustes entre los países miembros de la OCDE.

Respecto a los indicadores sobre bienestar, en el ranking de desarrollo humano del 2016 elaborado por el PNUD, Italia se encuentra una posición por encima de España, en el puesto 26. En el Social Progress Index 2017, sin embargo, ostenta la posición 24, 8 posiciones por detrás de la española, aunque supera por una posición a España respecto al PIB per capita, ocupa la posición 22 frente a la 23 de España en este indicador

¹³ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] public- administration inefficiencies, slow judicial processes, poorly designed regulation and weak competition still make it difficult to do business in Italy” (OECD, 2017a).

proporcionado también por Social Progress Imperative. Las debilidades en cuanto al progreso social en Italia, según datos de esta organización y en comparación con otros países con un PIB per capita similar, se sitúan en el ámbito de la seguridad personal, en el del acceso a la información y la comunicación, en los derechos políticos y de propiedad privada, en el plano de la libertad personal y de elección, en la libertad religiosa y en algunos aspectos de la educación avanzada como en el número de años en la educación terciaria y en la desigualdad en el logro educativo. El país es superior respecto a otros países con PIB per capita parecidos en la calidad medioambiental, en el número de universidades que aparecen en ranking internacionales y en el número de estudiantes matriculados en dichas universidades. La brecha de género en Italia es superior a la española en base al ranking que difunde cada año el Foro Económico Mundial. Italia está en la posición 50 de un total de 144 países. Los peores resultados en cuanto a paridad los obtiene en el ámbito de las oportunidades y participación económica de la mujer, sobre todo, en lo que respecta a la desigualdad de salario por desempeñar trabajos similares.

Desde la perspectiva de desarrollo sostenible del país que se indica el ICPD, Italia es octava en un ranking compuesto por 133 países donde España, como hemos visto, ocupa la decimotercera posición. Obtiene buenos resultados en la mayoría de componentes que forman el índice, a excepción de en el componente productivo, coincidiendo con el informe de la OCDE sobre la productividad en Italia. Respecto a este índice, falla en términos de productividad sostenible en el sector del turismo internacional, en la extracción de agua dulce para uso industrial y en la diferencia entre el empleo masculino y femenino. En su mejor componente, el social, obtiene los mejores resultados en indicadores como el posicionamiento ante la ONU a favor de la comunidad LGTB o en la mejora de las instalaciones sanitarias, entre otros aspectos.

Italia ocupa la posición 38 en el índice de paz global, lo que le confiere unos indicadores de paz y estabilidad por debajo de España que ocupa la posición 23. Obtiene valores altos, igual o por encima del 3 siendo el 5 el nivel más alto, en la criminalidad percibida en la sociedad, en los oficiales de seguridad y policía, en el acceso a las armas pequeñas y las armas ligeras y en los crímenes violentos, en el resto de aspectos como en el número de conflictos internos o externos se mantiene en valores bajos. En el índice de los estados fallidos se aprecia un empeoramiento de los indicadores de estabilidad del país a lo largo de los últimos años. Las cuestiones que más están afectando a la estabilidad en el 2017 son las presiones sobre el país por el desplazamiento forzado de un gran número de personas junto con factores de índole económica.

La OCDE en el Better Life Index otorga a Italia cualidades muy parecidas a las que concede a España respecto a la calidad de vida del país. Italia, al igual que España, supera la media de los países de la OCDE en el equilibrio entre vida y trabajo, la salud y las conexiones sociales, pero obtiene valores por debajo de la media en las condiciones del hogar, donde España supera la media, en el bienestar subjetivo de los ciudadanos, que

es más alto en España, y coincidiendo de nuevo con España, está también por debajo de la media en compromiso cívico, calidad ambiental, educación y habilidades y en el plano laboral y de salarios.

En un sondeo de opinión elaborado por la consultora italiana Quorum en 2017 dentro del proyecto Youtrend se preguntaba a los ciudadanos italianos por los asuntos prioritarios del país. Para los encuestados en el sondeo, el paro es con un 71% la cuestión que más preocupa a los ciudadanos, seguida de los impuestos con un 53% y de los costes de la política con un 32%. El resto de los asuntos planteados en la encuesta, como la justicia, la inmigración o las pensiones son otros temas prioritarios para los encuestados, aunque en menor medida. El sondeo concreta algunas cuestiones sobre la inmigración o la confianza de los ciudadanos en el parlamento italiano y en la Unión Europea. Así, el 34% de los encuestados está muy de acuerdo con la afirmación de que la inmigración es un grave problema para el orden público y la seguridad del país y otro 34% sostiene estar bastante de acuerdo. Con porcentajes parecidos, la mayor parte de los encuestados considera que la Unión Europea es una institución lejana de los ciudadanos y que responde a los intereses de Alemania o de las instituciones bancarias, un 33% está muy de acuerdo y un 41% bastante de acuerdo. Respecto a la confianza de los ciudadanos en el parlamento italiano, el 51% señala confiar poco y un 26% declara no tener ninguna confianza en el órgano representativo.

1.3.3 Marruecos

La forma de gobierno en Marruecos está basada en una monarquía constitucional donde a diferencia de la monarquía parlamentaria de España, el monarca, ostenta el poder ejecutivo y, por tanto, este no es elegido democráticamente, a pesar de que tras la reforma de la Constitución en 2011 se recortaron algunas competencias. El poder legislativo lo ostenta un parlamento elegido por sistema electoral y que se compone de dos cámaras de representación. En la actualidad ocupa la posición de jefe del gobierno Saadedin Al Othmani, miembro del Partido Justicia y Desarrollo (PJD), un partido islamista moderado que fue el partido más votado en las últimas elecciones legislativas de 2016. Sin embargo, otras 5 formaciones políticas integran el gobierno y ocupan diversos ministerios. El principal partido de la oposición es el Partido de la Autenticidad y la Modernidad (PAM), de ideología liberal, afín a la monarquía y el segundo partido más votado. Con menos fuerza, la alternativa de la izquierda es la coalición Federación de la Izquierda Democrática, FGD en sus siglas en francés.

En términos democráticos, Marruecos es un régimen híbrido que no aprueba en democracia, con una puntuación de 4,77 sobre 10 en 2016 en el índice sobre democracia publicado por *The Economist*. Se encuentra en una posición lejana en otro indicador democrático, el Liberal Democracy Index (LDI) donde ocupa la posición 119 de entre 174 países, muy por debajo de Italia y España. Dentro de los componentes que integran el índice, baja posiciones en la garantía de las elecciones electorales y escala alguna

posición, aunque siempre superando la centésima posición, respecto a la protección de las libertades individuales, el control de las instituciones y el equilibrio entre las mismas y en la igualdad de condiciones y en la participación activa de los ciudadanos en los procesos políticos. Dónde sí obtiene resultados notablemente mejores en comparación con todos los aspectos mencionados anteriormente es en el proceso de deliberación de las decisiones políticas, permanece en el puesto 57 en el ranking de este componente. En cuanto a los niveles de transparencia y corrupción del país, Marruecos suspende en materia de corrupción y ocupa la posición 90 en el índice de 2016 de percepción de corrupción entre 176 países. Los dos principales obstáculos a los que se enfrenta Marruecos en el camino hacia la transparencia son la falta de independencia de los órganos públicos debido a la excesiva influencia de la figura del monarca y la impunidad asociada a las deficiencias en el desarrollo económico y social y a la falta de efectividad en la implementación de la legislación vigente, según un estudio de Transparency Maroc sobre el sistema nacional de integridad realizado en 2014.

En base al informe Freedom in the World 2017 Marruecos es un país parcialmente libre con una puntuación de 41 sobre 100 en el estatus de libertad general, es parcialmente libre, de igual modo, en la libertad en la red, pero es considerado país no libre en cuanto a la libertad de prensa. Recibe una puntuación de 5 sobre 7 en derechos políticos y de 4 sobre 7 en derechos civiles, siendo el 7 la puntuación asociada a la menor libertad. El informe destaca, como apunta también la agencia marroquí de Transparencia Internacional, el dominio del rey Mohamed VI sobre el estado y la sociedad a través de sus poderes formales y a través también de poderes fácticos que le hacen tener el control sobre los cuerpos de seguridad, la autoridad religiosa y hacerse cargo del discurso nacionalista. El informe hace alusión a un nuevo código de prensa aprobado en 2016 que rechaza el encarcelamiento como castigo por ofensas de prensa, sin embargo, se denuncia que el código penal mantiene penas de cárcel por delitos similares y el abuso de poder y el uso de la fuerza en manifestaciones. Se pronuncia sobre aspectos similares Human Rights Watch (2017b) en el apartado dedicado a Marruecos y el Sahara Occidental en el informe mundial sobre los derechos humanos 2017. A pesar de que reconoce la entrada en vigor de normativas que favorecen algunos aspectos de la libertad de expresión y que velan por los derechos de las personas con discapacidad, los trabajadores domésticos o a favor de las víctimas de la trata de personas, la organización condena los juicios políticos sin garantías, la disolución de manifestaciones a favor de la autodeterminación del Sahara Occidental, las restricciones y trabas a organizaciones locales e internacionales, la violación de derechos en el plano de la vida privada y sobre la discriminación de la mujer y la falta de protección frente a la violencia doméstica. Reconoce, al mismo tiempo, el transcurso pacífico de muchas otras manifestaciones y la concesión del estatus legal temporario a personas solicitantes de asilo o que inmigraron al país por motivos económicos.

La economía marroquí está en crecimiento y, a pesar de su dependencia del clima sobre el cultivo, la industria y la propia agricultura están progresivamente diversificándose, factor que unido al desarrollo paulatino de las infraestructuras y la estabilidad del país, convierten a Marruecos en un país atractivo para la inversión extranjera en comparación con otros países de la región y el continente (AfDB, OECD y UNDP, 2017:278). No obstante, como admite también el informe sobre el panorama de la economía en África, en materia de emprendeduría e industrialización, la educación y algunos aspectos del marco legal como los impuestos, el sistema judicial o la propiedad de las tierras generan obstáculos en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. Como consecuencia, la economía informal goza todavía de una dimensión importante en el país.

Marruecos ostenta un desarrollo humano medio en base al índice de desarrollo humano 2016 del PNUD y se encuentra en la posición 123 del ranking de 188 países. En proporciones parecidas, en el Social Progress Index 2017 se encuentra en el puesto 78 de entre 128 países y desciende posiciones respecto al PIB per capita, dato que proporciona la misma organización, donde está en el puesto 82. Al igual que ocurre en el caso español, la mejor posición de un indicador respecto al otro muestra que en Marruecos la economía familiar de los ciudadanos se mantiene por debajo del progreso social. Respecto a países que tiene un PIB per capita similar, Marruecos presenta peores condiciones en el acceso rural a la mejora de la procedencia del agua, en la matriculación en los diferentes niveles educativos y en la paridad de género en la educación, en el índice de libertad de prensa, de expresión y religión, en los derechos políticos, en el nivel de tolerancia hacia los inmigrantes y homosexuales y en la red de seguridad comunitaria. Por otra parte, su situación es mejor en cuanto al ratio de homicidios, el número de usuarios de internet, la calidad medioambiental, los derechos de propiedad privada y, al igual que Italia, en el número de universidades que aparecen en ranking internacionales y en estudiantes matriculados en dichas universidades. Marruecos está entre los países con mayor brecha de género de entre los 144 países evaluados por el Global Gender Gap Report 2016 (World Economic Forum, 2016) donde ocupa el puesto 137. Entre los aspectos peor valorados se encuentra el posicionamiento de la mujer en cargos de alta responsabilidad tanto en el ámbito político como empresarial y en el ingreso estimado de las mujeres. Más cercanas a la paridad son cuestiones como el nivel de matriculación de las mujeres en los diferentes estadios del sistema educativo o en materia de salud.

Marruecos tampoco se encuentra en una buena posición en cuanto al desarrollo sostenible del país, en base al ranking ICPD ocupa la posición 92 de un total de 133 países. Todos los componentes que forman parte del índice se encuentran en valores cercanos a los 50 puntos-siendo 100 la máxima puntuación- a excepción del componente ambiental que con 87 puntos es el componente mejor valorado por aspectos como la participación del país en tratados de pesca, las aguas limpias, la biodiversidad marina o la posibilidad de pesca artesanal. El componente económico, el peor puntuado, señala deficiencias en los activos bancarios o en el servicio de la deuda

externa. A nivel social, Marruecos obtiene buenos resultados en paridad de género en la matriculación en educación primaria y permanencia de ambos sexos en educación secundaria, pero falla respecto a la tasa de repetición en educación secundaria y en cuanto a la diferencia de empleo vulnerable entre hombres y mujeres. Globalmente, está mejor posicionado en los derechos de las mujeres en el ámbito de la justicia y en los tratados internacionales sobre armas y, paradójicamente, peor en cuanto al gasto militar y personal de las fuerzas armadas. Por último, en términos productivos, el acceso a la electricidad es el aspecto más valorado y la diferencia entre el empleo masculino y femenino en el sector industrial el peor.

En cuanto a los indicadores que miden la estabilidad y la seguridad en el país, Marruecos se encuentra en la posición 75 de un total de 163 países en el Índice de Paz Global. Los aspectos que presentan mayores deficiencias, con valores iguales o cercanos al 3 sobre 5 siendo este último el valor máximo, son la criminalidad percibida en la sociedad- aunque por debajo de Italia que le supera en un punto-, la inestabilidad política e intensidad del conflicto interno, la población encarcelada, las relaciones con los países vecinos y las manifestaciones y crímenes violentos. Marruecos mantiene valores bajos, iguales al 1, en conflictos luchados, tanto internos como externos, en el número de personas desplazadas y en la exportación de armas convencionales, aspecto este último donde España supera los tres puntos. Marruecos, a diferencia de Italia, presenta un progreso positivo en el tiempo sobre el índice de los estados fallidos, aunque en el índice de 2017 ocupa la posición 84 de entre 178 países, alejado, por tanto, de las posiciones que ocupan España e Italia en esta materia. A pesar de que según el índice de paz global el número de personas desplazadas no supone un problema para Marruecos en términos de conservación de la paz, en el índice de los estados fallidos el impacto económico de los desplazamientos humanos es la cuestión peor valorada en el país entre los indicadores que forman el índice. La fragmentación social y el respecto a los derechos y libertades fundamentales son otros dos ámbitos menoscabados.

Marruecos, al no formar parte de la OCDE, no es analizado en el Better Life Index, índice que compara la calidad de vida de los países miembros de la OCDE. En su lugar, atenderemos a un indicador parecido, The Happy Planet Index que trata de medir el nivel de felicidad de cada país considerando el bienestar, la esperanza de vida, la desigualdad y el impacto ecológico de sus habitantes. En base a este indicador, Marruecos se encuentra, con datos de 2016, en una buena posición en el ranking de países, ocupa la posición 33 de entre 140 países. Para que podamos realizar una comparación con los países observados hasta el momento, España ocupa la posición 15 en el ranking e Italia la 60, por tanto, se encuentra en peor posición respecto a Marruecos. Esta diferencia entre ambos países se debe a que a pesar de que la esperanza de vida, el nivel de bienestar y de desigualdad en Italia sean ligeramente mejores que en Marruecos, el impacto negativo en el medioambiente es tres puntos superior en Italia.

La desafección política de los ciudadanos marroquíes se hace patente en un estudio conducido por el Afro Barometer durante los años 2014 y 2015. En el estudio se señala que el 65% de los encuestados confía poco o nada en el Parlamento y todavía un punto menos en los gobiernos locales. En la misma línea, un 36% de los encuestados considera que la mayoría o todos los miembros del parlamento están involucrados en casos de corrupción y un 39% de los encuestados se pronuncia igual respecto a los miembros de los gobiernos locales. Además, un 73% sostiene que los representantes políticos quedan impunes cuando cometen delitos frente a un 10% que afirma que en el caso de los ciudadanos corrientes también existe dicha impunidad (Afro Barometer, 2016). Uno de los mayores vicios a nivel de corrupción en Marruecos es el pago de sobornos como apunta una encuesta llevada a cabo por Transparency International en 2016 sobre la corrupción en los países árabes. Según dicha encuesta, Marruecos es el país de entre todos los países árabes examinados donde mayor parte de la población acostumbra a pagar sobornos, un 44% del total de la población. Respecto a las condiciones de vida, en una encuesta dirigida por el Afro Barometer durante el mismo periodo, un 37% de los marroquíes encuestados consideraban que sus condiciones de vida no eran ni buenas ni malas, aunque fueron más aquellos que se decantaron por la creencia de que sus condiciones de vida eran bastante buenas que los que optaron por considerar que eran bastante malas, un 34% frente a un 19% respectivamente (Afro Barometer, 2014/2015a).

1.3.4 Egipto

El sistema de gobierno en Egipto está basado en una república presidencialista, por lo que el presidente de la república, actualmente Abdelfatah Al-Sisi, en el poder desde las elecciones presidenciales de 2014 y reelegido de nuevo en las elecciones celebradas en marzo de 2018, es también parte del poder ejecutivo como jefe de gobierno y es elegido democráticamente al igual que la mayor parte de la Cámara de Representantes que forma el parlamento egipcio. En las últimas elecciones legislativas celebradas en diciembre de 2015 marcadas por una baja participación, la mayoría de los escaños fueron a parar a miembros independientes y a la coalición “Por el amor a Egipto” afín al presidente. El mayor partido de la oposición es el partido de corte salafista Al Nur, después de que “Los Hermanos Musulmanes”, el partido referente del salafismo que ostentaba el poder antes del golpe de estado perpetuado por el actual presidente y jefe de estado, quedara ilegalizado.

A pesar de la democracia formal en el país, Egipto es considerado un país con un régimen autoritario en base al índice de democracia elaborado por *The Economist* con una puntuación de 3,31 en el año 2016. Egipto es, además, el país peor situado de los cuatro en el Liberal Democracy Index, ocupa la posición 134 de entre 174 países. No obtiene buenos resultados en ningún componente que compone el índice, aunque su mejor componente es el relativo a la protección de las libertades individuales y el control y equilibrio de las instituciones, supera igualmente la posición 100 del ranking en este

aspecto; y el peor indicador es el principio de igualdad entre todos los grupos sociales para participar en la arena política. El informe elaborado por el V-Dem Institute señala que el declive democrático de Egipto durante los últimos años es incluso peor que el vivido durante la dictadura de Hosni Mubarak: “[...] Egipto, por el contrario, se había vuelto cada vez más autoritario, con limitaciones en los derechos y prácticas políticas mucho mayores que las experimentadas antes de la revolución” (Lührmann, 2017:21)¹⁴. En el índice de percepción de corrupción de 2016 que da a conocer la organización Transparency International, Egipto ocupa la posición 108 de entre 176 países con tan sólo 34 puntos sobre los 100 que supone la máxima puntuación. Un informe sobre la situación general de la corrupción en Egipto publicado en 2015 por esta misma organización (Wickberg, 2015) revela que las redes clientelares cumplen un papel importante en la política y economía del país y a pesar de reconocer que Egipto cuenta con un marco legal relativamente óptimo para prevenir y combatir la corrupción, la politización del sistema judicial, la corrupción instalada en los propios organismos judiciales y las dificultades en implementar la legislación existente merman la lucha contra la corrupción en el país.

Egipto ostenta el estatus de país no libre en el informe de 2017 sobre la libertad en el mundo donde obtiene una puntuación de 26 sobre 100 en la valoración general-siendo 100 la puntuación concedida a los países con mayor libertad- y de 6 y 5 sobre 7 en los derechos políticos y civiles respectivamente-siendo 7 la puntuación concedida a los países con menor libertad política y civil. En el estatus de libertad de prensa e internet es considerado igualmente no libre. Acerca de la visión general sobre la libertad en Egipto, el informe subraya las medidas autoritarias del gobierno presidido por Abdel Fattah al-Sisi que incluyen la persecución de la oposición política, la represión de concentraciones y las restricciones sobre las organizaciones de la sociedad civil. El estudio de Freedom House también señala el impacto del terrorismo en territorio egipcio y los problemas económicos del país como la inflación y la escasez de alimentos. A lo dictaminado por el informe de Freedom House se suma el análisis sobre los derechos humanos en el informe mundial 2017 de Human Rights Watch (2017c). La organización además de denunciar las prohibiciones en materia de libertad de expresión, libertad de asamblea y de asociación en el país, advierte sobre los abusos de las fuerzas del orden, las condiciones de encarcelamiento, sobre el hostigamiento hacia las minorías religiosas, sobre la violencia y discriminación hacia las mujeres y las coacciones en la elección de la orientación sexual e identidad de género. Con respecto a las políticas migratorias, el informe elogia la entrada en vigor de una nueva ley sobre la inmigración irregular que endurece las penas a los traficantes de personas y exime de responsabilidad penal a los inmigrantes y demandantes de asilo, sin embargo, se critica

¹⁴ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] Egypt, in contrast, had become increasingly authoritarian, with limitations in political rights and practices far greater than that experienced before the revolution” (Lührmann, 2017:21).

que la ley no garantice la no devolución al país de origen que puede suponer un riesgo para la vida de las personas.

El informe African Economic Outlook de 2017 (AfDB, OECD y UNDP, 2017:257) enuncia un panorama económico relativamente optimista en Egipto tras los años de inestabilidad económica que han acompañado los acontecimientos políticos en el país. Las razones para el optimismo se basan en las expectativas de implementación de políticas y reformas estructurales y de una estrategia de desarrollo sostenible que permita activar el crecimiento, las inversiones y el empleo en el país frente a los desafíos económicos como el déficit fiscal, la elevada inflación, la economía informal y el desempleo.

Egipto, al igual que Marruecos, tiene un desarrollo humano medio en el índice de desarrollo humano 2016 elaborado por el PNUD aunque se encuentra en una mejor posición que Marruecos en el ranking de países, ocupa la posición 111 entre 188 países. Por el contrario, en cuanto a progreso social ocupa una peor posición, se encuentra en el puesto 82 mientras que Marruecos ocupa el puesto 78 en el Social Progress Index 2017. No ocurre lo mismo en relación al PIB per capita donde Egipto escala diez posiciones respecto a su índice de progreso social y respecto al PIB per capita de Marruecos, en base a los datos proporcionados por Social Progress Imperative. Esta discrepancia entre ambos indicadores muestra que, al igual que ocurre en Italia y al contrario de España y Marruecos, en Egipto a un mayor poder adquisitivo no le sigue un mayor progreso social. Sus mayores debilidades respecto a otros países con PIB per capita parecidos, se sitúan en el plano de oportunidades; en los derechos y libertades personales, en el nivel de tolerancia e inclusión, en la media de años de las mujeres en la escuela y en la desigualdad sobre el logro educativo. Respecto a los fundamentos básicos del bienestar, falla en cuestiones como la tasa de alfabetización en personas adultas, en la libertad de prensa, la esperanza de vida a los 60 o la calidad ambiental y en el ámbito de las necesidades básicas; en algunas cuestiones relativas a la vivienda y la seguridad personal a causa de los niveles de crímenes violentos y el terror político. En cuatro aspectos de entre los tres ámbitos principales, no obstante, se encuentra mejor que la media como son en el acceso a agua corriente, en el tratamiento de aguas residuales y, al igual que Italia y Marruecos, en el número de universidades que aparecen en ranking internacionales y en estudiantes matriculados en dichas universidades. Egipto, al igual que Marruecos, se encuentra entre los últimos países del ranking de 2016 sobre brecha de género que da a conocer el World Economic Forum y ocupa el puesto 132 de entre 144 países, 5 puestos por encima de Marruecos. En Egipto los aspectos más cercanos a la paridad se encuentran en el ámbito de la salud y la educación y aquellos donde existe una mayor desigualdad son en la participación económica de la mujer, sobre todo en lo que respecta a ocupar cargos de alta responsabilidad o en el ingreso estimado del trabajo, y en el empoderamiento político.

Ligeramente mejor que en materia de género, Egipto ocupa la posición 89 de entre 133 países en el ámbito de desarrollo sostenible y según el ranking ICPD que conduce la Coordinadora española de ONG para el desarrollo. Entre los componentes que forman el ranking, dispone de buenas prácticas en el componente ambiental como en la biodiversidad marina y en el componente productivo, como en el acceso a la electricidad y en la mejora del suministro de agua en zonas rurales. Entre los componentes donde flaquea el país, está el componente social y el global con malos resultados, de nuevo, en cuestiones de género, como en el número de trabajadoras familiares no remuneradas o en la diferencia de empleo vulnerable entre hombres y mujeres, y respecto al componente global, en el gasto militar o en el personal de las fuerzas armadas.

Esta elevada militarización del país que muestran los datos sobre desarrollo sostenible se refleja de igual modo en el índice de Paz Global de 2017 donde Egipto se encuentra en el puesto 139 de la clasificación de un total de 163 países y el indicador sobre los oficiales de seguridad y policía es el peor valorado, obtiene una puntuación de 4,5 sobre 5 siendo este el valor más alto y el más alejado de las condiciones de paz y estabilidad. Con valores iguales o superiores al 3 se encuentran múltiples cuestiones como el acceso a las armas pequeñas y ligeras, el grado de intensidad del conflicto interno, las manifestaciones violentas, el terror político, el impacto del terrorismo, las muertes por conflictos internos, la posesión de armas nucleares y pesadas y la relación con los países vecinos. Ningún otro asunto es puntuado por debajo del valor 1. Por otra parte, Egipto es el país más cercano de los cuatro en ser considerado un estado fallido como revela la puntuación obtenida por el país en el Índice de los estados fallidos 2017, se encuentra en el puesto 36 de entre 178 países y obtiene una puntuación cercana a los 90 puntos de un máximo de 120. Si atendemos al progreso del país a lo largo del tiempo, se aprecia, además, un drástico empeoramiento a partir del año 2011, año en el que estalla la revolución egipcia, a pesar de una leve mejora en 2017 respecto al año 2016. De igual forma, en el índice de 2017 obtiene puntuaciones muy altas y, por tanto, cercanas a la consideración de estado fallido, en aspectos como los derechos humanos, en la fragmentación e inmovilismo de las instituciones del estado, con respecto a la división social y por las amenazas a la seguridad del país. El resto de indicadores que componen el índice obtienen también una puntuación alta y solo el indicador relativo al impacto económico por desplazamientos humanos y el concerniente a los servicios públicos se sitúan por debajo del valor 5 sobre 10, aunque con una puntuación de 4,7 y 4,9 respectivamente.

En base al Happy Planet Index, Egipto no es un país con un nivel de felicidad especialmente alto, más bien al contrario, ya que ocupa la posición 86 de un ranking de 140 países, muy por debajo de España, Marruecos e Italia. Aunque escala bastantes posiciones en el impacto ecológico, en cuanto al nivel de desigualdad, esperanza de vida y, principalmente, en bienestar se encuentra hacia el final de la clasificación.

En una encuesta dirigida por el Afro Barometer durante los años 2014 y 2015, a la pregunta sobre la confianza en el Parlamento o la Asamblea Nacional, el 100% de los encuestados egipcios señalaron no confiar nada en absoluto en este organismo (Afro Barometer, 2014/2015b). Es mayor el nivel de confianza por los gobiernos locales y a pesar de que un 19% declara no confiar nada en estas instituciones y un 33% confiar sólo un poco, un 27% confía algo en estas instituciones locales organismo (Afro Barometer, 2014/2015c). Sobre el nivel de corrupción percibida, cerca del 50% de los encuestados considera que algunos miembros del gobierno están involucrados en casos de corrupción y un 25% considera que la mayoría lo están organismo (Afro Barometer, 2014/2015d). Respecto a los miembros del gobierno local, un 40% cree que algunos gobernantes locales están involucrados en casos de corrupción y un 29% opina que la mayoría lo están (Afro Barometer, 2014/2015e). En Egipto, al igual que en Marruecos, un porcentaje alto de la población suele pagar sobornos, en concreto, un 41% (Transparency International, 2016:28). El pago de sobornos es todavía más evidente en el país en el caso de los usuarios de los servicios públicos, donde Egipto se convierte en el segundo país entre nueve países de la región MENA, sólo por debajo de Yemen, donde mayor población ha pagado sobornos en el acceso a algún servicio público, según el informe de Transparency International sobre la corrupción en la región. Respecto a la consideración sobre las condiciones de vida, preguntados por la encuesta del Afro Barometer durante los años 2014 y 2015, un 46% de los encuestados egipcios estima que sus condiciones de vida son bastante buenas, un 26% ni buenas ni malas y sólo un 16% cree que estas son bastante deficientes (Afro Barometer, 2014/2015f).

Después de hacer un repaso de los diferentes indicadores y datos por país relativos al sistema de gobierno, el nivel democrático, las circunstancias económicas, el estado de los derechos humanos y desarrollo sostenible y sobre el grado y percepción de bienestar social, podemos concluir que existen múltiples diferencias respecto a todas las cuestiones entre los cuatro países estudiados. Si bien podríamos inferir de los datos, de forma general, que España e Italia son países similares y que presentan mejores resultados en la mayoría de cuestiones respecto a Marruecos y Egipto, con peores resultados y países más distantes entre sí, hay aspectos que cabe matizar.

A pesar de los altos niveles de democracia y libertades políticas y civiles tanto en España como en Italia, ambos países presentan deficiencias significativas actualmente en este ámbito a causa de los niveles de corrupción, las políticas migratorias y de asilo y, en España, las restricciones en la legislación sobre seguridad, y la parcialidad del sistema electoral, en el caso italiano. Egipto y Marruecos, por su parte, presentan niveles de democracia y de libertades muy por debajo de los dos países europeos, aunque se agravan en el caso egipcio considerado un régimen autoritario y con un estatus de país no libre. En el caso de estos dos países, a los altos niveles de corrupción, se le suma, además, la gran influencia de los jefes de gobierno en el plano político y social, la represión sobre las voces contrarias a los poderes hegemónicos y las restricciones en el

plano de la vida privada y sobre los derechos de la mujer. En materia de asilo e inmigración, sin embargo y al contrario que España e Italia, son valorados de forma más positiva.

La economía de los cuatro países, según las fuentes consultadas, parece moverse en términos de mejora tras la aplicación de reformas estructurales pese a los problemas económicos compartidos como el desempleo, la progresión lenta o caída de la productividad en los dos países europeos o el peso de la economía informal en los dos países árabes. España e Italia presentan un alto desarrollo humano y progreso social mientras que Egipto y Marruecos, en posiciones próximas, ostentan un desarrollo humano medio y se encuentran hacia el final en la clasificación de países en cuanto a progreso social. En España y Marruecos, y al contrario que en Egipto e Italia que ocurre justo a la inversa, es mayor el progreso social que el poder adquisitivo medio. En cuanto a la desigualdad entre hombres y mujeres, de entre los cuatro países, España es el país con mayor paridad y Marruecos el país que presenta mayor brecha de género. Los cuatro países coinciden en que las mayores desigualdades se sitúan en el plano de la participación económica y política de la mujer frente a otros aspectos como el nivel educativo y la salud donde existe una mayor igualdad entre ambos géneros.

En materia de desarrollo sostenible, aunque Italia y España obtienen resultados visiblemente mejores que los dos países árabes en el componente social, económico, productivo y global que componen el índice sobre desarrollo sostenible ICPD, respecto al componente ambiental, tanto Marruecos como Egipto desarrollan prácticas de menor impacto ambiental que los dos países europeos. Sobre el nivel de paz y estabilidad de cada país, España e Italia destacan también en este aspecto por encima de Marruecos y Egipto con valores más bajos que estos últimos en los indicadores que deterioran la conciliación y la seguridad del país. Los dos países europeos coinciden en que dos de sus fragilidades en este ámbito son la criminalidad percibida en la sociedad y la labor de los oficiales de seguridad y policía. Marruecos y Egipto, de otra parte, poseen mayores defectos en este ámbito y coinciden también en algunos aspectos deficientes como la intensidad del conflicto interno, las manifestaciones violentas o las relaciones con los países vecinos. Mientras que en Italia y Marruecos el impacto económico de los desplazamientos humanos es una de las cuestiones que más está perjudicando el funcionamiento óptimo del estado, España y Egipto tienen problemas con la legitimidad, estancamiento y fragmentación de las instituciones. Los dos países árabes suspenden también en materia de derechos humanos y libertades, entre otros asuntos.

En cuanto al grado de bienestar y de calidad de vida, España e Italia presentan mejores condiciones en aspectos como la esperanza de vida, el nivel de igualdad y otros aspectos que forman parte del bienestar, pero coincidiendo con uno de los componentes del índice ICPD sobre desarrollo sostenible, respecto a la calidad ambiental y el impacto ecológico, Egipto y Marruecos ofrecen mejores cualidades. Por último, sobre las percepciones de los ciudadanos, podemos concluir que existe una desconfianza

generalizada hacia los representantes políticos en los cuatro países, como muestran los sondeos sobre la situación política en España y sobre el nivel de confianza hacia las instituciones en Italia, Egipto y Marruecos. Para las sociedades española e italiana el desempleo es en ambos países el problema que más preocupa a los ciudadanos. En el caso de Egipto y Marruecos, los ciudadanos de estos países se encuentran entre los más propensos a pagar sobornos de la región MENA. La corrupción es, de igual modo, el segundo problema que más inquieta a los ciudadanos españoles. Preguntados por el nivel de satisfacción con respecto a sus vidas, la mayor parte de los egipcios y un número considerable de marroquíes, aunque en menor medida, se decanta por señalar que sus condiciones de vida son buenas.

Capítulo 2

Los jóvenes mediterráneos

2.1 Sociología de la juventud, la juventud como objeto de estudio y la construcción de identidades

En concordancia con la noción del Mediterráneo y las múltiples acepciones que ha adoptado a lo largo del tiempo, la juventud como campo de estudio es igualmente un asunto que presenta numerosas disonancias. Desde una perspectiva sociológica, la delimitación del término “juventud”, ha dado lugar a un debate entre los estudiosos de la sociología de la juventud, desde donde se incluyen aquellas perspectivas que reconocen en los jóvenes unos denominadores comunes compartidos hasta las visiones críticas que ponen en tela de juicio la pertinencia de la “juventud” como objeto de estudio.

Nos valemos de las categorías propuestas por diversos autores (Urraco Solanilla, 2007; Brunet y Pizzi, 2013; entre otros) para introducir, a continuación, los principales enfoques en el campo de la sociología de la juventud desarrollada, principalmente, en occidente. Existen dos grandes tendencias asociadas a diversos contextos sociohistóricos que han marcado los estudios sociológicos sobre los jóvenes. Por un lado, encontramos la visión nominalista bajo la cual no se reconoce a los jóvenes como un grupo homogéneo ni como una clase social dada (Allerberch y Rosenmayr, 1979; Mannheim, 1993; Martín Criado, 1998; Bourdieu, 2008; entre otros). Bajo este enfoque, no podemos hablar de una “[...] determinación universalmente válida de los límites de la 'juventud'” (Allerberch y Rosenmayr, 1979:20) sino que más bien la juventud ha de ser entendida como un estatus social siempre condicionado por el contexto social e histórico. Martín Criado (1998) apunta a que los jóvenes viven realidades tan diversas que probablemente lo único que tengan en común estas personas de una misma edad biológica sea la propia caracterización bajo el mismo término de “juventud”, por ello:

“[...] hablar de la 'juventud' es un despropósito teórico. La 'juventud' es un grupo nominal, sobre el papel; bajo el nombre se recubren situaciones que sólo tienen en común eso: el nombre. Plantear investigaciones que tengan como objeto-por sujeto de sus frases- la 'juventud' implica ignorar la dominación de clase: 'olvidar' la existencia de clases sociales y la problemática de la reproducción social de las diferencias” (Martín Criado, 1998: 88).

Dos de los grandes exponentes del enfoque nominalista, Mannheim (1993) y Bourdieu (2008), se pronuncian, de igual modo, en la línea del rechazo a la uniformidad que se esconde bajo el término “juventud” y en el reconocimiento de las diferencias. Mannheim, valedor de la noción de “generación”, señala que el hecho de pertenecer a una misma generación no implica necesariamente formar parte de un grupo social ya

que, para ello, además de este condicionante, las personas deben compartir, también, el mismo posicionamiento social y material, es decir, la misma condición de clase en el mismo periodo histórico y de ciclo vital. Bourdieu (2008), por su parte, rehúsa a la pretendida objetividad de la edad social y sitúa las diferencias entre diferentes grupos de edades en una lucha de poder entre “[...] dos formas de producción de sujetos derivadas de dos estadios sociales diferenciados, cada una de las cuales intenta imponer sus capitales específicos que les garanticen el acceso a las posiciones de poder de cada campo” (Brunet y Pizzi, 2013:30). Por tanto, desde la perspectiva de Bourdieu, la juventud viene dada no por la edad biológica sino por el conflicto en el establecimiento de los límites de cada estadio social y en el mantenimiento de sus estructuras. Las teorías desde el enfoque nominalista nacen, en parte, como respuesta a la visión empirista sobre la juventud que surge, también desde occidente, bajo la idea de acotar la juventud a un periodo con características más o menos coincidentes.

La sociología, al unísono de los cambios ocurridos en las sociedades industriales del siglo XX, comenzó a reparar en los jóvenes como un grupo con singularidades propias diversas a las de los adultos. Aunque, en un principio, sólo se consideró como objeto de estudio a los estudiantes, en contraposición con los adultos trabajadores y obviando “otras juventudes” (Taguenca Belmonte, 2016); la tendencia por explicar los rasgos definitorios de la juventud ha abarcado gran parte de los estudios sobre jóvenes hasta la actualidad. Como referentes de esta visión empirista, Brunet y Pizzi (2013) destacan tres grandes corrientes: aquella que entiende la juventud como ciclo vital, la que piensa en los jóvenes como una generación a la que le corresponde ser propulsora del cambio y del desarrollo y, finalmente, el enfoque biográfico, que considera la juventud como una etapa en el recorrido biográfico de cada individuo.

La distinción de la juventud como un ciclo vital, fruto de la influencia de la psicología a partir del siglo XIX, se produce bajo la consideración de que la juventud es una etapa conflictiva por naturaleza y se vincula a los jóvenes con la ruptura del orden social, circunstancia que apela a la necesidad de tomar medidas por parte de los poderes públicos y las administraciones (Urraco Solanilla, 2007:112). Adquiere, entonces, relevancia la perspectiva culturalista de la mano de la Escuela de Chicago. Parsons (1942) habla de cultura juvenil para explicar como la prolongación de la etapa educativa aleja a los jóvenes del sistema de clases y del sistema productivo y da lugar a una cultura juvenil, propia de este ciclo vital y diversa de la de los adultos, que se caracteriza por ser, “esencialmente hedonista” (Martín Criado, 1998:27), esto es, que se recrea en el disfrute y se aleja de la responsabilidad que conlleva el mundo adulto. Por su parte, Gil Calvo (1985) habla de una lógica del ocio para reconocer, igualmente, la vinculación de los jóvenes con la diversión y el esparcimiento, una lógica que atribuye, y coincidiendo con el enfoque biográfico que ahora veremos, como remedio de los jóvenes en el tiempo de espera que supone la juventud hasta la integración en el sistema productivo. Desde

esta perspectiva de la juventud como etapa vital, también se sitúa el discurso en torno a la búsqueda de identidad propia de los jóvenes. De la mano de Erikson (1972) la juventud se interpreta como un periodo en la vida de las personas donde se piensa la infancia y las perspectivas venideras y se prueban distintos papeles y roles sociales hasta encontrar una identidad satisfactoria. Pero como alberga Revilla (2001:115) tanto las formas de creación de identidad que se describen y que derivan de forma mayoritaria en extremismos o incoherencias (Lozano i Soler, 1994) como la realidad de una identidad propia (Feixa, 1989), no son procesos ni existencias sólidas para los investigadores y se suele hacer hincapié en el periodo de crisis de la identidad juvenil al tiempo que se exagera la consistencia y lucidez de la identidad adulta. Revilla propone un discurso de la búsqueda de identidad en la juventud que sí reconoce una identidad constante diversa de la identidad adulta.

Aunque la identidad personal seguirá sufriendo cambios a lo largo de la vida, estos cambios se producirán de una manera diferente a los cambios que ocurrieron en la etapa juvenil. Por tanto, en la búsqueda de identidad a los jóvenes se les representa “[...] no como personas carentes de identidad o en crisis constante, sino que los sitúa como individuos sujetos a una identidad suficientemente duradera como para ser tenida en cuenta independientemente de otras posibilidades de ser humanas” (Revilla, 2001:116). A pesar del dominio del enfoque de etapa vital en parte de los estudios sociológicos sobre los jóvenes, también ha suscitado críticas por su marcado acento adultocrático; por la valoración negativa de los jóvenes, ya sea de forma acusadora (etapa conflictiva) o exculpatoria (crisis identitaria) en contraposición con la vida adulta (Casal et al., 2006:26), y por la omisión de la diferencia de clases (Martín Criado, 1998).

Como consecuencia de los movimientos sociales de los años sesenta en occidente, con gran presencia de los movimientos estudiantiles, se comienza a pensar en los jóvenes como una generación revolucionaria a la que le corresponde luchar por el cambio social y se plantean valores diferenciados entre generaciones: “[...] los jóvenes representarían los valores asimilados al cambio social y al progreso, en detrimento de los adultos y ancianos, que representarían los valores asimilados a la tradición y a las raíces identitarias” (Casal et al., 2006:26). Se habla, entonces, de contracultura. De nuevo, en base a este enfoque, como afirma Martín Criado (1998), se obvian otros sujetos jóvenes y la relación entre clases: “[...] se identifica un grupo muy concreto -los activistas universitarios- como modelo metonímico de «la juventud» y se le convierte en sujeto de la historia independiente de las clases sociales” (Martín Criado, 1998:29). Dentro de este enfoque que asimila al joven con el cambio social, también podríamos situar lo que Revilla (2001) recoge como mitificación de lo juvenil, discurso empleado por los publicistas como apunta Urraco Solanilla (2007) y que se basa en el entusiasmo por las formas de hacer de los jóvenes. Formas de hacer que los adultos identifican con la innovación y por lo que se vuelven sobre los jóvenes para no quedarse a la cola del

progreso. Esa mitificación, sin embargo, conviene Revilla (2001), supone una contradicción respecto a la realidad social del joven que ocupa la posición de sujeto subalterno. Martín Criado (1998) destaca el surgimiento en los años setenta en el universo anglosajón de la teoría subcultural, resultado de las ideas marxistas, en contraposición a la visión de la juventud como generación rupturista *per se*. Para los defensores de la teoría subcultural (Cohen, 1972; Clarke, 1976; entre otros) los jóvenes no están exentos de la dominación de clases y ante la posición de sometimiento en la que se encuentran, los jóvenes negocian desde las subculturas juveniles su posición de clase, combaten a la cultura hegemónica, la burguesa, y también el conflicto con otras edades (Martín Criado, 1998:32). Martín Criado (1998) aunque admite el valor de esta teoría por incorporar en el estudio de los jóvenes la dimensión de clase, del mismo modo, considera que la teoría subcultural presenta a todo aquello, incluidos los jóvenes, que es lejano a la clase media, como un grupo combatiente a la clase dominante en la medida que lo son el conjunto de trabajadores.

Otro de los principales enfoques en la delimitación sociológica de la juventud, ha sido el enfoque biográfico o también conocido por enfoque de la transición (Gil Calvo, 1985; Galland, 1991; Furlong y Cartmel, 1997; Casal et al., 2006; entre otros). La juventud se define como un periodo de transición entre la infancia y la adultez, entendido por la transición que va de la escuela al trabajo y la emancipación familiar, en el que cada sujeto adopta un itinerario o camino propio marcado por las elecciones de carácter individual pero también por la intromisión de las instituciones públicas en los mencionados recorridos (Casal et al., 2006). Se reconoce, bajo este enfoque, una diversidad de itinerarios basada en las desigualdades en la estructura social y otros factores que pueden mediar en los mismos.

No obstante, Casal et al. (2006) distingue seis modalidades de transición prototípicas en función del nivel de éxito o fracaso y la temporalidad en la transición a la vida adulta, es decir, en base al grado de éxito y la linealidad temporal en la consecución de trayectorias en el plano laboral y respecto a la emancipación del entorno familiar. Así, los autores distinguen entre las trayectorias de transición precoz, la culminación prematura tanto de éxito laboral como en el ámbito de la emancipación familiar, una inserción laboral temprana causada por un periodo formativo breve que se acompaña de una emancipación precoz-la denominada trayectoria obrera- y la trayectoria vinculada a la familia. Entre las transiciones prolongadas en el tiempo, se advierte la trayectoria de inserción laboral y emancipación retardada por ciclos de formación alargados que pretenden culminar en éxito- conocida por la trayectoria de aproximación sucesiva-, la trayectoria caracterizada por la precariedad del mercado laboral y, finalmente, la trayectoria en la que los jóvenes quedan fuera durante largos periodos del entorno formativo y de trabajo- la llamada trayectoria errática o de bloqueo. Como matizan Casal et al. (2006) estas modalidades están adscritas a cada momento histórico y, por tanto,

son mudables. Sin embargo, sí se atreven a caracterizar algunas propiedades de las modalidades de transición actuales en el que llaman el “marco del capitalismo informacional”. Según los autores, actualmente se sucede una pausa en las trayectorias de éxito precoz y obreras y, por el contrario, las trayectorias de aproximación sucesiva y las de precariedad abarcan a un mayor número de jóvenes, hasta el punto de adquirir esta última la condición de emergencia social por el número de jóvenes que se encuentran en esta situación. El hecho mismo de que la sociología describa como problema social una modalidad de transición dice mucho del influjo de la sociología de la juventud en el diagnóstico y confrontación que del fenómeno realizan los organismos gubernamentales: “[...] la sociología de la juventud como ámbito del saber sobre la «cuestión juvenil» no es solo un marco interpretativo, sino que los discursos que se producen desde ella sirven de soporte a los dispositivos que luego se diseñan desde el ámbito público” (Brandán Zehnder, 2014:52).

Retomando el enfoque biográfico, Brunet y Pizzi (2013) plantean ciertas hipótesis que se han desarrollado bajo esta perspectiva. Por un lado, la diversidad de las trayectorias ha propiciado la idea de la individualización de los recorridos vitales de los jóvenes (Beck y Beck-Gernsheim, 2002) al mismo tiempo que pierden resonancia en las trayectorias individuales los modelos de clase social e identidades colectivas. No obstante, Brunet y Pizzi (2013) recogen la puntualización de algunos autores al indicar que a pesar de que la herencia social puede no ser transmitida de manera efectiva en diversos estratos de la sociedad por no poder trasladar de padres a hijos el horizonte laboral, social y simbólico de los progenitores (Bourdieu, 1988; Gil Calvo, 2005 y Esping-Anderson, 2000); las condiciones estructurales y de clase son todavía aspectos relevantes en las trayectorias biográficas de los jóvenes más allá de la diversidad de trayectorias (Furlong y Cartmel, 2001 y Serracant (coord.), 2008).

Por otro lado, se considera que las instituciones tradicionales como la familia, las instituciones educativas o el trabajo no estructuran, en la actualidad, de forma concluyente las biografías de los jóvenes por lo que las decisiones individuales alcanzan mayor transcendencia en sus trayectorias (Brandán Zehnder, 2014). Nilan (2011), no obstante, se muestra escéptico de aplicar en las culturas no occidentales la teoría de la individualización de las trayectorias que defienden algunos autores puesto que además de los deseos personales debemos considerar, más si cabe, las relaciones de poder desiguales en relación al mercado de trabajo internacional, las negociaciones familiares y las influencias de las culturas locales, entre ellas las que enfatizan, por ejemplo, los valores de colectividad:

“En culturas donde siguen sobresaliendo los valores colectivos, debe cuestionarse si las elecciones en las trayectorias profesionales y en el estilo de vida representan

aspiraciones individuales o reflejan un conjunto de negociaciones entre la persona joven y los parientes y miembros de la familia” (Nilan, 2011:22)¹⁵.

Otro aspecto que se ha resaltado desde el enfoque biográfico es el desvanecimiento de los límites de la juventud y, por ende, de la adultez. Se considera que la prolongación del periodo educativo, las dificultades en la inserción y estabilidad laboral y en el acceso a una vivienda propia, los cambios en los modos de convivencia y familiares, la construcción de la identidad social de las mujeres a través del trabajo y la combinación entre la familia de origen y la nueva son aspectos, entre otros, que explican la dilatación de la juventud (Galland, 1994) o, en palabras de otros autores, el hecho de no poder obtener lo necesario para lograr una vida adulta plena y definitiva difumina los límites entre jóvenes y adultos (Gil Calvo, 2005; Salvadó y Serracant, 2003; Gaviria, 2005 y Singly, 2005). Si para el enfoque biográfico la inserción laboral y la emancipación familiar son las cuestiones relevantes en la transición a la vida adulta, las dificultades o no materialización de las mismas puede poner en duda la definición de la juventud que se realiza bajo este enfoque (Brunet y Pizzi, 2013) aunque como aclaran Casal et al. (2006) la emancipación plena no debería entenderse como un punto final en la trayectoria del individuo sino como un “indicador de posición social adquirida” que no supone “en ningún caso la posición social de llegada” (Casal et al., 2006: 33).

Arnett (2000) refiriéndose a los jóvenes de sociedades industrializadas propone el término “emerging adulthood” (adultez emergente) para describir una etapa definida en el curso de la vida que se sitúa entre la adolescencia y la juventud adulta. Para el autor, esta etapa se caracteriza por la experimentación de posibles trayectorias en el amor, el trabajo y incluso en las formas de ver el mundo. Una etapa en que convergen múltiples itinerarios “[...] en la que poco sobre el futuro se ha decidido con seguridad, en la que el alcance de la exploración independiente de posibilidades vitales es mayor para la mayoría de la gente que en cualquier otro periodo en el curso de la vida” (Arnett, 2000:469)¹⁶. Arnett argumenta que este lapso en la vida de los jóvenes se distingue de la adolescencia y la juventud adulta y se sostiene empíricamente por la inestabilidad demográfica; caracterizada por constantes cambios en el status residencial o en la inscripción en la educación, a nivel subjetivo; los jóvenes no se reconocen como adolescentes pero tampoco como adultos, y finalmente, también se distingue como una etapa donde la exploración identitaria que empezó en la adolescencia se consigue materializar experimentando diversas trayectorias de vida. Arnett deja entrever otras

¹⁵ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “In cultures where collective values remain salient, we must question whether career and lifestyle choices represent individual aspirations or reflect sets of negotiations between the young person and family/kin members.” (Nilan, 2011:22).

¹⁶ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] when little about the future has been decided for certain, when the scope of independent exploration of life's possibilities is greater for most people than it will be at any other period of the life course.” (Arnett, 2000:469).

características típicas de este periodo como el comportamiento de riesgo o el apego o desapego con la familia en función de la autonomía de los jóvenes o la permanencia en el hogar familiar.

Pese a todos los supuestos desarrollados desde el enfoque biográfico, al igual que ocurre con el enfoque del ciclo vital, a estos planteamientos se les achaca tratar de definir la juventud desde la perspectiva de los adultos, puesto que el objetivo atribuido a los primeros por parte de los segundos siempre es el de alcanzar una vida adulta plena entendida esta como el éxito en el plano laboral y en la construcción de una nueva unidad familiar, normalizando, así, las situaciones de vulnerabilidad que ocurren en la juventud y que, bajo este enfoque, forman parte del proceso de transición a la adultez (Brunet y Pizzi, 2013). Por otro lado, como señala Goodman (1971) hablando de las dificultades en la integración de los jóvenes al mercado laboral, la desocupación e inactividad podría traducirse en una crisis en la construcción de la identidad juvenil, en línea con la crisis identitaria de la que hablábamos más arriba, que como añade Suarez Villegas (2011) de acuerdo con la idea de rotura de la cultura juvenil “[...] provoca en los jóvenes frustración y alejamiento de los centros de interés institucional y falta de incentivos en la participación social” (Suarez Villegas, 2011:350).

Revilla (2001), retomando en cierta medida la visión nominalista de la sociología de la juventud, añade el discurso sobre la diversidad juvenil para matizar muchos de los enfoques revisados que no incluyen esta heterogeneidad en sus postulados o que a pesar de reconocerla realizan igualmente tesis generales sobre los jóvenes. Desde la crítica que aboga por la diversidad, la mayoría de las manifestaciones sobre jóvenes solo se acomodan a una presunta mayoría de jóvenes o al grupo de jóvenes que aparenta ser el más representativo por lo que se ponen en duda los enfoques totalitaristas vistos hasta ahora, como el de los jóvenes rupturistas, las transiciones ideales a la vida adulta o la mitificación de lo juvenil, y se subraya la necesidad de distinguir entre la tipología de jóvenes desde múltiples aspectos. Uno de los aspectos a tener en cuenta en la sociología de la juventud y que se ha desestimado desde muchos de los enfoques, argumenta Farrugia (2014) siguiendo a Lefebvre (1991), es la importancia de la dimensión espacial en las trayectorias de transición y la cultura de los jóvenes, aunque sin caer en la dicotomía simplista entre jóvenes urbanos y rurales. Farrugia (2014) pone en entredicho la teoría de la modernidad de Giddens (1996) según la cual la globalización cultural y económica ha desdibujado, además de las identidades de clase y de género tradicionales como veíamos anteriormente, el peso de lo local en la construcción de las identidades juveniles. La modernidad de Giddens (1996) legitima la individualización de las trayectorias juveniles y un modelo universal de joven que es esencialmente urbano sin reparar, como apunta el autor, en los macro procesos estructurales y culturales que actúan también sobre los jóvenes del ámbito rural y que son los que producen las principales diferencias entre los espacios urbanos y rurales y los que explican de manera

más completa las identidades de los jóvenes contemporáneos. Así, Farrugia (2014) considera que tanto en el estudio de las trayectorias de transición como en el de las culturas juveniles se debe considerar las condiciones estructurales globales como las condiciones locales específicas que confrontan los jóvenes fuera y dentro de los entornos urbanos.

Como ejemplo, Farrugia (2014) expone como la globalización ha hecho inviable la vida de los jóvenes en algunos pueblos rurales basados previamente en el sector primario por lo que se han producido cambios demográficos y desigualdades entre los jóvenes que viven en las consideradas ciudades globales y aquellos que han permanecido en espacios rurales. Pero los cambios también han afectado a las propias ciudades, creando divisiones entre aquellas que son más globales y las que lo son menos o incluso provocando desigualdades localizadas dentro de las urbes (Farrugia, 2014:299-300). En el plano cultural, el autor manifiesta que los estudios sociológicos han posicionado la cultura juvenil como una cultura primordialmente urbana, mientras que se obvia la apropiación local de la simbología juvenil global por parte de los jóvenes rurales (Farrugia, 2014:303). Ambos aspectos vienen a destacar la importancia del espacio en las modalidades de transición y en las formas de practicar la cultura, subrayando la necesidad de incluir las consecuencias de la globalización y la modernidad desde una negada perspectiva rural y dejar de reproducir discursos vacíos sobre diferencias intrínsecas entre jóvenes urbanos y rurales.

Por último, otra de las corrientes surgidas recientemente desde occidente ha sido el desarrollo de la sociología de las generaciones que a pesar de las reticencias del enfoque nominalista se ha utilizado en numerosas ocasiones para delimitar cohortes de edad diferenciados a lo largo del tiempo y presentados en generaciones, si no tanto desde el campo sociológico sí desde otras disciplinas académicas y, más recientemente, en el ámbito periodístico y desde el punto de vista del marketing haciendo hincapié en los modos de comunicación y hábitos de consumo preferentes de las distintas generaciones. Se distingue, así, desde estos referentes las generaciones de los *baby boomers*, la generación X, los *millennials* o generación Y y la generación Z, por mencionar las clasificaciones más nombradas en las que cada generación comparte elementos comunes generados a partir de Eventos Significativos Generacionales (Martin Cuesta, Ibáñez, Tagliabue y Zangaro, 2009) que conforman sus rasgos definitorios. Bajo esta perspectiva, la generación *millennial*, bautizada por Howe y Strauss (2000) para referirse al conjunto de jóvenes norteamericanos y también conocida como la generación Y o la generación NET por su apropiación de internet como herramienta de uso masivo, formaría, hablando en términos generacionales, el objeto de estudio de esta investigación. A pesar de que no hay un consenso estable respecto a los años de nacimiento en los que se sitúan los cohortes de edad pertenecientes a esta generación, la mayoría de los autores fijan el límite entre los nacidos en la década de los 80 y 90

(Monteferrante M., 2010), los estudios a nivel global caracterizan esta generación o, más bien, la distinguen de otras generaciones por el hábil manejo de las nuevas tecnologías y la relevancia que les conceden en su vida diaria (Monteferrante M., 2010; Ramos Méndez y Ortega-Mohedano, 2017), una participación social individualista (Simonato y Mori, 2015), valores cercanos al posmodernismo en el proceso de aprendizaje (Taylor, 2005), el consumismo como estilo de vida (Simonato y Mori, 2015), y hasta por un humor irreverente (Valiente, 2015), entre otros elementos.

A modo de resumen, podemos concluir que la juventud es un constructo no natural y por tanto social cuya interpretación atiende a intereses socioculturales, económicos y políticos concretos y del todo cambiante en función de estos fenómenos en el espacio-tiempo. Todos los enfoques revisados-divulgados principalmente desde occidente- son intentos de clasificar y describir a la juventud desde el campo de la sociología en base a momentos sociohistóricos determinados. Hemos visto como desde la sociología se niega a la juventud como grupo social bajo el enfoque nominalista, como es considerada como una etapa vital, como un motor de cambio social o como un periodo de transición a la vida adulta, pero también se ha descrito como poseedora de una identidad propia, como un grupo de resistencia ante la cultura hegemónica, atravesada por la diversidad y la dimensión espacial y clasificada en base a una tipología de generaciones. Las perspectivas presentadas, consideradas como las más influyentes entre otros supuestos de la sociología de la juventud, constituyen la base teórica para aproximarnos, seguidamente, a las características de la juventud en la región mediterránea y, en particular, a las de los jóvenes de los cuatro países donde se centra la investigación. A través de esta revisión, a grandes rasgos, de las tendencias de la sociología de la juventud, no pretendemos con la investigación tomar a los jóvenes de la región mediterránea ni de cada país objeto de estudio como un todo, sino como un grupo con matices diferenciadores, variable y tremendamente heterogéneo del que poder obtener ciertos rasgos comunes definitorios asociados a un determinado espacio-tiempo y, por tanto, a unas determinadas circunstancias que hemos tratado también de caracterizar en el primer capítulo dedicado al contexto de los países mediterráneos tomados en cuenta para la investigación.

2.2 Los jóvenes en el Mediterráneo: similitudes y particularidades entre las dos orillas

En esta sección se persigue realizar una revisión de las condiciones estructurales y percepciones subjetivas de los jóvenes en la región mediterránea a través de una comparativa general entre los jóvenes en los países del Sur de Europa y los jóvenes de los países árabes mediterráneos atendiendo a cuestiones como su situación laboral, inclusión social, participación política, los procesos de transición a la vida adulta o la relación con distintas instituciones sociales como la familia, las instituciones educativas o los poderes públicos.

2.2.1 Empleo y formación

Cuando se habla de los jóvenes de la región mediterránea, ya sea para realizar una comparación entre países como individualmente por país, las investigaciones previas y los organismos públicos acostumbran a poner el foco en la situación laboral de los jóvenes. Una situación de vulnerabilidad e incertidumbre que comparten, en mayor o menor medida, tanto los jóvenes de la orilla Norte como los de la orilla Sur del Mediterráneo. Según estimaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)¹⁷ en el año 2017 la tasa de desempleo entre jóvenes de 15 a 24 años supera la barrera del 30% en la mayoría de países del Sur de Europa y en los países árabes mediterráneos, a excepción de Francia y Portugal con una tasa del 23%, del lado europeo, y de Argelia y Marruecos, entre los países árabes mediterráneos, con una tasa del 24% y 18% respectivamente. La tasa de desempleo juvenil en estos países supone el doble que la tasa de desempleo del resto de grupos de edad y más del doble en algunos casos como España, Italia, Egipto o Túnez. Las proyecciones que realiza la OIT para los años 2018 y 2019 se mantienen en valores similares en toda la región.

Contextualizando estas cifras, la tasa de desempleo juvenil de los países mediterráneos del Sur de Europa es superior a la media de la UE cuya tasa de desempleo juvenil según datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en el año 2016 era de un 18,9%¹⁸. Los países mediterráneos del sur de Europa superan esa cifra, desde Francia y Portugal con los porcentajes más bajos, hasta España y Grecia, países que poseen las cifras más altas. En lo que respecta a los países árabes mediterráneos, la región del Norte de África junto con la de Oriente Medio es la región con mayores tasas de desempleo juvenil en el mundo donde los jóvenes representan más del 40% del total de población desempleada y suponen menos del 17% de la fuerza de trabajo (ILO, 2017:16).

Las altas tasas de desempleo juvenil que caracterizan en la actualidad a los países del sur de Europa se deben como sugieren Eichhorst y Neder (2014) a un problema estructural que va más allá de los efectos cíclicos de la crisis y que apunta a carencias en la educación de los jóvenes y a otros aspectos institucionales del mercado laboral. Uno de esos aspectos es la flexibilidad del mercado de trabajo que se introduce a través del predominio de los contratos temporales entre los jóvenes, que adquieren mayoritariamente de forma involuntaria ante la falta de empleo de carácter permanente (Madsen, Molina, Møller y Lozano, 2013:331). En base a estos autores, las transiciones del mercado laboral entre los jóvenes de los países del Sur y Norte de Europa son desiguales, siendo más arriesgadas y precarias para los jóvenes

¹⁷ Las cifras han sido obtenidas de Data Finder, el explorador online de datos estadísticos de la OIT al que se puede acceder en el siguiente enlace: <http://www.ilo.org/wesodata/>

¹⁸ Tasa de desempleo juvenil que proporciona la OCDE para el año 2016 y que se puede consultar en: <https://data.oecd.org/unemp/youth-unemployment-rate.htm>

mediterráneos. Mientras que en los países nórdicos la flexibilidad laboral de los jóvenes se traduce en empleos a tiempo parcial que los jóvenes adquieren voluntariamente para poder compatibilizar con su formación, los jóvenes en el Sur de Europa están abocados a obtener trabajos temporales de menor salario. La brecha entre los dos bloques, el nórdico y el de los países del Sur, se ve, además, agravada por la falta de inversión social en el Sur y unos programas sociales con una orientación tradicionalmente más pasiva que en el Norte (Madsen et al., 2013:332), por lo que además de estar más expuestos a la flexibilización del mercado laboral los jóvenes del Sur de Europa se encuentran menos protegidos por las medidas de protección de empleo. Las condiciones desiguales entre el Norte y el Sur de Europa se ponen también de manifiesto en la situación laboral de las mujeres jóvenes al Sur de Europa, mucho más proclives que los hombres a quedarse sin empleo, a pasar de la ocupación a la inactividad y, por el contrario, con mayores dificultades que ellos para transitar de la desocupación al empleo, una brecha de género en la ocupación de los jóvenes que no es tan acusada en el Norte (Madsen et al., 2013:338).

Moreno Mínguez y Crespi (2017) estiman que son las mujeres las que se especializan en las labores de cuidado en los países del Sur de Europa y las que en mayor medida deben conciliar su vida laboral y familiar. Respecto a esa conciliación, el modelo destacado en los países del Sur de Europa es al mismo tiempo conservador y corporativista apuntan las autoras. Por un lado, es conservador puesto que la familia desempeña un papel más fundamental que en otros países como institución social y sobre ella recaen muchas de las responsabilidades en su cuidado. Por otro lado, es corporativista ya que el régimen de bienestar está diseñado en base a la condición ocupacional de los ciudadanos. Ante esta doble óptica, “La condición de las mujeres está actualmente caracterizada por la necesidad de encontrar el difícil equilibrio entre diferentes roles y demandas de tiempo” (Moreno Mínguez y Crespi, 2017:3)¹⁹. Esta realidad puede explicar, en parte, la mayor desocupación entre las mujeres jóvenes al Sur de Europa y su ardua transición laboral, unas dificultades que se extienden más allá de la juventud a lo largo de su trayectoria profesional.

Atendiendo a las percepciones que los jóvenes del Sur de Europa tienen sobre el empleo y su propia estabilidad económica, Eurofound la agencia de la UE para la mejora de las condiciones de vida y de trabajo concluía en 2014 que el porcentaje de jóvenes que experimenta algún tipo de privación sería haba aumentado en Europa respecto al 2007 y en especial, en algunos países miembros del Sur como España, Grecia o Portugal. En la Encuesta Europea sobre la calidad de vida de 2016 (Eurofound), los jóvenes encuestados (18-24 años) de los países del Sur de Europa junto con los de los países del Este se mostraban más pesimistas que los del Norte y Centro del continente sobre la

¹⁹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “The women’s condition is currently characterised by the need to find a difficult balance between different roles and time demands” (Moreno Mínguez y Crespi, 2017:3).

probabilidad de encontrar un trabajo de similar salario en caso de pérdida del empleo actual. El pesimismo aumenta si nos situamos en la franja de edad de 25 a 34 años. Las diferencias en las impresiones de los jóvenes al Norte y Sur de Europa se evidencian también a la hora de juzgar su situación financiera. Así se refleja en la encuesta sobre los jóvenes europeos llevada a cabo en 2017 por la TUI Foundation donde la mayoría de los jóvenes encuestados (16-26 años) en los países del Sur consideran que su situación financiera ha empeorado frente a los jóvenes de los países del Norte que perciben una mejora en su situación, de ahí que en Francia, España y Grecia los jóvenes califiquen su situación de mala frente al mayor optimismo de Alemania, Polonia o Reino Unido. A pesar de las impresiones actuales, los españoles, italianos y, en menor medida, los franceses creen que su situación mejorará en el futuro en línea con el resto de países y a excepción de los griegos que son los más pesimistas entre todos los jóvenes encuestados (TUI STIFTUNG, 2017:81-83).

El empleo entre los jóvenes de los países árabes mediterráneos está fuertemente condicionado por diversos factores. En primer lugar, la población de estos países es notoriamente joven. Se calcula que casi el 30% de la población en la región MENA tiene entre 15 y 29 años y otro tercio es menor de 15 (UNDP, 2016:5). Esta población mayoritariamente joven, conocida por el término en inglés *youth bulge*, es producto de la disminución en la mortalidad infantil y unas tasas de fertilidad permanentes a partir de la segunda mitad del siglo veinte (Murphy, 2012b:7) que ha provocado que en la actualidad y en el futuro próximo un gran porcentaje de la población de la región se encuentre en edad de trabajar. Para muchos esta cuestión supone una oportunidad en términos de productividad y desarrollo de estos países ya que la población activa se encuentra en máximos al tiempo que la población dependiente, gente mayor y menores de edad, disminuye o se estabiliza (Domingo y Bayona, 2009:189). No obstante, el llamado dividendo demográfico puede suponer un problema cuando no se dan las circunstancias estructurales ni la voluntad institucional para que se haga efectivo (Assaad y Roudi-Fahimi, 2007; UN, 2010; Jiménez Araya, 2011; Martín, 2011a; Bardak, 2015; Camozzi et al., 2015). Las altas tasas de desempleo juvenil entre los jóvenes árabes mediterráneos y otros indicadores que trataremos a continuación así lo sugieren.

El peso de la economía sumergida muy presente en Egipto y Marruecos, ver apartados 1.4.3 y 1.4.4, es otra de las cuestiones que caracteriza el empleo entre los jóvenes árabes mediterráneos (Martín, 2011b; Barsoum, 2012). Martín y Bardak (2012:9) estiman que más de 20 millones de jóvenes en los países árabes mediterráneos, normalmente hombres con cero o baja formación trabajan en empleos informales que les permiten únicamente sobrevivir sin muchas perspectivas de mejora en el futuro. La pobreza entre los trabajadores jóvenes de los países árabes (en su conjunto) ha crecido desde 2007 mientras que las cifras de pobreza se mantienen entre los trabajadores adultos, aproximadamente un 28% de los jóvenes trabajadores en los países árabes es pobre frente a un 19% de los trabajadores adultos (ILO, 2017:20). La propagación del empleo

informal o de bajos ingresos entre los jóvenes de la región contrasta con la dependencia por el sector público en estos países (UNDP, 2016) que tradicionalmente emplea a una cantidad importante de la población. La preferencia de los jóvenes árabes por el empleo público, que ofrecer mayor estabilidad y beneficios laborales que el sector privado (Farah, 2017:62), choca, sin embargo, con la realidad en tiempos de crisis institucional y por la incapacidad de absorber la cantidad de jóvenes en edad de trabajar.

No obstante, el deseo por parte de los jóvenes árabes por obtener un empleo público con los beneficios que ello conlleva ocasiona que muchos jóvenes con formación se mantengan largos periodos desempleados a la espera de conseguir un empleo estable con unas buenas condiciones laborales (Singerman, 2007; Chatman House, 2012:10; Silver, 2017:28). Al declive del sector público hay que añadirle la incapacidad del sector privado para crear empleo a gran escala que responda a la demanda de los jóvenes árabes (UN, 2010; Al-Momani, 2011). Tholen (2015:35-36) refiriéndose a los jóvenes de los países árabes mediterráneos enumera algunos factores clave del desempleo juvenil en estos países. Según el autor, la discrepancia entre las necesidades del mercado laboral y las habilidades y conocimientos proporcionados por el sistema educativo (Amirah Fernandez, 2008; Martín y Bardak, 2012) es sólo una de las razones que, en menor medida, está detrás de las altas tasas de desempleo entre los jóvenes. Para Tholen (2015) la falta de demanda laboral destinada a los jóvenes con formación es un problema de la parte demandante, es decir, del propio mercado laboral “[...] asociado con la estructura del crecimiento de la productividad y la inversión (= condiciones macroeconómicas desfavorables)” (Tholen, 2015:35)²⁰. La transición demográfica que ha provocado la incorporación de un gran conjunto de jóvenes a la fuerza del trabajo, la segmentación y rigidez del mercado laboral y el gasto poco transparente en el sector público son otros factores que influyen en la falta de empleo entre los jóvenes de los países árabes mediterráneos (Tholen, 2015:35-36).

Por otro lado, detrás de las dificultades de algunos jóvenes de obtener un empleo formal está también el nepotismo instalado en los países árabes (Maïche et al., 2016), conocido por el término árabe *wasta*, que en detrimento de la meritocracia fuerza a muchos jóvenes a depender de las redes de contacto para poder acceder a un trabajo, circunstancia que acaba favoreciendo a los jóvenes de entornos influyentes (UNDP, 2016). La relevancia de las conexiones sociales para encontrar un empleo es una cuestión tan asumida entre los jóvenes árabes mediterráneos que tal y como reflejan los datos de la cuarta ola del Barómetro Árabe²¹ llevada a cabo durante los años 2016 y

²⁰ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] associated with the structure of output growth and investment (= unfavourable macro-economic conditions)” (Tholen, 2015:35).

²¹ La cuarta edición del Barómetro Árabe incluye entrevistas cara a cara en 7 países árabes (Argelia, Egipto, Jordania, Líbano, Marruecos, Palestina y Túnez) con una media de 1.200 encuestados por país mayores de 18 años. La muestra total está compuesta por 9.000 encuestados de los que para fines de este análisis se extraen exclusivamente las respuestas de los jóvenes encuestados entre 18 y 30 años de Argelia (522), Egipto (311), Marruecos (429) y Túnez (287). Por tanto, los porcentajes presentados a lo largo del texto

2017 la mayoría de los jóvenes encuestados en estos países considera que la práctica de la obtención de un empleo a través de redes de contacto está extremadamente extendida. Esta visión es muy compartida entre los jóvenes egipcios y tunecinos, un 70 % y un 77% respectivamente así lo expresan, y, aunque en menor medida, entre los jóvenes argelinos y marroquíes, 61% y 57% de los encuestados en estos dos países lo reconoce (Arab Barometer, 2018).

Para contrarrestar las limitaciones en el empleo de los jóvenes, Jeffrey y Dyson (2013) afirman que, en regiones del Sur Global, como Asia, Latino América y África, se está imponiendo una idea neoliberal de la emprendeduría que lleva a los jóvenes de estas regiones a responsabilizarse de su futuro emprendiendo su propio negocio. Una perspectiva, defienden los autores, apoyada por instituciones occidentales como el Banco Mundial, basada en la responsabilidad individual al tiempo que se deja de invertir en servicios encaminados a la mejora del empleo y los problemas sociales. Ante el discurso neoliberal, los jóvenes del Sur Global no sólo asimilan o rechazan estas ideas, también crean sus propios significados sobre el individualismo y la acción de emprender por lo que combatir simplemente las ideas neoliberales en estas regiones es una solución insuficiente para Jeffrey y Dyson (2013: R2).

Al igual que en los países europeos mediterráneos, la brecha de género en el mundo laboral es muy acentuada en los países árabes de la región mediterránea. A pesar de que la participación de las mujeres en el mercado laboral ha sufrido un incremento en los países árabes en su totalidad, la brecha de género en cuanto a la participación en la fuerza de trabajo entre los jóvenes se mantiene alrededor del 30% y esta mejora en la participación no significa una mejora directa en la empleabilidad de las mujeres jóvenes, se traduce también en tasas de desempleo entre las mujeres jóvenes superiores a las de los hombres de la misma edad (ILO, 2017:14). La expansión de la educación en la región que ha propiciado la accesibilidad de las mujeres a la educación superior tampoco ha mejorado las tasas de desempleo, es más, si a menor nivel educativo menor es la tasa de participación de la mujer en la fuerza de trabajo (Tholen, 2015), se da la circunstancia de que cuanto mayor es el nivel educativo mayor es la tasa de desempleo entre las mujeres (Martín, 2011a; CAWTAR, 2017; Farah, 2017). Las constricciones sociales y culturales también afectan la empleabilidad de las mujeres jóvenes en los países árabes mediterráneos (UNDP, 2016). Barsoum (2012:48) sostiene que en los países árabes muchas mujeres formadas que no han podido acceder a un empleo público optan por quedarse en casa y rechazan aquellos trabajos que no sean de cara al público donde se ha de compartir espacio con compañeros varones, normalmente en pequeñas empresas privadas, ya que de esa forma se podría poner en entredicho su reputación. La

corresponden al cruce de variables aplicado a la muestra compuesta por los jóvenes de estos cuatro países. Las respuestas integras como los detalles metodológicos de la cuarta edición y de ediciones anteriores se encuentran disponibles para su descarga en el siguiente enlace: <http://www.arabbarometer.org/instruments-and-data-files>

restricción en la movilidad geográfica entendida como las dificultades de muchas mujeres de desplazarse fuera del hogar para acceder a la educación superior o a un empleo, la falta de redes de contacto-*wasta*- y de habilidades técnicas requeridas en el mercado laboral son obstáculos añadidos en el acceso y conservación del empleo entre las mujeres jóvenes de los países árabes mediterráneos (CAWTAR, 2017).

La encuesta anual 'Arab Youth Survey' realizada anualmente por la consultora ASDA'Á Burson-Marsteller²² y dirigida a jóvenes de entre 18 y 24 años de 16 países de la región MENA concluye como resultado de la encuesta de 2017 que para la mayoría de los jóvenes encuestados el desempleo es el mayor obstáculo en el desarrollo de la región, por encima del terrorismo de Daesh que supuso el mayor obstáculo en el año anterior (ASDA'Á Burson-Marsteller, 2017:21). Además, el aumento del coste de la vida es considerado la principal dificultad en el desarrollo de la región para uno de cuatro jóvenes encuestados (2017:21). En la encuesta de 2018 la lucha contra el terrorismo ocupa la primera prioridad de la región para el 34% de los encuestados, pero le sigue de cerca la creación de empleos bien remunerados, una prioridad para la región para el 30% de los encuestados (ASDA'Á Burson-Marsteller, 2018:17). Esta percepción de los jóvenes árabes acerca del empleo y el coste de la vida coincide con los resultados del proyecto Sahwa (ver sección 1.2.1), un proyecto para conocer las percepciones y perspectivas de los jóvenes de los países árabes mediterráneos que revela que para los jóvenes participantes en el proyecto el empleo, la situación económica y el estándar de vida se encuentran entre los mayores problemas (Maïche et al., 2016:21-22). No sorprende, por tanto, que, dada la preocupación de los jóvenes árabes por la situación económica y el empleo y las dificultades asociadas con el acceso a un trabajo, la acción de emprender un negocio propio resultará una opción viable para los jóvenes, al menos, en el 2009. Este año los jóvenes árabes se mostraban más proclives a emprender que los jóvenes de Norte América y Europa, un 15% de los jóvenes árabes mostraban el deseo de emprender un negocio en el próximo año frente a un 4% en las otras dos regiones según datos del informe llevado a cabo por la consultora Gallup y la organización Silatech acerca de las actitudes de los jóvenes árabes sobre el empleo y la emprendeduría (Silatech-Gallup, 2010:16). A pesar de las ganas por iniciar su propio negocio, la mayoría de los jóvenes encuestados para el informe se inclinaban hacia la obtención de un empleo público frente a uno en el sector privado, preferencia que recogería también, años más tarde, Farah (2017).

²² La firma de relaciones públicas asentada en los Emiratos Árabes Unidos ASDA'Á Burson-Marsteller realiza esta encuesta anualmente desde el año 2008. El Washington Post publicaba en octubre de 2017 un artículo donde alertaba del peligro de las encuestas no científicas en el mundo árabe. Entre ellas, se incluye 'Arab Youth Survey' por el pequeño tamaño de la encuesta, 150 encuestados por país, por la poca información que ofrece respecto a la elección de los aspirantes y por un supuesto conflicto de intereses puesto que el gobierno de los Emiratos Árabes Unidos es la institución que encarga el estudio. El artículo está disponible en el siguiente enlace: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2017/10/20/the-dangers-of-survey-research-in-the-arab-world/?utm_term=.2293b8e1553c

Como hemos visto, podemos encontrar ciertas similitudes respecto al empleo y las transiciones del mercado laboral de los jóvenes al Norte y Sur de la región mediterránea que difiere con el resto de Europa u otras regiones. Los países de la región mediterránea se caracterizan por altas tasas de desempleo que afectan especialmente a la población joven. No obstante, como matiza Tholen (2015) el desempleo afecta de forma desigual a los sectores juveniles del Norte y Sur del Mediterráneo. Mientras que en los países del Sur de Europa cuanto menor es el nivel de estudios entre los jóvenes mayor es la tasa de desempleo (a partir de 2011 el desempleo también afecta a jóvenes con mayor formación en estos países), en los países árabes mediterráneos el desempleo es más flagrante entre jóvenes con educación superior (Tholen, 2015:41).

Otro punto en común que influye en la empleabilidad de los jóvenes de ambas orillas apunta Tholen (2015:41-42), es la segmentación del mercado laboral y la desigualdad entre los jóvenes entrantes al mercado y los trabajadores senior que monopolizan el empleo. En los países del Sur de Europa esto afecta en la flexibilidad en el empleo de los jóvenes que, como hemos visto, muchas veces no les queda más remedio que aceptar trabajos temporales mal retribuidos a la espera de algo mejor (Madsen et al., 2013). En cuanto a la orilla Sur del Mediterráneo, la segmentación del mercado laboral restringe el acceso de los jóvenes a trabajos en ciertos sectores como el público (Tholen, 2015).

De otra parte, las políticas redistributivas y de fomento de empleo a ambos lados son insuficientes para paliar los efectos del desempleo entre los jóvenes y tanto en el Norte como en el Sur de la región el entorno cercano de los jóvenes, parientes y amigos, suponen una red de apoyo en estas circunstancias (Tholen, 2015: 42). Las limitaciones en las medidas de protección de empleo en el caso de los países del Sur de Europa (Madsen et al., 2013) y la muy recurrida *wasta* por parte de los jóvenes a la hora de encontrar un trabajo en los países árabes mediterráneos (UNDP,2016) son reflejo del papel que asume el entorno social respecto a la situación laboral de los jóvenes en el Mediterráneo. La relación de la mujer con el mercado laboral, aunque dista mucho entre ambas orillas, se caracteriza en ambos casos por mayores tasas de desempleo respecto a los hombres (realidad extrapolable a muchas otras regiones del mundo) y mayores dificultades en la transición al mercado laboral. Las constricciones sociales y culturales como la difícil conciliación laboral y familiar de las mujeres jóvenes en los países del Sur de Europa (Moreno Mínguez y Crespi, 2017) y las restricciones en la movilidad geográfica (CAWTAR, 2017) o el no acceso a un empleo en el sector privado (Barsoum, 2012) en el caso de las jóvenes en los países árabes mediterráneos afectan de manera decisiva la entrada e itinerario de las mujeres jóvenes en el ámbito laboral. Finalmente, a nivel subjetivo, tanto los jóvenes europeos mediterráneos como los árabes califican su situación laboral y financiera, al menos, como difícil. Los estudios al Norte del Mediterráneo reflejan pesimismo entre los jóvenes acerca de su situación laboral actual y respecto al pasado (Eurofound, 2014; TUI STIFTUNG, 2017) aunque, en el caso de algunos países, se muestran más optimistas de cara a una mejora de su situación en el

futuro (TUI STIFTUNG, 2017). Para los jóvenes árabes mediterráneos las condiciones laborales y económicas son una de sus mayores preocupaciones tanto a nivel personal (Maïche et al., 2016) como para el desarrollo de sus países (ASDA´A Burson-Marsteller, 2017).

Una de las cuestiones recurrentes a la hora de analizar el desempleo entre los jóvenes es, como hemos visto, la calidad de la educación y el nivel educativo de los jóvenes en la región mediterránea. En lo que respecta a los países del Sur de Europa, la misma Comisión Europea (2012:264) reconocía que los países escandinavos y del Norte de Europa han diseñado un sistema educativo y formativo que fomenta la creatividad de los estudiantes en mayor medida que el sistema educativo de los países del Este y Sur de Europa. A pesar de ello, las cifras en cuanto al logro de niveles de educación superior son altas a pesar de la complicada transición de los jóvenes de estos países de la escuela al trabajo. El porcentaje de jóvenes entre 20 y 24 años que ha completado la educación secundaria superior es alto en todos los países del Sur de Europa y no existen grandes diferencias entre los dos bloques de países, Norte y Sur de Europa, como sí ocurría con las cifras de desempleo juvenil. Alrededor del 80% de los jóvenes en la mayoría de estos países ha completado ese nivel de formación en base a datos de 2016 (Eurostat, 2018a). Por encima de esa cifra está Grecia (91%), Francia (87%) e Italia (81%) aunque no llegan al 80% en España (70%), Portugal (77%) o Malta (77%). La media de la UE está en el 83%. Si nos fijamos en el porcentaje de población entre 30 y 34 años que ha completado la educación terciaria en el año 2016, las cifras bajan drásticamente a la mitad (Eurostat, 2018b). Mientras que la media de la UE se encuentra en el 39%, algunos países del Sur de Europa superan incluso esa cifra como Grecia (42%), Francia (43%) y España (40%)—en el caso español, el buen dato, al menos respecto a la media de la UE, de jóvenes que han completado la educación terciaria contrasta con las cifras sobre educación secundaria superior donde España es de los países con cifras más bajas de la UE. Italia (26%), Portugal (34%) y Malta (29%) están por debajo de la media de la UE en la obtención del nivel de educación terciaria entre personas de 30 a 34 años de edad (Eurostat, 2018b).

Sobre el porcentaje de jóvenes que ni trabajan ni estudian, conocidos por las siglas en inglés *NEET* (neither in employment nor education and training) existen diferencias sustanciales entre los países europeos. Los países escandinavos y del Norte y centro de Europa se sitúan por debajo de la media de la UE (16%) en 2016 en porcentaje de jóvenes NEET (Eurostat, 2018c). Entretanto, los países del Sur de Europa superan, en mayor o menor medida, esta media. A pesar de que no hay grandes diferencias en la obtención del nivel de educación secundaria superior entre los dos bloques de países, los jóvenes de los países del Sur de Europa que no se encuentran dentro del sistema educativo tampoco ocupan el mercado laboral en la medida que sí lo hacen los jóvenes del Norte y centro de Europa. El país del Sur con mayor porcentaje de jóvenes en esta situación es Italia, un 29% de jóvenes italianos entre 20 y 24 años ni estudian ni trabajan en 2016. Al

igual que Italia, España (21%), Grecia (23%) y, en menor medida, Francia (18%) y Portugal (17%) superan la media de la UE. La mayoría de estos jóvenes en aproximadamente todos los países de la OCDE viven en el hogar parental o en unidades con al menos un miembro adulto igual o mayor de 30 años, este dato es mayor en algunos países del Sur de Europa como Grecia y Portugal (Carcillo, Fernández, Königs y Minea, 2015:25), por lo que se refuerza la tesis sobre el rol de la familia y del entorno social de los jóvenes en el Sur de Europa que en el caso de los jóvenes NEET suponen su principal fuente de manutención.

Es conveniente, no obstante, no tratar como un grupo homogéneo los jóvenes que se encuentran en esta situación ya que existen diferencias entre grupos de jóvenes, atendiendo, por ejemplo, al espacio, rural o urbano, donde habitan. En el caso de Portugal, la mayoría de jóvenes que ni estudian ni trabajan se concentran más en las zonas rurales que en regiones metropolitanas (Simõesa, Meneses, Luís y Drumonde, 2017). Como resultado de un estudio realizado por estos autores sobre jóvenes NEET en las islas Azores, considerada una región rural, los jóvenes que viven en su propio hogar presentan peores perspectivas de autoeficacia que aquellos participantes que habitan en el hogar parental. Esta desconexión entre autonomía y percepción subjetiva de la propia eficacia puede deberse, como exponen los autores a que “[...] en las zonas rurales las oportunidades para desarrollar las habilidades personales y, por tanto, de crear una sensación de competencia, son más dependientes de las actividades compartidas con los progenitores y la familia” (Simõesa et al., 2017:13)²³, incluyendo labores de cuidados en las caso de las mujeres y la participación informal en pequeñas empresas familiares del primer sector en el caso de los hombres. La mayoría de los jóvenes en Europa, por su parte, considera que el sistema educativo de sus países se adapta adecuadamente al mercado laboral. En ciertos países del Este y Sur de Europa como Grecia, España, Francia y Croacia, sin embargo, la mitad de los jóvenes sostiene lo contrario, los jóvenes de estos países encuestados en el Eurobarómetro 2016 del Parlamento Europeo (Nancy, 2016) considera que su sistema de educación nacional no coincide con las necesidades del mercado laboral.

En lo que respecta a los jóvenes de los países árabes mediterráneos, la inserción en la educación de estos jóvenes continúa estando por detrás de las cifras que se manejan para Europa u otras regiones occidentales. La Population Reference Bureau (2017) estima que en el año 2017 la tasa de matriculación en educación secundaria en los países del Norte de África era de 77% para los hombres y de 75% en el caso de las mujeres. Bajo el mismo indicador en Europa, tanto al Norte como al Sur, la ratio supera el 100%. La diferencia de género respecto a la tasa de matriculación queda, de alguna forma, compensada, ya que una vez matriculadas las mujeres alcanzan unas tasas de éxito

²³ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] in rural areas the opportunities for enacting personal skills and, thus, creating a sense of competence, are more dependent on activities shared with parents and family” (Simõesa et al.,2017:13).

educativo superiores a las de los hombres, al igual que ocurre en la mayoría de regiones del mundo (Farah, 2017:50). Pese a los avances en la inserción educativa, el analfabetismo sigue afectando a un porcentaje considerable de la población de estos países y tampoco los jóvenes están exentos a pesar de la mejoría respecto a generaciones anteriores. La UNESCO (UIS. Stat, 2018a) estima que en 2016 un millón y medio de la población del Norte de África entre 15 y 24 años era analfabeta y, entre ellas, un 58% eran mujeres (UIS.Stat, 2018b). Según datos de la European Training Foundation (ETF) (2014) el porcentaje de NEET en todos los países vecinos de la UE- incluye los países árabes mediterráneos y los países de Europa del Este recogidos en la Política Europea de Vecindad (PEV)- dobla aproximadamente la media de la UE. La brecha generacional, entre distintos grupos etarios como los menores de 25 y los que tienen de 25 a 29 años, y la brecha de género es más pronunciada en estas dos regiones que en los países miembros de la UE, siendo las mujeres y los jóvenes entre 25 y 29 años las cohortes más afectadas en estos países (ETF, 2014:4).

Más allá de las cifras respecto a la participación de los jóvenes en el sistema educativo, la calidad de la educación también se pone en entredicho. Los estudiantes en la región MENA obtienen peores resultados que la media global en dos de las evaluaciones internacionales en educación, el informe PISA, que pone a prueba la competencia de los estudiantes en ciencias, lectura y matemáticas, y el estudio TIMSS, que evalúa los conocimientos en ciencias y matemáticas (Farah, 2017:46). Como posibles causas, Farah enumera algunos retos del sistema educativo en la región. La desigualdad en el acceso a la educación que varía en función del nivel de ingresos, la geografía (Tholen, 2015:21), o el género (Farah, 2017:60) y que convive con la elitización de la formación en muchos países árabes donde hay más dependencia de la educación privada a la que sólo los jóvenes más privilegiados tienen acceso (Fergany, 2008:25; Cabasés, Feixa y Civit, 2015:159).

Por otra parte, la baja calidad de la enseñanza también se debe a la devaluación de la figura del profesor que ha pasado de ser una profesión respetada y reconocida en estos países a ser la última elección para los estudiantes universitarios que no han podido acceder a otras carreras. Los bajos salarios (Farah, 2017:55) y la poca calidad de las instituciones de enseñanza docente (Martín, 2011a:7) terminan por degradar la profesión. Como ya hemos comentado con anterioridad, para Farah (2017:61) como para otros autores (Amirah Fernández, 2008; Martín y Bardak, 2012), el desajuste entre la formación que reciben los estudiantes y el mercado laboral es otra de las razones que deteriora el sistema educativo, demasiado enfocado en los exámenes y la memorización como método de enseñanza y menos en incentivar la creatividad y el razonamiento analítico (Amirah Fernández, 2008:9; Fergany, 2008:24).

Otro problema en la educación de los jóvenes en los países árabes mediterráneos es la preferencia por enseñanzas en humanidades o ciencias sociales encaminadas al sector público en detrimento de la formación técnica o científica, menos atractiva para los

jóvenes (Fergany, 2008:24; Martín, 2011a:7). Aún con los problemas que presenta el sistema educativo, la importancia que concede la sociedad a la educación de los jóvenes es notable ya que representa una oportunidad de movilidad social y de mejora de estatus no sólo para el propio joven sino para todo su entorno (Farah, 2017:64). Coincidiendo con la opinión de los expertos, la mayoría de los jóvenes árabes en el Norte de África y en la región del Levante y Yemen se muestran insatisfechos con la formación que reciben en sus países dirigida a los trabajos del futuro, un 66% de los jóvenes de ambas regiones encuestados en el 'Arab Youth Survey' de 2017 (ASDA´A Burson-Marsteller, 2017:25) así se manifiestan. Esta cifra contrasta con la de los países del Golfo donde el 80% de jóvenes encuestados declara sentirse satisfecho con la formación recibida (2017:25). En la encuesta de 2018, la modernización del sistema educativo debería ser una prioridad según el 29% de los encuestados de toda la región, erigiéndose, así, como la tercera prioridad para la región después de la lucha contra el terrorismo o la creación de empleo de calidad (ASDA´A Burson-Marsteller, 2018:17).

2.2.2 Exclusión/Inclusión social y transición a la vida adulta

Como recoge Silver (2007) analizar a la juventud desde la perspectiva de exclusión social complementa y trasciende otras aproximaciones a la juventud que se realizan desde la óptica de los jóvenes como capital humano- los jóvenes como valedores del cambio social (Casal et al., 2006) o la del curso de vida-enfoque biográfico (Gil Calvo, 1985; Galland, 1991; Furlong y Cartmel, 1997; Casal et al., 2006; entre otros). La exclusión social "[...] es un proceso multidimensional de ruptura social progresiva que aleja a grupos e individuos de las relaciones sociales y de las instituciones y evita que participen plenamente de las actividades normales y prescritas normativamente de la sociedad en la que viven" (Silver, 2007:15)²⁴. En términos estadísticos, existen ciertos indicadores que emplean las organizaciones gubernamentales para determinar el grado de inclusión o exclusión social de los jóvenes. El organismo europeo de estadística, Eurostat, por ejemplo, incluye la permanencia en el hogar parental, el riesgo de pobreza, la privación material o la convivencia en hogares con una intensidad baja de trabajo como señales del grado de inclusión social de los jóvenes. En el año 2016 el porcentaje de jóvenes entre 18 y 24 años que se encuentran en riesgo de pobreza o exclusión social en los países del Sur de Europa es superior a la media europea, un 30% frente al casi 50% de los jóvenes que se encuentran en esa situación en Grecia, un 40% en España o un 36% en Italia (Eurostat, 2008d). Justo por debajo de la media europea están Francia y Portugal, con un 29%. Aunque el porcentaje de jóvenes entre 16 y 29 años que se encuentra en una situación de privación material severa no es alto en base a los últimos datos disponibles de 2013, ni en la media de la UE ni, en general, en los países del Sur

²⁴ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: "[...] is a multidimensional process of progressive social rupture, detaching groups and individuals from social relations and institutions and preventing them from full participation in the normal, normatively prescribed activities of the society in which they live" (Silver, 2007:15).

de Europa, algunos de estos países superan la media de la UE de un 10%, como Italia (12%), Croacia (14%) y Portugal (12%). Grecia, al igual que ocurre respecto a los jóvenes en riesgo de pobreza o exclusión social, se encuentra por encima de la media de la UE con un 24% de los jóvenes griegos que padecen una privación material severa en 2013. El porcentaje de estos jóvenes en España y Francia sólo es de un 6% (Eurostat, 2018e).

Respecto al porcentaje de jóvenes que viven en unidades familiares con baja intensidad laboral, como ocurre con el resto de indicadores sobre inclusión social presentados hasta ahora que proporciona Eurostat, en el año 2013 los países del Sur de Europa exceden la media de la UE también en esta materia, sólo Francia y Malta se posicionan por debajo con un 8%, 7% y 6% respectivamente (Eurostat, 2018f). En lo que respecta a los países árabes mediterráneos no existe ningún organismo que incluya a nivel transnacional indicadores estadísticos específicos que determinen el grado de exclusión social de los jóvenes en estos países, aunque sí numerosos estudios que mencionan la exclusión social de los jóvenes en la región y algunos factores determinantes, como veremos a continuación.

En el año 2007 Silver identificaba ciertas similitudes y diferencias entre los principios de exclusión social de los jóvenes en Europa y en la región MENA que, en la actualidad, continúan siendo legítimas para autores como Tholen (2015) a la hora de comparar, en concreto, los países del Sur de Europa y los países árabes mediterráneos. Entre las similitudes entre las dos regiones que recogen ambos autores se encuentran algunas realidades que ya hemos considerado como el desempleo juvenil, dentro de Europa más acuciante además en el Sur, y la segmentación del mercado laboral entendida como la desigualdad entre los nuevos entrantes al mercado laboral, los jóvenes, y los trabajadores con mayor antigüedad (ver apartado anterior). Y es que tener trabajo tampoco es una garantía de inclusión para algunos jóvenes. En 2013 alrededor de un 10% de jóvenes de entre 15 y 29 años en la mayoría de los países del Sur de Europa se encuentra en riesgo de pobreza a pesar de estar trabajando (Eurostat, 2018g). En los países del Norte de África la pobreza laboral es todavía mayor, en 2017 uno de cada cuatro jóvenes vive en una situación de pobreza, aunque la situación ha mejorado respecto hace una década donde uno de cada tres jóvenes trabajadores era pobre (ILO, 2017:19-20). Sin embargo, la cuarta ola del Barómetro Árabe llevada a cabo durante los años 2016 y 2017 recoge un visible optimismo entre los jóvenes de los países árabes mediterráneos respecto al nivel de su economía familiar. La mayoría de los encuestados en Argelia, Egipto, Marruecos y Túnez califican la actual situación económica en sus hogares como buena, cerca del 60% o más de los jóvenes en los cuatro países así se manifiestan y entorno al 25%, por encima o por debajo en función del país, creen, por el contrario, que su situación es mala (Arab Barometer, 2018).

Otra de las causas mencionadas por Silver (2007,2017) y por Tholen (2015) como síntoma del grado de inclusión social de los jóvenes es la extensión de los periodos formativos de los jóvenes que de manera interrelacionada con el desempleo han

generado tanto en Europa como en los países de Oriente Medio un retraso en la edad del matrimonio y en la edad de salida del hogar parental y, por tanto, un retraso en la formación de nuevas unidades familiares (2007:6). Este retraso en las diferentes etapas conlleva, en muchos casos, un riesgo para la autonomía personal y económica de las personas jóvenes. En el año 2014 los jóvenes de 25 a 29 años que todavía permanecían en el hogar familiar se sitúan por encima de la media europea en varios países del Sur de Europa, dato que contrasta de nuevo con la mayor independencia de los jóvenes al Norte y Centro de Europa. Mientras que un 40% de la población de la UE de esa franja de edad vive con sus padres, en Malta, Italia, Croacia, España, Portugal y en Grecia, el país que acumula mayor porcentaje de estos jóvenes viviendo en el hogar parental, alrededor del 60% o más de los jóvenes viven con sus padres (Eurostat, 2008h). La excepción la presenta Francia donde el porcentaje de jóvenes de 25 a 29 años que todavía viven con sus padres es inferior al 20%. El riesgo de estar en situación de pobreza aumenta, además, cuando los jóvenes no viven con sus padres.

Iacovou distinguía en el 2002 un modelo emancipación residencial de los jóvenes propio de los países del Sur de Europa donde la independización de los jóvenes es tardía y acostumbra a producirse a través de la formación de la pareja y el matrimonio. En el resto de Europa, por el contrario, el matrimonio ha ido perdiendo relevancia como trayecto a seguir después de dejar el hogar parental (C. Buchmann y Kriesi, 2011). Ciertos autores (Iacovou, 2002; Billari, 2004; C. Buchmann y Kriesi, 2011) hablan de una división entre el Norte y el Sur de Europa en cuanto a los tipos de formación familiar y residencial, una división que se produce de igual forma con cuestiones como el empleo de los jóvenes y la educación (ver apartado anterior). Mientras que en los países nórdicos la salida del hogar parental se realiza a una edad temprana donde predomina la cohabitación y el nacimiento de descendientes fuera del matrimonio, al Sur de Europa prevalece la tendencia opuesta (C. Buchmann y Kriesi, 2011:490). Según datos de Eurostat (2018i) del año 2016 todos los países del Sur de Europa excepto Francia superan la media de la UE respecto a la edad de salida de los jóvenes del hogar parental situada en 25 años. Malta es el país miembro donde los jóvenes se independizan con mayor edad, 30 años, seguida, entre los países del Sur, por Croacia e Italia con 29, España y Portugal con 28 y, finalmente, Grecia con 27.

Junto con la emancipación residencial tardía en el Sur de Europa, la edad de contraer matrimonio ha sufrido un retraso significativo en todo el continente. Si en los 90 en la mayoría de los países europeos los jóvenes se casaban con edades inferiores a los 30 años, en 2015 en la mayoría de los países de los que se disponen las cifras la edad de contraer matrimonio ha aumentado entre tres y cinco años de media en toda Europa, el aumento es más visible en los países del Sur y entre las mujeres (2018j). Correlativo con la salida del hogar parental y la edad de matrimonio es la edad de nacimiento del primer hijo entre las mujeres jóvenes que se sitúa en los 28 años de edad como media de todos los países de la UE. Algunos países del Sur de Europa vuelven a estar por encima de la

media europea como Grecia, España, Italia dónde, con datos de 2015, se estima que las mujeres tienen su primer hijo a los 30 años y a los 29 en Portugal (2018k).

Bosch Meda (2017) afirma que, pese a la teoría de individualización de los procesos de transición, las diferencias en cuanto a los procesos de emancipación residencial entre los países europeos muestran que los factores estructurales y culturales sí influyen en los procesos de transición residencial de los jóvenes en Europa. La tasa diferenciada de desempleo juvenil entre los países europeos, la dependencia económica de los jóvenes del Sur de Europa hacia su entorno familiar y la política de vivienda de los países del Sur, más orientada a fomentar la vivienda en propiedad que al mercado del alquiler y del alquiler social, explicarían estos procesos desiguales de emancipación entre los jóvenes europeos (Bosch Meda, 2017).

En los países árabes mediterráneos, por su parte, una de las principales vías de salida del hogar parental para la mayoría de los jóvenes es el matrimonio a pesar de que cada vez resulta más complicado contraer matrimonio en toda la región por los costes asociados, unos costes que son mayores a los que tuvieron que asumir generaciones anteriores (Barsoum, 2012). La falta de estabilidad económica entre los jóvenes de los países árabes mediterráneos es la principal causa en el retraso de la edad de matrimonio (Singerman, 2007; Yusuf, 2008; Barsoum, 2012), cercana a los 30 años de edad en algunos países del Norte de África (Fargues, 2005:46; Arab League, 2007a:3), y que ha provocado el aumento del porcentaje de mujeres jóvenes solteras en muchos países árabes (DeJong y El-Khoury, 2006). El coste de la vivienda y los gastos de la celebración son, además, otras dificultades añadidas (Martín, 2011a:10). El matrimonio en los países árabes no sólo supone la manera de conseguir una plena inclusión social en aquellas sociedades donde el valor de la familia destaca por encima de otras cuestiones también es la única vía legítima que tienen los jóvenes para mantener relaciones sexuales (Murphy, 2012b). El matrimonio es también visto entre muchos jóvenes árabes como un deber religioso. Como menciona Amirah Fernández (2008:9) algunos jóvenes se valen de las ayudas caritativas que ofrecen las organizaciones islámicas para poder contraer matrimonio. Otros jóvenes, por otra parte, se acercan a la religión de manera que puedan sentirse integrados y respetados a pesar de no estar casados, <<paradójicamente, mientras que en otros lugares del mundo la religión lleva a algunos al celibato voluntario, en las sociedades arabo-islámicas es el celibato forzado (aunque sea temporal) el que acerca a muchos a la religión>> (Amirah Fernández, 2008:9). Si el apartado 2.1 mencionamos la prolongación de la juventud como una característica destacada por algunos autores más bien propia de occidente, para los jóvenes de los países árabes esta prolongación de la juventud supone un impedimento directo en su deseo de transitar a la adultez a través del matrimonio (Sánchez García, 2013:58).

Ante la imposibilidad de contraer matrimonio a edades más tempranas por no poder asumir los costes que ello conlleva, entre los jóvenes de algunos países árabes han surgido alternativas informales al matrimonio y nuevas aproximaciones a la vida íntima

y a la sexualidad (Singerman, 2007). Entre estas alternativas encontramos el denominado matrimonio urfi, una unión clandestina que permite mantener relaciones sexuales desde el punto de vista religioso, pero no que no conlleva ninguna obligación legal ni está reconocido por el estado (Yusuf, 2008:82), o los matrimonios de verano (DeJong y El-Khoury, 2006:849) que posibilitan una unión temporal, también furtiva, a veces con personas extranjeras que residen en el país de forma momentánea. Estas opciones no suelen contar con el beneplácito del entorno de los jóvenes por lo que refuerzan la alineación de los jóvenes respecto al ámbito familiar más que su independencia (Murphy, 2012b:10-11).

En el caso de las mujeres, además, el no reconocimiento legal del matrimonio puede dar lugar a situaciones de desamparo ante la ruptura del acuerdo o el nacimiento de hijos dentro de dicha unión puesto que el padre no está obligado a reconocerlos (Yusuf, 2008). Por otro lado, para algunas mujeres jóvenes de los países árabes el matrimonio puede suponer también una forma de violencia cuando se producen matrimonios prematuros o pactados (UNDP, 2006: 8; Karam, 2009:196). Para Singerman el retraso en la edad de matrimonio en los países MENA es también un fenómeno causado por la extensión de la educación de las mujeres jóvenes, unas mayores oportunidades de empleo para las mujeres y por el cambio de valores propiciado por la globalización (Issam Fares Institute for Public Policy and International Affairs y American University of Beirut, 2011:27). Singerman afirma que el número de mujeres solteras en los países árabes ha aumentado considerablemente. Son mujeres, normalmente con niveles educativos altos, que deciden permanecer solteras o que no han encontrado una pareja apropiada para ellas y que tienen que encontrar la manera de mantener su estatus en la sociedad a pesar de su soltería (2011:27). Para ello, algunas mujeres solteras e independientes económicamente optan por otra alternativa al matrimonio convencional llamado Matrimonio *Misyar* o transitorio, propio de Arabia Saudí pero que se ha extendido por otros países del Golfo y Egipto, donde los conyuges no están obligados a convivir y donde las condiciones de la relación, como tener hijos, se especifican en el contrato matrimonial (Singerman, 2007:29). Según Camozzi et al. (2017) el estado de espera en el que se encuentran los jóvenes árabes mediterráneos, una característica propia también de los países del Sur de Europa y de otros contextos geográficos, se puede analizar desde una perspectiva de género ya que los procesos sociales que han producido el retraso en la transición a la vida adulta están marcados por el género, como cuando “[...] los hombres, supuestamente quienes sostienen la familia, permanecen desempleados o se casan más tarde y las mujeres postponen el matrimonio y la maternidad porque estudian más” (Camozzi et al., 2017:5)²⁵. La prolongación de la juventud es, por tanto, también una cuestión de género.

²⁵ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] with supposedly breadwinning men remaining unemployed and marrying later and young women postponing marriage and maternity because they study more” (Camozzi et al., 2017:5).

Otro factor que unido al retraso en la edad de matrimonio puede suponer un motivo de exclusión social entre los jóvenes árabes es la salud reproductiva y sexual. Bull (2011:32-33) sostiene que tradicionalmente el hecho de que los jóvenes árabes no mantengan relaciones sexuales antes del matrimonio ha permitido que el porcentaje de infecciones de transmisión sexual y de embarazos no deseados entre los jóvenes sea bajo en la región, no obstante, advierte que dilación del matrimonio, la falta de información adecuada – la ONU en 2010 afirmaba que solo la mitad de los jóvenes árabes tenía conocimientos sobre las enfermedades de transmisión sexual (UN, 2010)- y las normas sexuales que reprimen su sexualidad puede derivar en un mayor riesgo para los jóvenes. DeJong y El-Khoury (2006) añaden que los servicios de salud en los países árabes no están suficientemente adaptados a las necesidades de los jóvenes y la reserva de la sociedad en general a tratar cuestiones relacionadas con la salud reproductiva y sexual de los jóvenes ha limitado la legislación, la política y programas encaminados a mejorar esta situación. Como consecuencia de todo ello, un informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo estimaba en 2006 que los problemas relacionados con la salud reproductiva de las mujeres representaban un 12,5% del total de problemas de salud en toda la región árabe (UNDP, 2006:8).

Volviendo a la comparativa que establecen Silver (2007, 2017) y Tholen (2015) sobre la exclusión social entre los jóvenes de los países árabes mediterráneos y Europa- Tholen se refiere a los jóvenes europeos mediterráneos en concreto- otra de las similitudes entre ambas regiones que manifiestan los autores es el papel que juega el estado y el rol determinante de la familia en la transición de los jóvenes a la vida adulta. Los países de la orilla Norte y Sur del Mediterráneo, salvando las diferencias entre ambas orillas y entre países, se caracterizan por la limitada aportación del estado al régimen del bienestar y una red familiar que trata de suplir dicha carencia. En Europa los lazos familiares que se establecen en los países del Sur de Europa difieren de la menor dependencia de las relaciones familiares en los países del Norte de Europa que han institucionalizado las necesidades individuales frente a la solidaridad familiar típica del Sur (C. Buchmann y Kriesi, 2011) y donde las propiedades individuales como el género, la clase social etc. resultan menos determinantes que en los regímenes de bienestar del Sur de Europa (C.Buchmann y Kriesi, 2011). Visanich (2017) reconoce que la mayor autonomía que poseen los jóvenes respecto a sus predecesores es una autonomía todavía condicionada por la familia en el Sur de Europa. Una autonomía condicionada no solo a nivel financiero sino en el plano de la toma de decisiones.

La familia con su apoyo económico y emocional minimiza la ansiedad que genera en los jóvenes la individualización de los procesos de transición, que convierte a los jóvenes en únicos responsables de sus circunstancias y elecciones. Los jóvenes del Sur de Europa, con Malta como caso de estudio, experimentan, por tanto, una individualización institucionalizada según la autora por la familia (2017). Pau Serracant (2015), por su

parte, pone de ejemplo otra región del Sur de Europa, en este caso Cataluña, para describir el impacto de la crisis económica en las trayectorias de los jóvenes donde concluye que las dificultades en la coyuntura económica han perpetrado la prolongación de la juventud, las transiciones lineales-no se prueban otras opciones para minimizar riesgos-, la reversibilidad de las trayectorias- se pasa de la ocupación a la inactividad o de la autonomía residencial al retorno al hogar parental-, la permanencia de las trayectorias típicas y se incide en la familia como medio de apoyo para afrontar la transición a la vida adulta.

En lo que respecta a los países árabes mediterráneos, las políticas sociales llevadas a cabo por el estado también tienen un efecto limitado en la vida de los jóvenes. Paciello y Pioppi (2017) argumentan que las reformas neoliberales implementadas en esta región han transformado el intervencionismo del estado en el mercado de trabajo y el rol de la familia. En concreto, las autoras manifiestan que los regímenes de esta región han dejado de lado la política de ofrecer un empleo público, como ya tratamos en el apartado anterior, a los graduados universitarios y han ido encaminadas a reducir la fuerza del trabajo del sector público al tiempo que encomendaban la responsabilidad de la creación de empleo al sector privado y a los propios jóvenes a través del autoempleo (Paciello y Pioppi, 2017:6-8). Al igual que en la orilla Norte del Mediterráneo, los recortes en los servicios sociales han reforzado el papel de la familia como atenuante ante la falta de políticas sociales y la residencia con la familia se ha prolongado para los jóvenes árabes mediterráneos por la falta de recursos y el aumento de los costes de vida para contraer matrimonio y/o emanciparse (Paciello y Pioppi, 2017:9-10). A nivel cultural, la lealtad hacia la familia y la unidad colectiva son pilares fundamentales de la sociedad árabe y el dialogo y comunicación que se establece en el entorno familiar suele ser un buen indicativo del grado de participación de los jóvenes en la sociedad (Sawaf,2011:25). Para Singerman (2007) la familia actúa como una institución política en la vida social, económica y política de los jóvenes y se encarga de aspectos como “[...] la educación de los niños, la crianza, asegurar el empleo, negociar la burocracia e involucrarse con la elite política, establecer y mantener negocios, ahorrar dinero, promover la moralidad y el estatus, distribuir recursos e información, asegurar el crédito, organizar la migración y vigilar la sexualidad” (Singerman, 2007:36)²⁶. El código de familia afecta, en especial, a las mujeres jóvenes de los países árabes mediterráneos que, en algunos casos, tienen que obtener el permiso de un familiar varón para trabajar, emprender un negocio o viajar (CAWTAR, 2017:5).

²⁶ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] educating children, childrearing, securing employment, negotiating the bureaucracy and engaging with the political elite, establishing and maintaining businesses, saving money, promoting morality and status, distributing resources and information, securing credit, organizing migration, and policing sexuality” (Singerman, 2007:6).

Pero también se ha producido, como apunta Austin (2011:92), un cambio generacional entre las jóvenes árabes que ha debilitado no sólo la autoridad parental sino el orden patriarcal como consecuencia de los procesos de individualización y de una mejora en las libertades individuales de las mujeres jóvenes. A pesar de las similitudes generalizadas respecto al rol del estado y la familia en toda la región mediterránea, Tholen (2015) advierte que, si en los países árabes mediterráneos se asume que son las propias familias o las comunidades quienes deben hacerse cargo de muchas de las responsabilidades en materia de política social, en los países miembros de la UE y a pesar de las diferencias nacionales, es al estado al que se le asume mayoritariamente estas competencias (Tholen, 2015:9).

Uno de los efectos más visibles de la exclusión social que afecta tanto a los jóvenes del Sur de Europa como a los jóvenes de los países árabes mediterráneos es la emigración. En el caso de los jóvenes al Sur de Europa, la Comisión Europea señalaba que entre el 2010 y el 2011 la emigración desde los países miembros de la UE del Sur de Europa había aumentado un 45%, sobre todo, desde España y Grecia. La mayoría de los jóvenes emigrantes eran jóvenes bien formados con estudios en el tercer sector (European Commission, 2012:158). Los estudios muestran que la emigración reciente de los jóvenes desde países del Sur de Europa es una elección motivada por los efectos de la crisis. El Eurobarómetro dedicado a los jóvenes europeos conducido en el año 2016 recoge que la movilidad forzada, es decir, jóvenes que han tenido que abandonar sus países a causa de la crisis, ha afectado en torno al 40% de los jóvenes en algunos países del Sur de Europa como Grecia o Portugal frente sólo el 15% de jóvenes europeos en su conjunto que declaran haberse sentido obligados a emigrar a causa de la crisis (Nancy, 2016:15). Van Mol (2016) reafirma los datos que refleja el Eurobarómetro cuando concluye que los flujos migratorios de los jóvenes entre países europeos deben su origen a las dificultades económicas. La movilidad se convierte en una necesidad más que en una opción para los jóvenes, y como reflejo plantea el desajuste entre el trabajo que desempeñan los jóvenes en el país de destino y la formación recibida (2016:1316).

En lo referente a la migración de los jóvenes en los países árabes mediterráneos, en el año 2013 los jóvenes migrantes (15-24 años) suponían un 15% del total de la población migrante en la región del Magreb y el Mashreq. Marruecos con un 17% y Egipto cercano al 23% son los dos países de cada región, junto con el estado de Palestina en el caso del Mashreq, con los porcentajes más altos de jóvenes migrantes (United Nations Economic and Social Commission for Western Asia y International Organization of Migration, 2015:75). La opinión de los jóvenes árabes mediterráneos vertida en el Barómetro Árabe acerca de sus deseos de emigrar confronta con los datos sobre la emigración de los jóvenes en Egipto y se acerca más a la realidad marroquí. Casi un 76% de los jóvenes egipcios encuestados en la cuarta ola del Barómetro Árabe afirma no haber considerado emigrar de su país. En Marruecos, en cambio, algo más de la mitad de los encuestados, un 54%, ha barajado esta opción. El mismo porcentaje, 54%, de los jóvenes tunecinos

no tiene pensado emigrar a otro país y algo más del 58% de los jóvenes argelinos tampoco lo contempla (Arab Barometer, 2018).

Tras las razones por las que se decide emigrar, la mayoría de los jóvenes en los cuatro países, sobre todo, en Egipto y Marruecos, declara hacerlo por motivos económicos. Entre los jóvenes argelinos y tunecinos, también es destacable el deseo de emigrar al mismo tiempo por razones económicas y políticas, alrededor de un 30% de los encuestados en ambos países tiene en cuenta este doble motivo (Arab Barometer, 2018). El informe de La Comisión Económica y Social para Asia Occidental de las Naciones Unidas (CESPAO/ ESCWA en inglés) y la Organización Internacional para las migraciones (OIM/IOM en inglés) reconoce que, aunque muchos jóvenes árabes emigran junto a sus padres o por razones de estudio, probablemente la mayoría son trabajadores migrantes (ESCWA y IOM, 2015:76). La migración producida del Sur hacia el Norte del Mediterráneo ha desatado la creencia de que la realidad demográfica de la región mediterránea, déficit de población joven en la orilla Norte y abundancia en el Sur, ha sido la causante de los movimientos migratorios del Sur hacia el Norte desoyendo así las motivaciones de índole económica. Domingo i Valls y Bayona i Carrasco (2009) pero desmienten esta hipótesis y defienden que la movilidad de los jóvenes árabes hacia la ribera norte del Mediterráneo está motivada primordialmente por las circunstancias económicas (2009:189-190). Idea que comparten otros estudios sobre la migración de los jóvenes árabes (UNDP, 2016:27). La inmigración hacia el Sur de Europa ha sido especialmente intensa entre los jóvenes de la región del Magreb. Gil Alonso, Domingo i Valls y Bayona i Carrasco (2011:61-62) consideran que la llegada de inmigrantes procedentes del Magreb ha coincidido con la expansión de la educación y el empleo en la ribera Norte del Mediterráneo y este hecho ha suscitado que los inmigrantes magrebíes hayan ocupado en los países del Sur de Europa puestos de trabajo de baja cualificación, y salario y condiciones laborales precarias.

En cualquier caso, en los países árabes mediterráneos emigrar supone una de las principales motivaciones de un gran número de jóvenes en la región (Martín, 2011a) y, al igual que en la ribera Norte, se ha producido el fenómeno calificado como “fuga de cerebros” entre jóvenes formados que esperan emigrar a algún país del Golfo u Occidente y obtener un empleo mejor retribuido (Al Khouri, 2008: 15; Nielsen, 2011:36). En la encuesta conducida por Gallup y Silatech (2010) sobre la relación entre los jóvenes árabes y el empleo, un 30% de los jóvenes árabes encuestados manifestaron su deseo de emigrar permanentemente a otro país si tuvieran la oportunidad. Para estos jóvenes, la obtención de un empleo o encontrar un trabajo mejor es el principal factor que les permitiría quedarse en su país de origen. La mayoría de los jóvenes árabes encuestados que desean emigrar comparten un interés por empezar su propio negocio, son conscientes de la existencia de los servicios de fomento del empleo y prefieren un empleo en el sector privado que en el empleo público (Silatech-Gallup, 2010:19), una prioridad que contrasta con la predilección de los jóvenes árabes por el empleo en el

sector público, manifestado en el apartado anterior, y del que se desprende que el deseo fallido o el desencanto por encontrar un empleo público en sus países de origen es un desencadenante en la movilidad de los jóvenes árabes. La emigración de los jóvenes cuando no una oportunidad de mejora personal puede suponer un motivo de exclusión social. En la región mediterránea, Silver (2007) establece una diferencia entre ambas orillas del Mediterráneo respecto a la emigración interna de los jóvenes como causa de exclusión social. Mientras que en Europa la emigración de los jóvenes desde el ámbito rural a los espacios urbanos no supone un problema, en Oriente Medio continúa siendo motivo de obstáculo para los jóvenes de origen rural (Silver, 2007:21).

Una de las preocupaciones que se ha propagado en torno a la migración de los jóvenes árabes hacia Europa u otras regiones de Occidente es la relación directa entre la inmigración y la delincuencia o el terrorismo. Se presupone, en muchas ocasiones, que la dificultad en la integración de los jóvenes en los países de destino puede derivar en procesos de radicalización ante el sentimiento de desarraigo de estos jóvenes respecto a la sociedad en la que viven. Sin embargo, como expone Moreras (2015) la confrontación entre los referentes transmitidos por la familia y las instituciones de origen y los que experimentan los jóvenes en el nuevo medio social no siempre tiene un efecto nocivo y frente a la actitud rupturista que rompe tanto con el entorno familiar como con el nuevo contexto social caben otras reacciones de rechazo a referentes pasados o de superación o reivindicación en clave de adaptación al nuevo espacio. Para Moreras (2015) las instituciones sociales ya no son dispositivos de socialización efectivos para los jóvenes que adoptan posicionamientos rupturistas ante la falta de legitimidad de instituciones como la familia o la mezquita y para los que las interpretaciones más radicales del islam sirven como una institución refugio descontextualizada y autoabastecida y que no ha de mediar con los referentes europeos.

En contraposición también con la relación directa que establecen los discursos que vinculan a los jóvenes en riesgo de exclusión social con la práctica de actividades como la delincuencia o el terrorismo o como individuos cuya meta es salir de la situación de exclusión en la que se encuentran en base a un cálculo individual y racional, para Hashemi (2017), refiriéndose a los jóvenes de Oriente Medio, las aspiraciones de los jóvenes en contextos de pobreza no están motivadas por el extendido discurso sobre la irracionalidad o racionalidad individual como respuesta a la exclusión, sino por la influencia que ejercen las apreciaciones culturales y las interacciones sociales en sus elecciones. Es decir, para la autora los jóvenes se adhieren a actos irracionales o hacen elecciones racionales no como respuesta directa e individual a la exclusión, sino que esas elecciones están ligadas a unas aspiraciones dentro de ciertos valores culturales. Esta teoría llamada racionalidad ligada a las aspiraciones es la que defiende Hashemi (2017) para explicar las acciones de los jóvenes de contextos marginales de Oriente Medio frente al discurso sobre la racionalidad o irracionalidad de los jóvenes. Así, podemos explicar como la mayoría de los jóvenes en riesgo de exclusión social en Oriente Medio

y el Norte de África no comete actos delictivos o como a pesar de las altas tasas de desempleo muchos jóvenes pasar largos periodos desempleados hasta encontrar un trabajo acorde a sus aspiraciones, como ya hemos mencionado anteriormente.

En esa misma línea se pronuncia Barsoum (2012:42) que muestra recelo ante la teoría de la individualización de las trayectorias de vida de los jóvenes (Beck y Beck-Gernsheim, 2002) sobre todo en países árabes con ingresos medios-bajos donde, sin la pretensión de restar agencia a los jóvenes, en la transición a la vida adulta las oportunidades y elecciones de los jóvenes se ve limitadas por la coyuntura económica. El informe sobre desarrollo humano para la región árabe de 2016 (UNDP:2016) concluye que los jóvenes en los países árabes están menos satisfechos que los jóvenes de otras regiones respecto a la plena integración social, política y económica en sus sociedades y en cuanto a su capacidad para ejercer alguna influencia sobre su futuro. Esta exclusión afecta especialmente a las mujeres jóvenes, a jóvenes de países en conflicto o a jóvenes desplazados o refugiados.

Con todo, a pesar de las particularidades de cada orilla y país, las transiciones a la vida adulta de los jóvenes en los países árabes mediterráneos y en los países del Sur de Europa- también en otros contextos de occidente- muestran patrones y tendencias compartidas que “[...] sugieren la hipótesis de la convergencia de elementos estructurales y políticos que enmarcan las transformaciones contemporáneas de los jóvenes”²⁷ donde los modelos de transición en ambas regiones son cada vez menos lineales y están cada vez menos arraigados en la tradición y en la transmisión de valores entre generaciones y más en la cotidianidad y en los recursos al alcance de los jóvenes (Camozzi et al., 2015: 66-67).

2.2.3 Participación política y social

En términos de participación, si hay algún suceso que ha marcado la actividad política y social contemporánea de los jóvenes en la región mediterránea este ha sido los movimientos anti-austeridad o movimiento de “indignados” al Sur de Europa y las movilizaciones o revueltas ocurridas durante la llamada “primavera árabe” en los países árabes mediterráneos. Ambos acontecimientos ocurridos prácticamente en el mismo lapso de tiempo, surgidos entre finales de 2010 en el Norte de África y 2011 al Sur de Europa, y a pesar de que no fueron movimientos liderados exclusivamente por la juventud, como se ha señalado ya en numerosas ocasiones (Fuster Morell, 2012; Achcar, 2013; Peterson, Wahlström y Wennerhag, 2015; Desrues, 2015; Colombo, 2016:7), sí lograron congregarse a una gran cantidad de jóvenes bajo lemas compartidos desde ambas orillas. Para della Porta y Mattoni (2014) los movimientos ciudadanos en el Mediterráneo forman parte de lo que las autoras denominan “movimientos de la crisis”

²⁷ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] suggest the hypothesis of a convergence of the structural and political elements which frame the contemporary transformation of youth” (Camozzi et al., 2015:66).

y que engloban también otros contextos geográficos como las revueltas en Islandia, Turquía, Brasil o el movimiento *Occupy Wall Street* en los Estados Unidos, todos bajo un mismo contexto de crisis económica pero también política. Cabasés, Feixa y Civit (2015) observan ciertos elementos comunes a uno y otro lado del mar Mediterráneo que pudieron motivar las acciones de los jóvenes durante estas olas de protesta. Por un lado, las dificultades económicas por las que atraviesan los jóvenes; altas tasas de desempleo (Martín, 2011a; Gómez de Caso Villar, 2014; UNDP, 2016:27), obstáculos en la transición a la vida adulta (Jimenez Araya, 2011) etc., contempladas en apartados anteriores, y, por otro lado, un sentimiento de desafección hacia el sistema político y las limitaciones de la participación ciudadana (UN, 2010:4; Al-Momani, 2011; G. Khouri y Shehata, 2011; Jimenez Araya, 2011; Cabasés, Feixa y Civit, 2015:153). Murphy (2012a) refiriéndose a las revueltas de los países árabes, habla de estos movimientos como reflejo de un cambio generacional en “[...] ideas, información, preferencias políticas y modos de comportamiento” (Murphy, 2012a:2)²⁸. Respecto al desempleo juvenil como causante de los movimientos sociales, muy pronunciado a ambos lados del Mediterráneo, Gómez de Caso Villar (2014) considera que estas protestas se deben leer desde la subjetividad de los jóvenes que no han tenido la oportunidad de construirse una identidad como trabajadores puesto que muchos no han podido participar de la fuerza del trabajo y, de ahí, que el activismo tradicional y sindical como las huelgas generales de trabajadores haya tenido menos protagonismo en estos movimientos. Así, se entiende como previamente a las protestas anti-austeridad del Sur de Europa los jóvenes de estos países que habían pertenecido en el pasado a sindicatos o que no pertenecían a ninguno eran más proclives a participar en manifestaciones que aquellos que formaban parte de algún sindicato, según datos de la Encuesta Social Europea publicada en 2012 con datos del 2010 (Campos Lima y Martín Artiles, 2013:355) Gómez de Caso Villar (2014:86-88) sugiere que esta forma de protestar mediterránea vivida a ambos lados de la región podría ser la precursora de un tipo de protesta que se está globalizando. Entre las reivindicaciones que resonaron a ambos lados del mediterráneo, algunas compartidas como el cambio del sistema electoral y mayor transparencia gubernamental (Cabasés, Feixa y Civit, 2015: 166) y otras más particulares como el rechazo hacia el intervencionismo de los grandes poderes económicos en el Sur de Europa (Cabasés, Feixa y Civit, 2015:166) o las demandas de libertad y justicia social en las revueltas árabes (Barsoum, 2012:48).

Pero ambas movilizaciones plantearon objetivos compartidos que pasan por la mejora del nivel de vida y bienestar de los ciudadanos a través de la democratización del sistema político y participativo “Lo que se reivindica no es la reducción de la pobreza, sino el retorno de los mecanismos de control y decisión para reducirla” (Cabasés, Feixa y Civit, 2015:166). En la misma línea, Campos Lima y Martín Artiles (2013) afirman que las

²⁸ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] ideas, information, political preferences and modes of behaviour” (Murphy, 2012a:2).

protestas de los jóvenes al Sur de Europa se han de entender “[...] no sólo como una expresión del empeoramiento de las condiciones económicas y sociales, pero ante todo como una expresión de motivación metapolítica, que refleja el grado de insatisfacción con el funcionamiento de la democracia y las respuestas del sistema político a los problemas económicos y sociales” (Campos Lima y Martín Artiles, 2013:347)²⁹. Este reclamo por parte de los participantes de estos movimientos explica el alto grado de desconfianza institucional de los jóvenes a ambos lados del Mediterráneo que se distingue de la actitud de los jóvenes al Norte de Europa, por lo general, de mayor confianza institucional (Cabasés, Feixa y Civit, 2015:182). Un estudio paneuropeo acerca de la percepción de los jóvenes sobre Europa revela que los jóvenes de los países del Sur tienen bajos niveles de confianza hacia los representantes políticos nacionales. Los porcentajes de desconfianza política en Portugal, Italia, España o Grecia superan de forma significativa la media europea (60%) que iguala Francia (European Broadcasting Union, 2016). Según un informe de Eurofound (2014) el nivel de confianza de los jóvenes hacia las instituciones al Sur de Europa ha sufrido un declive con respecto a los datos de 2007 y, debido a la crisis económica, se argumenta. No obstante, este descenso es algo menor que el observado en grupos de mayor edad (Eurofound, 2014:21).

Cabasés, Feixa y Civit (2015) en un estudio multivariable con datos de la Encuesta Social Europea (ESS) y la Encuesta Mundial de Valores (EMV) concluyeron que el perfil individual de los jóvenes (género, grupo de edad, empleabilidad etc.) en los países de la región mediterránea, en su conjunto, no es lo que determina la desconfianza política de los jóvenes mediterráneos sino la coyuntura socioeconómica de la región (desempleo, desigualdad, sistema político...). Sólo el nivel educativo constituye una característica individual que puede afectar al grado de confianza institucional, a cuanto menor nivel educativo de los jóvenes en la región mediterránea menor confianza política (Cabasés, Feixa y Civit, 2015:182). El último Barómetro Árabe recoge a lo largo de varias preguntas la confianza institucional de los jóvenes árabes. Entre los jóvenes árabes mediterráneos encuestados la mayoría se decanta por afirmar no confiar nada o confiar poco en el gobierno a excepción de los jóvenes egipcios entre los que la confianza hacia el gobierno es la opción más votada por un 36% de los entrevistados. Menos confianza aún les merece a los jóvenes de los cuatro países los partidos políticos donde más del 50% de los jóvenes en Argelia, Marruecos y Túnez declara no tener ninguna confianza en los partidos políticos y un 42% en Egipto (Arab Barometer, 2018).

Una muestra de esta desconfianza de los jóvenes hacia las clases gobernantes se refleja en la encuesta ‘Arab Youth Survey’ del 2018 (ASDA´A Burson-Marsteller, 2018:18) ya

²⁹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] might also be understood not just as an expression of worsening economic and social conditions but first and foremost as an expression of meta-political motivation, reflecting the degree of dissatisfaction with the functioning of democracy and the responses of the political system to the economic and social problems” (Campos Lima y Martín Artiles, 2013:347).

que, entre los encuestados de los países del Norte de África, a diferencia de los encuestados pertenecientes al Levante o los países del Golfo, acabar con la corrupción gubernamental es la principal prioridad para la región, aunque con porcentajes muy similares respecto al resto de prioridades que ya hemos mencionado. Para Barsoum (2012:49) la desconfianza política de los jóvenes árabes se produce debido a las formas de participación excluyentes que dejan a los jóvenes árabes fuera del debate público y que a pesar de la euforia inicial de las revueltas siguen estando presentes para la mayoría de los jóvenes árabes. Así, entre los mayores obstáculos para los jóvenes que arroja la encuesta 'Arab Youth Survey', la falta de democracia y de un firme liderazgo político son dos de los mayores obstáculos citados para el desarrollo de los países árabes por el 17% de los jóvenes árabes encuestados en 2017 (ASDA'A Burson-Marsteller, 2017:21).

Otros elementos en común de las movilizaciones que congregaron a muchos jóvenes a ambos lados del Mediterráneo son también la ocupación física del espacio, generalmente, la plaza, el uso de las redes sociales para difundir las protestas y la presencia de algunos símbolos universales. En referencia a esto último, Olesen (2014) reflexiona acerca de las muertes violentas de algunos jóvenes en los países árabes como la del joven vendedor ambulante Mohamed Bouazizi en Túnez que se inmoló en acto de protesta tras la retirada por parte de las autoridades de su puesto de vendedor y fiel reflejo de las dificultades que atraviesan los jóvenes que se ven abocados a la economía sumergida al Norte de África.

Para Olesen (2014) estas muertes dramáticas ocurridas mayormente en el Sur han sido reinterpretadas desde Occidente y se han convertido en un símbolo de injusticia global. En cuanto al uso del espacio, la calle se convirtió durante las revueltas árabes "[...] en el hogar espacial de los movimientos sociales e iniciativas lideradas por jóvenes en las que la afiliación ideológica se quedó en un segundo plano o fue completamente irrelevante en comparación con el sentimiento de pertenencia a una generación cada vez más marginada" (Colombo, 2016:16)³⁰. La plaza Tahrir en Egipto, por ejemplo, paso a ser un referente de ocupación del espacio público (Sánchez García, 2013:68-69) que posteriormente se extendió a otros lugares y movimientos (Sotirakopoulos y Rootes, 2014:172).

Otro componente compartido entre las movilizaciones a ambas orillas del Mediterráneo ha sido el uso de las redes sociales, de la mano sobre todo de los participantes jóvenes³¹,

³⁰ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: "[...] the spatial home for youth-led social movements and initiatives in which ideological affiliation was secondary or outright irrelevant relative to the sense of belonging of this increasingly marginalised generation" (Colombo, 2016:16).

³¹ Según el informe de 2017 sobre medios sociales árabes, como media un 64% de los usuarios de redes sociales en los países árabes son menores de 30 años. Esta cifra ha ido decreciendo desde hace seis años debido a que los usuarios jóvenes que utilizaban las redes sociales años atrás superan en 2017 los 30 años de edad (Salem, 2017:32). Respecto a Europa, la brecha entre los participantes jóvenes (16-29 años) de redes sociales frente al total de la población es de un 31% en 2017, una diferencia que al igual que en los

como herramienta movilizadora de las protestas y transmisora de las reivindicaciones y demandas de estos movimientos (Cabasés, Feixa y Civit, 2015), (della Porta y Mattoni, 2014). Tiempo antes de que estallaran las movilizaciones, entre los jóvenes árabes ya existía un uso político y activista de internet como herramienta opositora, reflejo del descontento generacional y como mecanismo de emancipación (Mourtada y Salem, 2012) que vivió periodos culminantes con el incremento de los blogs por toda la región (Azzaola Piazza, 2008: 35-37), el uso compartido en canales como youtube de vídeos grabados por los propios jóvenes o la creación de la red social Facebook (Battah, 2008:87-95). En relación al papel que jugó esta red social durante las revueltas árabes, determinante para algunos y sobrevalorado para otros, para Mourtada y Salem (2012) la estrecha relación entre Facebook y las protestas árabes:

“Eso no significa que haya una relación de causa y efecto, ni que las páginas de Facebook fueran el único factor o elemento decisivo que motivó a las personas a movilizarse en estas fechas, sino en la medida en que Facebook sirvió como la plataforma inicial para convocar las demostraciones, no podemos negar que ha contribuido a la movilización de movimientos de protesta” (Mourtada y Salem, 2012:300)³².

Para Roberts (2015), sin embargo, el uso de redes sociales como Facebook y Twitter era todavía muy limitado al comienzo de las protestas árabes en 2011 por lo que considera que otros medios de comunicación como el canal de televisión por satélite Al-Jazeera fue decisivo creando una opinión pública transfronteriza y acrecentando la información que se originada en los nuevos medios digitales. Con datos más recientes, la cuarta ola del Barómetro Árabe muestra que el uso de internet para expresar las opiniones políticas no es una actividad tan común entre los jóvenes árabes mediterráneos, como se podría deducir dada la importancia concedida a los medios digitales tras las revueltas. Un porcentaje elevado de los jóvenes encuestados en Marruecos, Egipto, Túnez y Argelia afirma no usar internet para dar a conocer su opinión política, sobre todo en este último país. De los cuatro, los jóvenes tunecinos son los que más usan internet con esta finalidad, un 27% de los encuestados.

En lo que respecta al uso de internet y las redes sociales como herramienta participativa al Sur de Europa, según el Eurobarómetro especial del parlamento europeo sobre los jóvenes, la mayoría de los jóvenes europeos considera que las redes sociales son una herramienta en el progreso para la democracia, ya que permiten a todo el mundo participar en el debate público, aunque para cerca de un 30% de los jóvenes europeos

países árabes ha ido disminuyendo a lo largo del tiempo con la creciente incorporación de usuarios de mayor edad (Eurostat, 2018I).

³² Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “Cela ne signifie pas pour autant qu’il y a une relation de cause à effet, ni que les pages de Facebook ont été le seul facteur ou l’élément décisif qui a incité les gens à se mobiliser à ces dates, mais dans la mesure où Facebook a servi de plateforme initiale pour appeler à manifester, on ne peut pas nier qu’il a contribué à la mobilisation des mouvements de contestation” (Mourtada y Salem, 2012:300).

encuestados las redes sociales también pueden suponer un riesgo por el uso inapropiado que se puede hacer de los datos personales (Nancy, 2016:7-8). En cualquier caso, el uso de internet para fines participativos como publicar opiniones en internet acerca de asuntos cívicos o políticos es considerable entre los jóvenes de 16 a 29 años en el Sur de Europa. Si la media en Europa en 2017 es del 16%, la mayor parte de los países del Sur de Europa superar esta cifra con España e Italia a la cabeza con un 21% de jóvenes que emplea internet para este fin, un 19% en Malta y un 18% en Portugal. Francia y Grecia con un 12% y 11% respectivamente están por debajo de la media europea (Eurostat, 2018l). Llama la atención que las cifras de participación por internet de los jóvenes del Sur de Europa sean, por lo general, más altas en los años 2013 y 2015 cuando las protestas anti-austeridad son más recientes. Para algunos autores, al mismo tiempo que se ha subrayado el uso de las redes sociales en las protestas al Sur de Europa, se ha instalado un discurso tecno-entusiasta que ha despolitizado la acción colectiva y menospreciado la agencia de los actores involucrados (Zamponi y Fernández González, 2016:2). En el caso del papel de las redes sociales en las revueltas árabes, también hay un cierto escepticismo acerca de la relación entre las redes sociales y el activismo ya que como afirma G. Khouri (2011a:21) las relaciones que se producen de forma on-line mantienen una débil conexión con los movimientos de cambio social y el activismo de base que sucede más frecuentemente en la vida real que en la virtual.

Gómez de Caso Villar (2014) repara en las diferencias entre los discursos ideológicos de los movimientos sociales ocurridos al Norte y Sur del Mediterráneo. Para la autora los movimientos sociales europeos han negado cualquier apelación al nacionalismo por la relación histórica europea con el fascismo o las políticas migratorias, sin embargo, en la región MENA el nacionalismo ha comulgado con las revueltas y ha funcionado como otra herramienta más contra el imperialismo y ante el radicalismo religioso (2014:83). Otra peculiaridad que se puede observar entre ambas regiones mediterráneas y que apela directamente a la participación de los jóvenes, son los movimientos sociales que precedieron estas movilizaciones. En el Sur de Europa los movimientos estudiantiles previos al año 2011 han contribuido en las protestas anti-austeridad no sólo a través de la participación de activistas de estos movimientos sino proveyéndolos de sus prácticas y discursos (Zamponi y Fernández González, 2016).

La crítica anti-neoliberal contra la privatización de la educación y el retraso en el estado del bienestar que ha copado los centros educativos y las universidades del Sur de Europa a través de protestas como el movimiento anti-Bolonia en España o las protestas en Italia contra los recortes en la universidad pública en la era Berlusconi, se recupera en las protestas de 2011 en el nuevo contexto de crisis económica (Zamponi y Fernández González, 2016:4-5). En el caso de las revueltas árabes, aunque los movimientos estudiantiles en torno a las universidades árabes han sido también un foco de oposición a los regímenes árabes y propulsores del cambio del sistema (Azaola Piazza, 2008:33), el activismo y contestación política de los jóvenes en la región MENA que desencadenó la

participación de los jóvenes durante la primavera árabe se fue produciendo de forma distinta entre diferentes grupos de jóvenes, expone Sánchez García (2013). Por un lado, entre los jóvenes que tenían acceso a internet se fue fraguando un discurso sobre la libertad, la dignidad o los derechos humanos que fue introduciéndose en el debate público. Entre estos grupos de jóvenes surgieron movimientos juveniles como el *Movimiento del 6 de abril* o *Kifaya* (Basta ya) en Egipto. Por otro lado, los grupos de jóvenes con menos recursos organizaban su resistencia en torno a organizaciones y prácticas informales con el barrio como máximo exponente de su acción colectiva y con gran representación de grupos islamistas (Sánchez García, 2013:57-58).

Precisamente, esta participación de agentes jóvenes más marginalizados fue una de las sorpresas de las revueltas árabes para los expertos, argumentan Camozzi et al. (2015:48). Por otro lado, el papel de la religión ha supuesto una de las particularidades de estos movimientos. Como apunta Austin (2011) a pesar de que la mayor parte de los jóvenes participantes son musulmanes, más o menos practicantes, y que los grupos de jóvenes islámicos han tenido un papel activo durante la primavera árabe, la dialéctica religiosa ha permanecido en un segundo plano durante las protestas y las prácticas y sentimientos religiosos han coexistido junto con las demandas de “[...] democracia, derechos individuales, tolerancia e igualdad de género” (Austin, 2011: 88)³³, ideas compartidas por otros autores (Camozzi et al., 2015:47). Austin habla de un islam inclusivo que durante las revueltas ha desafiado la organización interna de grupos islámicos como los Hermanos Musulmanes y que ha permitido crear lazos entre estas generaciones de jóvenes y otros jóvenes activistas a través del uso de blogs y redes sociales online (Austin, 2011:90).

En cualquier caso, como vemos, los antecedentes de movilización de los jóvenes previos a las revueltas ensombrecen el extendido discurso a cerca de la supuesta desidia política de los jóvenes árabes que marco la era pre-revolución (G. Khouri y Shebata, 2011: 17; Desrues, 2015: 6) y a pesar de los intentos por parte de los regímenes de turno por criminalizar y fragmentar y crear conflictos entre los distintos grupos opositores (Paciello y Pioppi, 2017:13). Las revueltas árabes también han levantado un cierto escepticismo acerca de la influencia de Occidente, con EE. UU. y Europa a la cabeza, en las movilizaciones de los jóvenes árabes. Staeheli y R. Nagel (2013) sugieren que muchos de los jóvenes que participaron en las movilizaciones habían formado parte previamente de programas y proyectos sobre democracia y compromiso cívico implantados en la región árabe por instituciones occidentales por lo que las apelaciones a los valores democráticos y ciudadanos en las revueltas pudieron estar motivados de alguna u otra forma por estas instituciones (Staeheli y R. Nagel, 2013:116). En cualquier caso, de lo que los autores sí están seguros es de que los jóvenes hicieron uso de las habilidades y redes que crearon durante esas iniciativas para llevar a cabo acciones políticas y

³³ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] democracy, individual rights, tolerance, and gender equality” (Austin, 2011:88).

reivindicativas que quizá no habían sido contempladas por las instituciones en cuestión (Staheli y R. Nagel, 2013:118). Desde el punto de vista de los propios jóvenes, la encuesta 'Arab Youth Survey' de 2018 de la consultora ASDA'Á Burson-Marsteller recoge entre sus resultados el impacto negativo que para más de la mitad de los encuestados jóvenes ha tenido la primavera árabe en la región, a excepción de para los jóvenes tunecinos y libios para los que el impacto positivo es mayor que el negativo. Entre los jóvenes egipcios encuestados, en cambio, el 52% cree que la primavera árabe ha afectado negativamente a la región frente al 23% que considera su efecto como positivo y el resto de encuestados que se mantienen neutrales sobre la cuestión (ASDA'Á Burson-Marsteller, 2018:14-15).

Más allá de la participación de los jóvenes mediterráneos en los movimientos sociales contemporáneos de referencia, existen otros estudios que dan cuenta del nivel y mecanismos de participación de los jóvenes a lo largo de la región mediterránea. En el caso de los jóvenes de los países del Sur de Europa, la encuesta de Eurofound (2014) sobre la situación de los jóvenes en Europa destaca que es más probable que los jóvenes encuestados de algunos países del Sur como Grecia, España y Francia, en comparación con los jóvenes de otros países europeos, hubieran asistido a algún acto de protesta o manifestación al menos una vez en el año anterior al estudio. Sin embargo, el informe sobre los jóvenes europeos de la Comisión Europea estima que los jóvenes del Norte de Europa y Europa occidental son más propensos que al Sur y Este de Europa a participar en actividades o proyectos de carácter internacional (Comisión Europea, 2012:269). De una forma u otra, en la encuesta de la TUI Foundation (TUI STIFTUNG, 2017) sobre los jóvenes europeos donde participan jóvenes de 7 países miembros de la UE, entre ellos jóvenes franceses, griegos, italianos y españoles, una apabullante mayoría de los encuestados en todos los países, superior al 70%, considera que la Unión Europea debería crear más y más directos mecanismos de participación como referéndums etc. para los ciudadanos de los estados miembros (TUI STIFTUNG, 2017:48).

En lo que respecta a las formas de participación de los jóvenes al Sur del Mediterráneo, en el 2007 un estudio de la Liga Árabe acerca de la participación de los jóvenes árabes (Arab League, 2007b) recogía entre sus principales pesquisas la forma diferenciada de las mujeres y hombres jóvenes de entender la participación. Mientras que las mujeres tendían a considerar como una de las funciones de la participación buscar el cambio social y político, impulsadas por mayores obstáculos impuestos por parte de las familias y sus comunidades, las motivaciones de participación de los hombres jóvenes estaban más encaminadas a procurarse seguridad personal y hacerse un hueco entre las opciones de participación dominadas tradicionalmente por las personas mayores (Arab League, 2007b:9). Otras dos conclusiones que vertió el estudio fueron la preferencia de los jóvenes árabes por formas de participación no formales a través de internet o el entorno familiar próximo (Arab League, 2007:8), como el caso de la acción comunitaria de los jóvenes en los vecindarios que supuso uno de los antecedentes de las revueltas

árabes, y, en parte, como resultado de este apego comunitario y familiar, el estudio también concluye que los jóvenes eran más propensos a participar en las elecciones locales que en las nacionales, sobre todo, los jóvenes de zonas rurales (Arab League, 2007:7).

En el 2006 y en relación con un estudio sobre la acción de los jóvenes árabes en torno a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) los participantes en el mismo ya detectaron que se estaba produciendo una crisis sobre el empoderamiento político de los jóvenes (UNDP, 2006: 8). Diez años más tarde el informe de las Naciones Unidas de 2016 sobre el Desarrollo Humano para la Región Árabe declara que el empoderamiento de los jóvenes en los países árabes es un elemento clave en el mantenimiento de la estabilidad en estos países (UNDP, 2016:6) al mismo tiempo que reconoce que el nivel de participación política y compromiso civil de los jóvenes árabes es uno de los más bajos del mundo (UNDP, 2016:27) e insta a tomar medidas que incluyan un aumento de las oportunidades de las personas jóvenes para intervenir en la política oficial (UNDP, 2016:7).

A pesar de que el interés de los jóvenes por la política ha aumentado en estos países, sobre todo, en aquellos países que viven una transición política, este raramente supone una participación activa a excepción de entre los jóvenes mejor formados e incluso entre estos su participación suele limitarse a la participación en manifestaciones, elecciones o a través de vías informales (UNDP, 2016:27) como ya recogía el estudio de la Liga Árabe hace 11 años y que Colombo (2016) limita, en la actualidad, a la participación de los jóvenes en nuevos movimientos políticos, grupos juveniles islamistas, trabajo de voluntariado o emprendeduría social como el activismo juvenil que se lleva a cabo recientemente fuera de las estructuras políticas y cívicas oficiales (2016:16) y que Desrues (2015:8) describe como movimientos "organizados como una red horizontal no jerarquizada" y W. Anderson (2013) como movimientos que se ocupan de la:

"[...] deliberación, creación de consenso, participación individual, diversidad, nuevas tecnologías y compromiso creativo como un contrapunto autoconsciente de modelos doctrinarios y jerárquicos de movilización, sectarismos políticos y religiosos, debates polarizadores sobre la identidad nacional e incluso formas representativas de democracia" (W. Anderson, 2013:154).³⁴

Como apunta Martín (2011a) la presencia de los jóvenes árabes en los partidos políticos, en "los principales mecanismos de diálogo social tripartito entre sindicatos, empresarios y Gobierno" y en el "diálogo social institucionalizado (no tienen representación orgánica de organizaciones juveniles)" es pequeña o inexistente y "las organizaciones con mayor

³⁴ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: "[...] deliberation, consensus-building, individual participation, diversity, novel technologies, and creative engagement stands as a selfconscious counterpoint to doctrinaire and hierarchical models of mobilization, political, and religious sectarianisms, polarizing debates over national identity, and even representative forms of democracy" (W. Anderson, 2013:154).

capacidad de movilización de los jóvenes son a menudo asociaciones caritativas islámicas” (Martín, 2011a:13).

Y es que aunque las organizaciones de la sociedad civil se consideran generalmente una herramienta para la buena gobernanza como se desprende del fórum de jóvenes analistas árabes celebrado en 2012 en la región MENA, los jóvenes participantes en el encuentro también consideran que el desarrollo de las organizaciones de la sociedad civil es limitado a causa de la falta de confianza gobierno-sociedad, la tendencia a favorecer la cantidad sobre la cualidad, la falta de independencia y concreción de las asociaciones y una limitada participación de los jóvenes por miedo a que la relación con estas organizaciones estuviera mal vista desde fuera y pudiera impedir la obtención de un empleo en el sector público y por la ausencia entre los jóvenes de un sentido de pertenencia ciudadana (Chatham House, 2012:4-5).

Esta auto-limitación de los jóvenes árabes a la hora de participar en las asociaciones de la sociedad civil y la falta de confianza política se ve reflejada en un estudio de la Organización Anna Lindh sobre el cambio de valores en la región Euro-mediterránea que destacaba que los jóvenes árabes mediterráneos priorizaban la efectividad de las acciones individuales sobre la acción colectiva en mayor porcentaje que los jóvenes europeos (Tozy, 2014:31), esta respuesta se puede deber en parte a que relacionan la acción colectiva con formas de participación institucionalizadas (Camozzi et al., 2015:48) de las que, como hemos visto, desconfían y están al margen. Desde fuera, en base a Maïche, Onodera, Lefort, Laine y Myllylä (2017) y tras las revueltas árabes, se ha fraguado en el imaginario social una doble imagen de los jóvenes árabes que deja entrever una nueva forma de violencia de clase y que Colombo (2016:11) describe como una confrontación dialéctica entre el joven como problema o como víctima. Por un lado, los jóvenes árabes marginalizados por el desempleo y la exclusión social suponen una amenaza para Occidente como parte del discurso sobre el terrorismo islámico y, por otro lado, se ha ensalzado la figura del joven, perteneciente a las élites árabes, de espíritu emprendedor y que ha optado por la modernidad y la economía global (Maïche et al., 2017:6). La narrativa de la agencia transformadora de los jóvenes árabes convive al mismo tiempo con el discurso institucional, nacional e internacional, a cerca de la necesidad de controlar los actos y conductas inapropiadas latentes en los jóvenes (Paciello y Pioppi, 2017:15-16).

Para Bayat (2010) cuando hablamos de movimientos sociales debemos distinguir entre los movimientos propiamente juveniles y otras intervenciones de los jóvenes en movilizaciones más amplias puesto que los movimientos de jóvenes se basan esencialmente en el reclamo de la juventud y no obligatoriamente en el cambio político por lo que:

“[...] la agencia política de los movimientos juveniles, su potencial transformador y democratizador, depende de la capacidad de los adversarios, las autoridades morales y políticas para acomodar y contener los reclamos juveniles. De lo contrario, los jóvenes

pueden seguir siendo tan conservadores como cualquier otro grupo social” (Bayat, 2010:29)³⁵.

Respecto a los movimientos de jóvenes en Oriente Medio, Bayat sostiene que si el propósito de los jóvenes es así de transformador y democratizador es porque los sistemas de gobierno de dogma religioso que han gobernado en esta región no han sabido adaptarse a las formas de hacer y demandas de los jóvenes árabes. Y en la actualidad, en la era post-revolucionaria y concretamente en los países árabes mediterráneos, los movimientos sociales de los jóvenes, en base a Maïche et al. (2017:29-30), se enfrentan a obstáculos que incluyen luchas internas, falta de coordinación y apoyo de la población y, por supuesto, la intromisión del estado, dificultades que generan que el sistema político esté monopolizado por élites políticas formadas por personas de mayor edad y que los jóvenes continúen actuando fuera de los medios formales de las instituciones.

En esa línea, Camozzi et al. (2015) hacen un llamamiento a incluir como manifestaciones de la acción política de los jóvenes árabes otras formas de participación y expresión aparentemente no políticas como el arte callejero, los clubs de aficionados de fútbol, los grupos de música rap y activismo político religioso (Camozi et al., 2015:52), acciones que si no nuevas han reconfigurado su alcance tras las revueltas. Los diferentes dispositivos culturales como la música, la moda o la gastronomía son espacios donde los jóvenes también reclaman derechos y reconocimiento (Vandegrift, 2015:148). En el caso del Rap árabe y especialmente en Túnez este género musical no ha perdido valor como herramienta de sublevación política mientras que en otros espacios parece haberse convertido en un género de consumo masivo (Maïche et al., 2016:8-9).

Sobre la participación de las mujeres jóvenes, el informe de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Humano para la Región Árabe antes citado añade que la participación y representación política de las mujeres jóvenes en los países árabes, que tienen la media regional de representación política femenina más baja del mundo (UN, 2016:29), y de las minorías es todavía muy deficiente hasta el punto de socavar el concepto de ciudadanía en el caso de estos últimos (UN, 2016:30) y a pesar de que las mujeres jóvenes consiguieron alzar la voz sobre cuestiones relacionadas con la igualdad de género durante las revueltas (UN,2016:29). Sin embargo, matiza Al-Ali (2012), la historia ha demostrado que durante las transiciones políticas las mujeres pasan a un segundo plano y se dejan por el camino muchos de los logros o propuestas que se habían planteado durante la revolución. Este es el caso de Egipto, propone la autora, donde la institucionalización de las protestas ha estado dominada por hombres y las instituciones militares (Al-Ali, 2012:28) por lo que el feminismo árabe a lo largo de la región, al igual

³⁵ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] the political agency of youth movements, their transformative and democratizing potential, depends on the capacity of the adversaries, the moral and political authorities, to accommodate and contain youthful claims. Otherwise, youth may remain as conservative as any other social group” (Bayat, 2010:29).

que los movimientos juveniles en general, actúa a través de modos informales de participación como el ciber activismo o la acción callejera (Camozzi et al., 2015:53-54).

2.2.4 Identidad, religión, cultura y valores

En esta sección recogemos algunas teorías y estudios sobre los aspectos identitarios, culturales, vinculaciones religiosas y conjunto de valores de los jóvenes de la orilla Norte y Sur del Mediterráneo que, siguiendo la estructura de los apartados anteriores, nos permita confrontar los aspectos más relevantes publicados en análisis transnacionales entorno a estas cuestiones.

En relación con la identidad, Murphy (2012b) recupera la idea de generación propuesta por Mannheim en base a la cual para pertenecer a una misma generación no basta con compartir la misma edad biológica sino también las mismas condiciones estructurales y de clase, véase apartado 2.1., y la aplica a los jóvenes árabes durante y después de las revueltas. La autora considera que los jóvenes árabes comparten tal número de experiencias marcadas por la exclusión que se ha generado una “[...] unión que vincula individuos espacialmente separados en una unidad generacional separada de sus antecesores” (Murphy, 2012b:15)³⁶. A pesar de que los jóvenes árabes pueden ir entrando y saliendo de esta narrativa generacional en función de la importancia que cada componente pueda tener para cada individuo en un determinado momento, Murphy (2012b:16-18) afirma que la ruptura no sólo política sino ideológica con generaciones anteriores es tal que podemos hablar de los jóvenes árabes como una generación del mismo modo que la describe Mannheim (1993). Murphy vincula, además, la generación árabe, donde se aúna lo local con lo global, con otras generaciones de jóvenes surgidas a partir de las protestas anti-austeridad en España, Grecia o en los Estados Unidos por lo que cree que “[...] la localización no está definida territorialmente” (Murphy, 2012b:19)³⁷.

En cualquier caso, en las sociedades árabes, a los jóvenes y a los que se considera han entrado ya en la etapa adulta a través de rituales como el matrimonio, se les asigna tradicionalmente un conjunto de valores diferenciados a cada etapa explica Sánchez García (2013). Mientras que el joven ideal debe encarnar valores como la energía, la osadía, la sinceridad, el ingenio o el altruismo, grupo de valores bautizados como “futuwa”, los adultos deben poseer el raciocinio para contener lo anterior, “muruwa” (Sánchez García, 2013:59). Más allá de la práctica por asignar atributos personales a los jóvenes, en el 2006 La Liga Árabe publica un informe sobre los valores dominantes entre los jóvenes árabes donde se presentan los resultados de un estudio dirigido a jóvenes egipcios y tunecinos. Entre las conclusiones del estudio se observa como la obediencia

³⁶ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] the bond which links spatially separate individuals into a generational unit separate from its predecessors” (Murphy, 2012b:15).

³⁷ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] ‘location’ is not territorially defined” (Murphy, 2012b:19).

es un componente esencial en el sistema de valores árabe que está presente, sobre todo, en el hogar y en la relación entre los jóvenes y las instituciones gubernamentales (Arab League, 2006:4). Las revueltas árabes ocurridas tiempo después, con la participación masiva de la juventud y sus deseos por cambiar la forma de relacionarse con los regímenes establecidos, podría suponer un punto de inflexión respecto a la obediencia de los jóvenes como forma de relacionarse con las instituciones gubernamentales. Del estudio también se deduce que los jóvenes participantes se inclinan por un sistema de valores que difiere del de sus padres y que está más relacionado con valores modernos y postmodernos, como la libertad, la autonomía, la racionalidad y la ambición, en línea con la individualización de las identidades juveniles, frente a valores parentales como la humildad, la oración o la superstición. No obstante, el informe admite que el hecho de permanecer en el hogar familiar hace que los jóvenes deban encontrar un equilibrio entre sus valores, más individuales, y el sentimiento de colectividad de sus familias (Arab League, 2006:4-5).

Del mismo modo, Murphy (2012b) sostiene que la experiencia comunicativa de los jóvenes árabes difiere de la de los jóvenes en otras partes del mundo debido a que esta experiencia es compartida en mayor medida que en otros lugares (Murphy, 2012b:12). Así, mientras los procesos de socialización de algunos jóvenes en algunos lugares del mundo transcurren en la habitación del propio joven, los jóvenes árabes acostumbran a pasar más tiempo en entornos compartidos por iguales u otros miembros de la familia como el salón de hogar o lugares públicos (Murphy, 2012b:12). Hanafi (2012) también recoge años más tarde parte de las conclusiones del estudio de la Liga Árabe cuando habla de nuevas subjetividades de los jóvenes árabes para referirse a un tipo de subjetividad más autónoma y reflexiva que está en contacto y negocia con el sistema establecido, pero con la finalidad de poder redimirse.

En cuanto a la socialización de los jóvenes europeos mediterráneos a través de su participación en actividades culturales, Eurostat publica que la media de participación en actividades culturales de los jóvenes en Europa, de 16 a 29 años, es del 82% en el año 2015. La participación de los jóvenes en la mayoría de los países del Sur de Europa es algo inferior a la media europea, sobre todo, entre los jóvenes croatas (70%) y malteses (72%), y es algo superior en Francia (91%) y Portugal (86%) (Eurostat, 2018m). Unos años antes, el informe de la Comisión Europea sobre los jóvenes en Europa con datos de 2011 (Comisión Europea, 2012:259) revelaba algunas diferencias entre países europeos respecto al interés de los jóvenes por varios tipos de experiencias culturales como su presencia en espectáculos, la realización de actividades amateur o formar parte de organizaciones culturales y deportivas. Entre los países del Sur de Europa con niveles más bajos de participación juvenil en este tipo de prácticas culturales se encontraba Grecia, Malta, dato que reafirma posteriormente la estadística de Eurostat, y Portugal, apunte que contrasta en este caso con la cifra de participación cultural proporcionada por el principal organismo europeo de estadística en 2015 sobre los jóvenes portugueses

cuya participación, como hemos mencionado, está por encima de la media de los países europeos. Eurostat también advierte que la brecha generacional entre la participación de los jóvenes y el grupo de edad entre 65 y 74 años es, además, patente en algunos de los países del Sur de Europa como Grecia, Malta-a pesar de poseer un porcentaje de participación juvenil inferior a la media europea- o Italia. Los jóvenes en estos países doblan o más la media de participación cultural de las personas mayores de esa franja de edad (Eurostat, 2018n).

En cuanto a los jóvenes árabes mediterráneos y su participación cultural, Karam (2009) plantea como la globalización cultural ha trasladado nuevas praxis y saberes entre los jóvenes árabes que para algunos suponen una amenaza a la identidad y acervo cultural de los jóvenes (Karam, 2009:197). La pérdida de valores de los jóvenes podría estar relacionada, como propone Floris (2009a:202), con la urbanización masiva y el proceso de decadencia de los barrios de algunas metrópolis árabes. Sin embargo, para Davis (2008) la pérdida cultural no está en jaque ya que los jóvenes árabes han sabido aunar modernidad y tradición de forma que “[...] actualmente los jóvenes utilizan formas tradicionales para expresar valores modernos, y formas y tecnologías modernas para expresar conceptos y comportamientos tradicionales” (Davis, 2008:41) por lo que valores modernos y tradicionales se funden entre sí a través de viejas y nuevas prácticas. Este podría ser el caso de ciertos usos del velo que realizan las mujeres jóvenes. El uso del velo entre las mujeres jóvenes, a priori un hábito relacionado con la tradición está actualmente más motivado por los nuevos movimientos religiosos (Davis, 2008:44), como forma de reivindicar la identidad (Yusuf, 2008:82) o con el deseo de estar a la moda que con el regreso de la tradición (Davis, 2008:44). Por otro lado, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un claro ejemplo del uso entre los jóvenes árabes de nuevas prácticas para nuevos fines como reivindicar la sexualidad (Camozzi et al., 2015:51) o para fines más tradicionales como infundir la religiosidad. Como vemos, la globalización cultural ha podido ofrecer nuevos discursos y nuevas formas de hacer a los jóvenes árabes, pero sin que esto impida la recuperación al mismo tiempo de métodos, hábitos y discursos más tradicionales.

La música, por su parte, además de una herramienta política, como mencionábamos en el apartado anterior, es un elemento clave en la construcción identitaria de los jóvenes árabes que desarrollaron ya antes de las revueltas sus propios géneros musicales a través de los que plasmar sus preocupaciones. Entre los jóvenes urbanos nacen géneros musicales que fusionan el folclore tradicional con ritmos occidentales y así nacen el “rai-hop”, una fusión entre el tradicional género musical argelino y el hip-hop, el “metal-gnawa”, que incluye este instrumento tradicional del Magreb de origen sub-sahariano, o el “electro-chaabi”, corriente musical extendida entre los jóvenes egipcios (Floris, 2009a:203). Estos sonidos se escuchan también en la otra orilla del Mediterráneo, en concreto, en la Francia postcolonial de la mano de generaciones con ascendientes de origen árabe o africano donde géneros como el rap y el hip-hop se debaten entre el

control comercial y su uso como herramienta de contestación entre jóvenes urbanos. (Huq, 2001).

Del mismo modo, la lengua árabe está a la base de la identidad de los jóvenes árabes como muestra la encuesta de ASDA´A Burson-Marsteller donde en el 2017 alrededor de un 80% de los encuestados consideraban la lengua árabe como elemento central de su identidad nacional, aunque una media del 60% de los encuestados también repara en que está perdiendo valor. Esta creencia es más destacada entre los jóvenes del Norte de África (ASDA´A Burson-Marsteller, 2017:55). La identidad nacional y también la unidad entre diferentes países árabes son identidades que según Harb (2014) están por encima y conviven con otras identidades sociales como la tribal-familiar o la etno-sectaria (Harb, 2014: 73). La última ola publicada en 2014 de la Encuesta Mundial de Valores refleja que los países árabes son los que más puntuación obtienen en la importancia de los valores tradicionales y de supervivencia (Harb, 2014:75). Entre los jóvenes de los países árabes mediterráneos, para una gran mayoría de los jóvenes encuestados de hasta 29 años la tradición, entendida como el mantenimiento de las costumbres familiares y religiosas, es una cuestión importante en sus vidas, menos entre los jóvenes marroquíes, y, sin embargo, el interés por los valores seculares, asociados en la encuesta con el escepticismo, el relativismo y la incredulidad, obtiene puntuaciones inferiores a los 5 puntos al igual que los valores emancipativos relativos a la autonomía, equidad, elección y expresión donde se recogen puntuaciones bajas (Inglehart et al., 2014).

Respecto a los jóvenes al Sur de Europa uno de los aspectos más abordados por los estudios transnacionales contemporáneos en el ámbito identitario de los jóvenes en Europa es el de la construcción de la identidad europea, la identificación de los jóvenes como ciudadanos europeos y su sentido de pertenencia a Europa. Un estudio derivado del proyecto Catch EyeU, mencionado en el primer capítulo, y conducido en 2017 en ocho países europeos entre los que se encuentran del Sur Italia, Grecia y Portugal concluye que, al contrario de lo que venían afirmando los estudios precedentes, Italia es uno de los países donde más jóvenes encuestados se sentían identificados con Europa a pesar de que un porcentaje considerable de jóvenes italianos (24%) declara no sentirse identificado ni a nivel europeo ni a nivel nacional. Los jóvenes griegos, por el contrario, presentan niveles altos de identificación nacional, aunque un porcentaje importante de jóvenes también se muestra doblemente identificado con Europa y su país (27,9%). Los jóvenes portugueses son los que más optan por esa doble identificación (38%) por encima de las identidades exclusivamente europeas o nacionales (Landberg et al., 2018:278). El mismo estudio manifiesta que la movilidad de los jóvenes a corto o largo plazo entre los países de la UE favorece el sentimiento de identificación hacia Europa, la intención de votar en las próximas elecciones europeas y la percepción de la UE como una comunidad de valores compartidos (Mazzoni et al., 2018:335). Respecto a la identidad nacional de los jóvenes, dos estudios de la Pew Research Center apuntan a las diferencias generacionales en Europa en cuanto a los elementos que forman la identidad

nacional. El estudio de 2017 revela que para los jóvenes europeos de entre 18 y 34 años el lugar de nacimiento y las costumbres nacionales y la tradición son cuestiones menos importantes que para las personas de mayor edad en la construcción de la identidad nacional (Stokes, 2017:5). Algo parecido a lo que ocurre con la religión. Una encuesta de 2016 llevada a cabo por el mismo organismo mostraba que la religión es menos relevante sobre la identidad nacional para las generaciones más jóvenes. Esta brecha generacional es más visible en Grecia donde existe una diferencia de 26 puntos entre las personas mayores de 50 años y las de edades comprendidas entre los 18 y 34 años respecto a la centralidad que ocupa el cristianismo configurando la identidad nacional (Wike, Stokes and Simmons, 2016: 21-22).

En relación a los valores de los jóvenes europeos mediterráneos, el estudio de la TUI Foundation (TUI STIFTUNG, 2017) sobre los jóvenes europeos recoge entre los valores sociales más destacados por los jóvenes del Sur de Europa los derechos humanos, la paz y la seguridad como las cuestiones más destacadas por los jóvenes encuestados, aunque en función del país se priorizan también otros valores como la tolerancia, destacada por los jóvenes españoles, la libertad individual subrayada por los jóvenes griegos, la prosperidad y el éxito económico por los italianos, la democracia entre los griegos y la solidaridad entre los jóvenes españoles y franceses. Respecto a este último aspecto, llama la atención como la solidaridad se encuentra entre los últimos cinco valores destacados en Reino Unido, Polonia y Alemania en contraposición con la importancia que se le concede al Sur de Europa. Entre los valores menos apreciados por los jóvenes de los países del Sur participantes en el estudio se encuentran la religión y la fe, el vigor político o el entendimiento intercultural en España; el vigor político, el estado de derecho y la religión y la fe en Italia; la cultura compartida, el vigor político y el entendimiento cultural en Grecia y el vigor político, la cultura compartida, la religión y el estado de derecho en Francia, aunque con mayor puntuación que en el resto de países (TUI STIFTUNG, 2017:16-17).

Por otra parte, respecto a la tradición como cuestión importante en la vida de los jóvenes también hay disparidades entre países. Mientras los jóvenes españoles son los que menos importancia conceden a la tradición, sólo superados por Reino Unido respecto a la totalidad de países participantes en la encuesta, la relevancia que conceden a la tradición los jóvenes italianos y griegos es considerable (TUI STIFTUNG, 2017:19). Un Eurobarómetro Flash³⁸ sobre los jóvenes europeos llevado a cabo en 2014, previo al Eurobarómetro especial sobre jóvenes europeos conducido en 2016, plasmaba unanimidad entre los jóvenes europeos encuestados a lo largo de todos los países participantes respecto a los valores que debería defender el Parlamento Europeo donde

³⁸ El Eurobarómetro Flash se diferencia de otros Eurobarómetros conducidos por la Comisión Europea por la periodicidad de este tipo de encuesta, realizada normalmente a petición de algún organismo europeo, metodología, a través de entrevistas telefónicas y por su finalidad, se recogen resultados en un periodo corto de tiempo y sobre un tema determinado.

se priorizaban la protección de los derechos humanos, la libertad de expresión y la igualdad entre hombres y mujeres, por este orden a excepción de algunas diferencias entre países. Entre los jóvenes del Sur de Europa, sólo los griegos se desmarcan de esta jerarquía de valores y en lugar de la igualdad de género consideran como tercer valor prioritario la solidaridad entre la UE y los países pobres en el mundo (Public Opinion Monitoring Unit y TNS Opinion, 2014:42).

Respecto al nivel de tolerancia hacia lo diferente entre los jóvenes europeos y sobre la diversidad cultural, Vala y Costa-Lopes (2010:258;265 y 264) empleando los datos de la Encuesta Mundial de Valores (WVS en inglés)-ola 1999-2000- y la Encuesta Social Europea (ESS en inglés) -1/2002- concluían que los jóvenes mostraban bajos niveles de intolerancia con respecto a las personas de mayor edad y se mostraban más abiertos hacia la diversidad cultural que las generaciones mayores. El estudio consigue identificar una relación positiva entre los valores políticos conservadores y las actitudes negativas hacia lo diferente y una correlación negativa entre estas actitudes y los valores post-materialistas, un conjunto de valores intangibles como la libertad, el desarrollo personal etc. No obstante, el análisis también resalta que a pesar de que los jóvenes son más proclives a aceptar la diversidad cultural que otras generaciones, el valor que le conceden estos a la diversidad cultural está por debajo de la mitad de la escala propuesta por la Encuesta Social Europea (ESS) (Vala y Costa-Lopes, 2010:265-266).

Para Singerman (2007) la juventud como periodo de negociación de identidades (Erikson, 1972) supone en el caso de los jóvenes árabes enfrentarse en el transcurso de esa búsqueda con el discurso religioso que trata de que los jóvenes se conviertan en sujetos islámicos ejemplares, con el discurso nacionalista que busca un ciudadano productivo y proteccionista con su patria y con la retórica neoliberal que quiere convertir a los jóvenes en ávidos consumidores (Singerman, 2007:6). Por medio o a pesar de esta influencia externa como hemos visto en el apartado anterior en el caso de la participación de los jóvenes árabes en el islam político, en el plano meramente religioso los jóvenes están reconfigurando también estos entornos (Karam, 2009:199). Amirah Fernández (2008:11) considera que a pesar del retrato de la religión en los medios occidentales esta es percibida entre los ciudadanos árabes como un medio para la justicia social frente al autoritarismo y la corrupción, por lo que Camozzi et al. estiman que se está produciendo una privatización de los valores religiosos y de la fe entre los jóvenes árabes (2015:6) que rechaza en mayor medida que sus padres la figura de una autoridad religiosa (2015:50). También desde la religión se ha popularizado una corriente entre las mujeres árabes que cree en el islam como forma de luchar contra la discriminación de género (Yusuf, 2008:85) y que ha tomado la denominación, sobre todo internacionalmente, de feminismo islámico. La religión es considerada muy importante en la vida para una media igual o superior al 90% de los jóvenes de hasta 29 años encuestados en los países árabes mediterráneos y la mayoría de ellos se considera una persona religiosa, más en el caso de Marruecos con un 75% y menos en Túnez con un

54% (Inglehart et al., 2014). La confianza hacia las instituciones religiosas es alta entre los jóvenes de estos países, sobre todo, en Marruecos y Egipto y, en menor medida, en Túnez en línea con la autodenominación de persona religiosa entre los jóvenes tunecinos con porcentajes más bajos que en el resto de países.

La religión toma otra consideración entre los jóvenes del Sur de Europa donde persisten las diferencias entre países. Como hemos mencionado anteriormente, la religión es uno de los valores sociales menos destacados por los jóvenes en España, Italia y Francia según la encuesta de la TUI Foundation (TUI STIFTUNG, 2017). Ese mismo estudio revela, no obstante, que la religión es más valorada en Grecia y en Italia, a pesar de no destacar como valor social entre los jóvenes de este país, que en Francia y España (TUI STIFTUNG, 2017:19). Según datos de Eurostat, en 2006- el organismo estadístico no ha proporcionado datos más actualizados hasta la fecha- la participación de los jóvenes de 20 a 29 años de edad en actividades organizadas por la iglesia u otras organizaciones religiosas es más frecuente entre los jóvenes malteses, portugueses y griegos, alrededor de un 60%, 36% y 22% respectivamente, y menos frecuente entre los italianos, españoles y franceses con cerca de un 16%, 6% y 0,4% cada uno (Eurostat, 2018o).

Las cifras más actuales hasta la fecha sobre la afiliación y práctica religiosa de los jóvenes a nivel transnacional en Europa las proporciona un informe publicado por las universidades católicas St. Mary de Reino Unido y el Instituto Católico de París en Francia con datos de la Encuesta Social Europea (ESS) relativa a jóvenes de entre 16 y 29 años durante el periodo comprendido entre 2014 y 2016 y que incluye de los países del Sur de Europa a Francia, España y Portugal (Bullivant, 2018). Respecto a los jóvenes europeos mediterráneos Francia es el país de entre los países del Sur de Europa analizados con mayor porcentaje de jóvenes, 64%, que manifiesta no pertenecer a ninguna religión en particular, seguido de España con un 55% y de Portugal con un 42% de jóvenes encuestados que declaran no sentirse identificados con ninguna creencia religiosa. Entre los que sí muestran adhesión a alguna religión la identificación con alguna otra religión que no sea la católica es residual entre los jóvenes portugueses. En España y Francia, por otra parte, hay mayor diversidad religiosa entre los jóvenes con un 1% de jóvenes que se declaran ortodoxos, 2% de otras religiones cristianas y un 5% musulmanes y en Francia un 2% ortodoxos y un 10% musulmanes (Bullivant, 2018:6). Además de la identificación con una determinada religión en la práctica tanto en Francia como en España la frecuencia de participación de los jóvenes en actividades religiosas fuera de las ocasiones más celebradas es baja, así como la asiduidad de rezar. Los jóvenes portugueses vuelven a ser la excepción colocándose entre los primeros de entre los 22 países europeos analizados (incluido Israel) donde mayor porcentaje de jóvenes asiste con mayor frecuencia a servicios religiosos y reza fuera de ellos (Bullivant, 2018:7-8).

Retomando la cuestión de género, los prejuicios por razón de sexo y género y la desigualdad entre hombres y mujeres es uno de los mayores obstáculos a los que se

enfrentan las mujeres jóvenes a ambos lados del Mediterráneo y, en general, en la mayoría de contextos geográficos. A la discriminación por el hecho de ser mujeres se le añade una doble discriminación por ser también jóvenes. Además de los obstáculos estructurales que hemos observado en apartados anteriores, como en el acceso y transición del mercado laboral, mayores cargas en las labores de cuidado en el caso de las jóvenes euro mediterráneas o la falta de redes de contacto para favorecer el empleo, las restricciones en la movilidad o las limitaciones de participación entre las jóvenes árabes mediterráneas; a nivel simbólico y en parte como causante de estas disparidades, las jóvenes se encuentran a diario con una serie de estigmas sociales por el hecho de ser mujeres y jóvenes.

El informe sobre Desarrollo de la Región Árabe (UN, 2016) afirma que las expectativas sociales determinan en gran parte las oportunidades de las mujeres jóvenes en cuanto al nivel de recursos y condiciones económicas que pueden llegar a alcanzar a lo largo de su vida, afirmación que da cuenta de la falta de oportunidades entre las jóvenes árabes para la movilidad social y económica. Las mujeres están más expuestas a la violencia institucional y en el ámbito del hogar (crímenes de honor, violaciones, asesinatos etc.) y a sufrir discriminación en el trabajo (UN, 2016:31). Las desigualdades entre hombres y mujeres jóvenes árabes se producen y reproducen también en el uso del tiempo y en el acceso al espacio como apuntan G. Khouri y Shehata (2011). Los hombres jóvenes dominan el espacio público y hacen un mayor uso del tiempo libre que las mujeres jóvenes que permanecen más tiempo en la dimensión privada (G. Khouri y Shehata, 2011:29).

La mayoría de los jóvenes árabes mediterráneos encuestados en la Encuesta Mundial de Valores publicada en 2014 consideraba que la igualdad de derechos entre hombres y mujeres es una característica esencial de la democracia, sobre todo, para los marroquíes. Sin embargo, ante la afirmación de si la mujer ganaba más dinero que su marido seguramente esto causaría problemas, los jóvenes de acuerdo con esta enunciación superaban a los que se mostraban en desacuerdo. Del mismo modo, las conclusiones del proyecto Sahwa respecto a los roles de género entre los jóvenes árabes mediterráneos presentan los mismos matices. La mayoría de los participantes en el proyecto defiende la igualdad de género en el ámbito de la educación o en el plano de las libertades individuales de las mujeres como el derecho a divorciarse o heredar, pero se muestran más reticentes a equiparar derechos en el plano laboral, en la participación de la mujer en el espacio público o como figura de autoridad en el entorno familiar, sobre todo, si la equiparación de derechos va en detrimento de los privilegios del hombre. Aunque las jóvenes son más proclives a equiparar los roles de género que los jóvenes varones, el modelo de hombre como fuente de sustento económico y autoridad familiar está también interiorizado entre las jóvenes árabes participantes en el proyecto (Camozzi et al., 2017).

Por último, las luces y sombras en cuanto a la equidad entre hombres y mujeres son también visibles en las respuestas dadas por los jóvenes árabes mediterráneos en la cuarta ola del Barómetro Árabe. Mientras que la mayoría de los jóvenes en Egipto, Marruecos, Argelia y Túnez está a favor de que la mujer trabaje fuera del hogar en caso de que así lo desee, consideran que la educación universitaria es igual de importante para ambos géneros o se muestran de acuerdo en que tenga los mismos derechos sobre la herencia, gran parte de los encuestados también cuestionan el liderazgo de la mujer frente al hombre. De esta forma, más de la mitad de los jóvenes argelinos no cree que una mujer pueda convertirse en presidenta o primera ministra de un país musulmán y algo más de la mitad de los jóvenes en los cuatro países considera que los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres y que el marido es el que tiene la última palabra sobre las decisiones familiares- entre los jóvenes marroquíes hay más discrepancias respecto a estas dos últimas cuestiones- (Arab Barometer, 2018).

Respecto a las consideraciones sobre la igualdad de género entre los jóvenes del Sur de Europa, El Eurobarómetro Flash de 2014 dirigido a jóvenes europeos mostraba cierto optimismo entre los jóvenes cuando se les planteaba si su generación vería alcanzar algún día la verdadera igualdad de género. Los síes superan a los noes en 15 puntos en la media europea con algunos países del Sur igualando esta media, como España, o superándola, como Grecia, Italia, Francia y Malta. Por debajo, algo más escépticos los jóvenes portugueses (Public Opinion Monitoring Unit y TNS Opinion, 2014:44). Esa incredulidad de los jóvenes portugueses contrasta con los resultados de la encuesta dirigida a jóvenes europeos llevada a cabo por la Unión Europea de Radiodifusión con la colaboración de corporaciones audiovisuales nacionales entre las que se encuentra Radio Televisión Española (RTVE). Un 60% de los jóvenes portugueses encuestados manifiesta no estar de acuerdo con la afirmación que asegura que todavía queda un largo camino por recorrer para lograr la igualdad de género. Este dato dista de lo manifestado por otros jóvenes del Sur de Europa como los españoles, franceses e italianos donde un 84%, 79% y 73% respectivamente se muestran de acuerdo con esta declaración. En línea con los portugueses, la mayoría de los jóvenes croatas y griegos no consideran que queden muchos avances por alcanzar en este aspecto y un 73% de croatas y un 58% de griegos se muestra en desacuerdo con la afirmación (RTVE, UPIAN Y YAMI2, 2016).

Con las aportaciones transnacionales acerca de los jóvenes mediterráneos a ambas orillas como marco de referencia, trataremos, a continuación, de concretar algunas de las principales categorías para observar la juventud mediterránea que hemos considerado a lo largo del presente apartado y en apartados anteriores, en los cuatro países que componen nuestro caso de estudio.

2.3 Jóvenes españoles

Comenzábamos la sección sobre los jóvenes mediterráneos con un análisis transnacional de la situación laboral y el nivel formativo de los jóvenes a ambas orillas del mar mediterráneo. España es, precisamente, uno de los referentes en Europa en cuanto a desempleo y precariedad laboral entre los jóvenes. En base a los datos del último trimestre de 2017 de la Encuesta de Población Activa (EPA) que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE), la tasa de paro entre jóvenes menores de 25 años es del 37,4%, una cifra que está 16 puntos por encima del porcentaje registrado en el primer trimestre de 2008, 21%, y que llegó a alcanzar récords históricos entre los años 2012 y 2014, como consecuencia de la crisis económica, situándose por encima del 50% (INE, 2018a).

En la actualidad, a la tasa de desempleo juvenil, se le añade un descenso en la participación de los jóvenes en la fuerza del trabajo por razones demográficas, unas tasas de inactividad considerables debido a la prolongación de la etapa educativa o el retorno a la misma por falta de perspectivas laborales, mayor temporalidad y parcialidad de los contratos y menor salario recibido, cuestiones todas que están caracterizando la situación laboral de los jóvenes en el estado español como recoge el informe sobre la juventud en España que publica el Instituto de la Juventud (Injuve) (Benedicto (dir.), 2016:139-145). La subocupación relacionada con la parcialidad, es decir, los empleos que no ofrecen horas suficientes respecto a lo que el trabajador desea y sería capaz de asumir, es otro aspecto de las condiciones laborales de los jóvenes que afecta, al menos, a cerca de un 18% de los jóvenes de 16 a 29 años sobre el total de la población joven ocupada, como publica el Observatorio de Emancipación dependiente del Consejo de Juventud de España (CJE) (CJE, 2017:9). López-Andreu (2016) apunta también a un aumento del autoempleo entre los jóvenes durante el periodo de austeridad que sigue a la crisis económica en el país (Andreu, 2016:23). El desempleo y las condiciones precarias del trabajo juvenil no afecta a todos los grupos de jóvenes por igual y son los jóvenes de menor edad, con menor formación, de entornos más desfavorecidos y los jóvenes inmigrantes los más afectados por esta situación (Moreno Mínguez, 2015:18).

El Ministerio español de Educación, Cultura y Deporte (MECD) (2018) aunando las variables educativas de la EPA del INE y los datos de la Encuesta de Fuerza de Trabajo que elabora Eurostat publicaba que en 2017 el porcentaje estimado de abandono temprano de la educación en España era del 18% con una tasa de abandono entre los hombres 7 puntos por encima de la de las mujeres (MECD, 2018:2-3). Entre los jóvenes españoles entre 15 y 29 años, un 16% ni estudia ni trabaja, situación conocida por las siglas NEET en inglés, y hasta un 44% de jóvenes entre 25 y 29 años ha alcanzado la educación superior (MECD, 2018:2). A pesar de que un mayor porcentaje de mujeres jóvenes se encuentra sin estudiar ni trabajar respecto a los hombres, aunque la diferencia es leve, las mujeres entre 25 y 29 años que han alcanzado el nivel de

educación superior supera el 50% mientras que los hombres se sitúan en un 38% (MECD, 2018:8-9).

Frente a estos datos, el informe sobre la juventud en España se hace eco de un fenómeno educativo que estaría mermando el acceso de los jóvenes al mercado de trabajo. Según el informe, una parte importante de los jóvenes está, por un lado, sobrecualificado respecto a la demanda actual del mercado laboral y, por otro lado, otro grupo importante de jóvenes carece de la formación profesional necesaria para hacer frente a las exigencias del mercado (Benedicto (dir.), 2016:76). Los datos respecto al logro de la educación superior entre los jóvenes españoles no son, por tanto, tan alentadores si, en base a las exigencias del mercado, esta educación está dirigida en exceso hacia la formación universitaria en detrimento de la formación profesional.

El desempleo entre los titulados universitarios según datos proporcionados por el INE del año 2014, aunque es menor que el que alcanzan los jóvenes con menor nivel formativo, se sitúa en torno al 18% tanto para los menores de 30 años como para los titulados universitarios de 30 a 34 años. Las ramas de conocimiento con mayores tasas de desempleo son artes y humanidades, con un 25%, y, por el contrario, las que más titulados universitarios trabajando proporcionan son las ciencias de la salud, un 81% de los titulados en esta rama se encontraba trabajando en 2014 (INE, 2018b). Entre los titulados universitarios que no han tenido un trabajo remunerado desde que acabaron los estudios, la mayoría en todos los grupos de edad, menores de 30, entre 30 y 34 años y de 35 años en adelante, achaca este hecho en mayor medida a la falta de experiencia laboral. Las carencias formativas en la universidad, el conocimiento de idiomas o informáticos, las actividades personales y las expectativas laborales son impedimentos de menor importancia a la hora de obtener trabajo para los jóvenes españoles (INE, 2018c). El desempleo está presente entre los jóvenes españoles hasta el punto de ser la cuestión más mencionada por los jóvenes como principal problema que existe, en el momento de escribir estas líneas, en España como recoge el Barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) de marzo de 2018, sobre todo, para los jóvenes de 18 a 24 años (CIS, 2018:3).

Otro de los aspectos tratados en apartados anteriores respecto a los jóvenes mediterráneos son las modalidades de transición a la vida adulta y los aspectos referentes a la inclusión o exclusión social de los jóvenes. En el caso de los jóvenes españoles y su autonomía económica, el informe Juventud en España 2016 recoge que un 46% de los encuestados de entre 15 a 29 años es completamente dependiente de los ingresos de terceras personas para subsistir y tan solo un 19% vive exclusivamente de sus propios ingresos (Echaves, 2016:197-205). Además de que la mayoría de los jóvenes de esta franja de edad no es independiente económicamente, la tasa de riesgo de pobreza o exclusión social entre los jóvenes de 16 a 29 años es del 37% como se recoge en la Encuesta de Condiciones de Vida elaborada por el INE en 2016 (INE, 2018d). La carencia material entre los jóvenes de esta franja de edad es visible, sobre todo,

respecto al disfrute de vacaciones y la capacidad para afrontar gastos imprevistos para más del 44% de los jóvenes (INE, 2018e). En términos generales, según recoge el Barómetro del CIS de marzo de 2018 en la actualidad la situación económica personal mayoritaria entre los jóvenes es buena para un 42% de los jóvenes entre 18 y 24 años y regular para un 47% de jóvenes entre 25 y 34 años. Los jóvenes entre 18 y 24 años son los que en mayor medida califican su situación de muy mala respecto a otros grupos de edad (CIS, 2018:50). Existe, por tanto, un cierto desajuste entre la carencia material real de los jóvenes en España y la percepción subjetiva sobre su economía personal que puede estar determinado por como construyen su identidad los jóvenes españoles en situación de exclusión social.

Según Brunet, Pizzi y Valls Fonayet (2013) entre los jóvenes en riesgo de exclusión social, pero no con los mayores niveles de pobreza, se produce un sentimiento de inferioridad, aún mayor que entre los jóvenes en peores condiciones, donde las decepciones laborales, educativas y de otro tipo se relacionan con la intervención de uno mismo y no con las condiciones estructurales de exclusión en las que se encuentran. La inestabilidad laboral que difiere de la vivida por las jóvenes generaciones de clase obrera en el pasado, por lo general con mayores oportunidades de futuro y de movilidad social, perpetúa los itinerarios erráticos- ver modalidades de transición en apartado 2.1- por lo que estos jóvenes suelen basar su identidad en el presente, rechazan simbólicamente la pobreza como si de algo ajeno a ellos se tratara y ponen en valor las características individuales, negando así la conciencia de clase y los elementos en común con otros jóvenes que experimentan las mismas circunstancias (Brunet, Pizzi y Valls Fonayet, 2013:659-667). Para los jóvenes más vulnerables la transición a la vida adulta es un procedimiento arriesgado, según afirma Melendro (2014), puesto que la desventaja se da por duplicado “[...] por esa escasez de recursos personales y también por la ausencia o la presencia limitada de un entorno social acogedor, vincular, que ofrezca los apoyos necesarios en caso de crisis o conflicto.” (Melendro, 2014:35).

En el contexto de crisis económica, “[...] el régimen del bienestar español se caracteriza por su dependencia de las redes de solidaridad entre generaciones en el seno de la familia” (De Marco y Sorando, 2015:11). La centralidad de la familia y del entorno social más cercano en la vida de los jóvenes españoles es tal que según publica el informe Juventud en España 2016 esta es la principal vía de encontrar un empleo para un 31% de los encuestados (Benedicto (dir.), 2016:164). Por otro lado, el mismo informe destaca un aumento de la ayuda familiar a lo largo de los años entre los jóvenes económicamente dependientes en perjuicio del rol de las parejas como sustento económico (Echaves, 2016:206-207). Un dato que refleja la incapacidad de los jóvenes por emanciparse económicamente de su familia y crear una nueva unidad familiar dependiendo exclusivamente de los ingresos de uno de los miembros de la nueva unidad. Pero la vinculación con la familia no es exclusivamente material o emocional también influye en el diseño de las perspectivas vitales de los jóvenes (Rodríguez San

Julián y Ballesteros Guerra, 2013:109) y como referente cultural permanente (González-Anleo y López-Ruiz, 2017:115). Para Gil Calvo (2014) la dependencia de los jóvenes hacia la familia, calificada por el autor como síndrome de dependencia familiar, es un problema que debilita las experiencias de conquista de autonomía personal de los jóvenes que ven mermada su movilidad, tanto física como social, su capacidades personales- en la toma de decisiones o aptitudes de liderazgo por ejemplo- y, por último, debilita la disposición de los jóvenes por adquirir responsabilidades en el ámbito doméstico y fuera del mismo (Gil Calvo, 2014:38-40).

La emancipación residencial respecto al hogar familiar de procedencia, un referente en la transición a la vida adulta y una de las acciones que puede romper en mayor medida con el síndrome de dependencia familiar del que habla Gil Calvo (2014), es un fenómeno que se produce cada vez más tarde entre los jóvenes españoles. Según el Observatorio de Emancipación dependiente del Consejo de Juventud de España (CJE) la tasa de emancipación residencial de los jóvenes entre 16 y 29 años durante el segundo trimestre de 2017 es del 19,4%, lo que supone que algo más del 80% de los jóvenes de esta edad vive todavía en el hogar familiar. Incluso entre los jóvenes entre 30 y 34 años alrededor de un 28% permanecía en 2017 en la vivienda familiar (CJE, 2017:2). La emancipación es más frecuente entre las mujeres que entre los hombres y entre los jóvenes con estudios primarios o sin estudios, aunque seguidos de cerca por los jóvenes que han alcanzado estudios superiores (CJE, 2017:4). Lo cierto es que la emancipación residencial es algo inasumible para algunos jóvenes debido al coste de acceso a la vivienda en relación con sus ingresos y salarios. Circunstancia que se ha visto agravada por la crisis económica (Sánchez Galán, 2017). El acceso a la vivienda en régimen de alquiler supone de media para los jóvenes españoles entre 16 y 29 años un coste del 48% en proporción a los ingresos en el hogar y hasta un 85% respecto al salario individual. La adquisición de la vivienda a través del préstamo hipotecario, aunque con menor coste que el alquiler está lejos de ser asequible para la media de los jóvenes ya que supone un 34% respecto a la suma de los ingresos del hogar y hasta un 60% del salario individual (CJE, 2017:19).

Una vez efectiva la emancipación residencial, la mayor parte de los jóvenes de 16 a 29 años vive en régimen de alquiler, un 47% frente al 28% que vive en una vivienda de propiedad en 2016 (INE, 2018f). Cifras que se deben en parte, como apunta Muñoz Fernández (2017:165-167), a las dificultades de los jóvenes para obtener financiación para la compra de la vivienda debido a la precariedad y parcialidad de los contratos laborales entre los jóvenes que agrava, por otro lado, la falta de previsión a largo periodo necesaria para la adquisición de una vivienda en propiedad. Una tendencia que tras la crisis económica y el periodo de austeridad parece romper con la tradición cultural acerca de la vivienda en propiedad y acercarnos a las modalidades habitacionales propias de los jóvenes en los países del Norte de Europa (Moreno Mínguez, 2017), como, por ejemplo, el modelo de emancipación no en pareja (López-Andreu, 2016:14). En cualquiera de los casos, según el Observatorio de Emancipación un 11% de los hogares

formados por jóvenes están sobreendeudados, esto es, en un 11% de los hogares jóvenes el pago del alquiler o del préstamo hipotecario representa más del 40% de los ingresos totales en el hogar (CJE, 2017:22). En el caso de los hogares jóvenes en régimen de alquiler, Módenes y Botelho Azevedo (2017) afirman que más del 20% de este tipo de hogares vive en una situación de inseguridad residencial, es decir, que los miembros de estos hogares no pueden planificar su ciclo vital como, por ejemplo, tener hijos, por problemas económicos que ponen en jaque la seguridad del hogar.

Ante el riesgo que puede suponer la emancipación residencial, los más jóvenes hacen balance y anteponen su bienestar personal a la libertad que les puede otorgar dejar el hogar familiar, como deducen Ballesteros y Sanmartín (2017:147) del estudio del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) con grupos de discusión formados por jóvenes de 18 a 20 años entre 2011 y 2012. Del estudio destaca un discurso preferente por parte de los jóvenes de esta franja de edad que ante los aspectos negativos de la emancipación se muestran satisfechos con la permanencia en el hogar familiar ya que tienen asegurada sus necesidades materiales y emocionales y al mismo tiempo disponen de suficiente libertad para autogestionar su vida diaria. Aunque reconocen que esta situación no debería continuar pasados los 30 años, los jóvenes participantes en los grupos de discusión veían lejana y sin concretar la posibilidad de emancipación residencial (Ballesteros y Sanmartín, 2017). Si aplicamos la perspectiva histórica que ofrece el estudio del Observatorio de la Juventud en Iberoamérica (OJI) y la Fundación Santa María (SM)³⁹ (2017) se observa que el 47% de los jóvenes entre 15 y 24 años en 2016 considera que ostenta un nivel de libertad bastante adecuado, aun así, está veinte puntos por debajo de la libertad que creían gozar los jóvenes en 1999 y diez menos que la que manifestaban los jóvenes en 2005 (González-Anleo y López Ruiz, 2017:149).

Otro de los aspectos que junto con la emancipación residencial caracteriza a los jóvenes españoles a lo largo de sus trayectorias vitales y en la transición a la vida adulta, es la formación de uniones donde además de la disminución y el retraso en la edad de matrimonio cada vez ganan más importancia entre los jóvenes españoles otras formas de unión como la cohabitación y las parejas sin residencia compartida. La edad media del primer matrimonio en España se sitúa en los 33 años en 2016 (INE, 2018g) y en 30 años la edad media del nacimiento del primer hijo (INE, 2018h) por lo que no es de extrañar, como afirma el estudio llevado a cabo por García-Pereiro, Pace y Carella (2015), que entre los jóvenes la primera unión en pareja se da en forma de cohabitación y pasado un tiempo de la cohabitación esas primeras uniones tiendan a formalizarse a través del matrimonio donde el nacimiento del primer hijo se contempla como factor positivo de dicha transición (García-Pereiro, Pace y Carella, 2015:59-60). Por lo que, a pesar de que en un porcentaje relativo la cohabitación se vuelva permanente, la

³⁹ La Fundación SM fue creada en España en 1977 por los religiosos marianistas como una institución cultural de carácter benéfico a favor de los más desprotegidos. Véase: <http://www.fundacion-sm.org>

tendencia habitual es la de contraer matrimonio, aunque, como vemos, en edades tardías. En cualquier caso, cabe tener presente que, si bien las cifras y las corrientes mencionadas son las tendencias mayoritarias entre los jóvenes en España, las trayectorias de transición son como los mismos jóvenes manifiestan en un estudio sobre los jóvenes en Brasil y en España “[..] cada vez más reversibles, diversas y siguen cada vez menos un modelo común” (Nascimento Coelho y Estramiana, 2014:29).

Con respecto a los flujos de emigración de los jóvenes en España, durante el año 2017 según estimaciones del INE⁴⁰ 12.359 jóvenes entre 20 y 24 años emigraron al extranjero. Conforme aumenta la edad se eleva también el número de jóvenes que emigra, 22.095 jóvenes entre 25 y 29 años y 24.098 de los 30 a los 34 (INE, 2018i). Sobre el perfil de los jóvenes emigrantes, el Observatorio de Emancipación del CJE (2017) estima que el 24% de los jóvenes, entre 15 y 29 años, en España que emigraron a otro país en 2016 son de nacionalidad española y un 75% de otra nacionalidad (CJE, 2017:5). Hace uno años, en plena crisis económica, un 67% de los jóvenes encuestados en el 2013 en el Barómetro del Real Instituto Elcano mostraba su interés por emigrar a otro país, una intención más compartida entre los jóvenes universitarios (Real Instituto Elcano, 2013:90). Para Santos Ortega y Muñoz Rodríguez (2015) el deseo por emigrar de los jóvenes con titulaciones superiores, también conocido como “fuga de cerebros”-véase apartado 2.2.2-, se conforma dentro de un discurso más amplio acerca de la empleabilidad y la necesidad de que sean los jóvenes quienes generen su propio empleo. Así, se idealiza la necesidad de viajar a otro país para ganar conocimientos y contactos y mejorar de esa forma las posibilidades de encontrar un empleo y que, para el autor, supone una forma más de precarización de las condiciones vitales de los jóvenes españoles (Santos Ortega y Muñoz Rodríguez, 2015:22-23).

En cuanto a la confianza institucional y la participación sociopolítica de los jóvenes españoles, en el estudio de 2016 del Injuve sobre una escala de confianza del 0 al 10 los jóvenes solo aprueban a las organizaciones no gubernamentales y a las fuerzas de seguridad y suspenden el resto de instituciones. El ente institucional que menos confianza desprende para los jóvenes son los políticos, pero también obtienen una puntuación baja el Congreso de los Diputados, los partidos políticos y la Iglesia Católica (Benedicto, 2016:480). Cuando se les pregunta a los jóvenes en el informe por su interés por la política, interés que relacionan más con la política formal institucional que con causas políticas, los jóvenes se dividen casi a partes iguales entre los que muestran mucho o bastante interés y los que declaran estar poco interesados (Benedicto, 2016:490). Aun así, más de la mitad de los encuestados habla de cuestiones políticas bastante a menudo o algunas veces con su entorno (Benedicto, 2016:497) y la sensación

⁴⁰ Las cifras de emigración que presenta el INE solo corresponden a aquellas personas que se han inscrito en los consulados del país de destino. Se cree que muchas personas no lo hacen por lo que se presupone que las cifras del INE son estimaciones a la baja respecto al número real de personas que emigran (De Marco y Sorando, 2015:22).

mayoritaria de los participantes en el estudio hacia la política es la de un sentimiento de inacción de los poderes públicos ante las peticiones de los jóvenes (Benedicto, 2016:504).

Un año después, pero con datos de 2016 el informe del OJI y la Fundación SM (González-Anleo y López Ruiz, 2017) corrobora esa misma desconfianza institucional de los jóvenes hacia las instituciones políticas y eclesiásticas y presenta como las instituciones menos valoradas por los jóvenes la Monarquía, el Parlamento y la Iglesia, de mayor a menor confianza, y las organizaciones de voluntariado, la policía y el sistema educativo como las más valoradas (González-Anleo y López Ruiz, 2017:42). En concreto sobre la política y los políticos, una gran mayoría de los encuestados en el informe piensa que los políticos anteponen sus intereses individuales, partidistas o los de los grupos de poder a los intereses de la ciudadanía y, en mayor porcentaje, no creen que los políticos tengan en cuenta los intereses de los jóvenes. Aunque la mayoría no cree que participando en política pueda contribuir en la mejora de la sociedad, en porcentajes similares sí creen que esta les afecta en su vida diaria (González-Anleo y López Ruiz, 2017:64).

En el estudio 'The Millennial Dialogue', una encuesta online dirigida a jóvenes entre 16 y 35 años de 12 países diferentes, entre los jóvenes españoles encuestados solo un 16% declaraba estar muy interesado en la política y casi a partes iguales la mayoría de los jóvenes estaba algo interesado o no tan interesado en política, 33% y 32% respectivamente (AudienceNet, 2017a:5). Claro que cuando se les pide valorar por orden de importancia la relevancia que tienen diversas cuestiones en su vida el interés por la política es el asunto menos importante para los jóvenes, mientras que la igualdad, la libertad de expresión, el bienestar social o contribuir en la sociedad son aspectos más importantes (AudienceNet, 2017:7), lo que deja entrever que la lectura que realizan los encuestados de la política es aquella que se produce y reproduce por los canales formales y oficiales y no relacionan la política con otras causas de carácter social pero legisladas desde el ámbito político, al igual que ocurre en el Informe del Injuve. La mayor parte de los encuestados en el estudio transnacional sobre la generación Millennial creen ser ignorados por los políticos y que se les presta menos atención que a otros grupos de edad (AudienceNet, 2017:14). El pesimismo de los jóvenes en España se ve reflejado también en los Barómetros mensuales del CIS pero respecto a la situación general del país. Durante el Barómetro del mes de marzo de 2018, por ejemplo, la mayoría de jóvenes entre 25 y 34 años considera que la situación política en España es muy mala en consonancia con el resto de grupos de edad. Entre los jóvenes de menor edad, de 18 a 24 años, aunque la mayoría considera la situación política como mala, es el grupo de edad que más califica esta como buena o regular (CIS, 2018:1). Al pesimismo se le añade la preocupación puesto que el fraude y la corrupción y los partidos políticos y la política en general suponen, por detrás del paro, los principales problemas en España para los jóvenes según el CIS (2018:3). Los autores del informe elaborado por la OJI y la Fundación SM, González-Anleo y López Ruiz (2017), consideran que:

[...] la situación de paro y de precariedad laboral en la que han sumido estos últimos años a la juventud española, así como en general la frustración sistemática de sus aspiraciones de emancipación, sumada al tsunami de políticas neoliberales que están siendo impulsadas en Europa y España ya desde mucho antes de que estallara la crisis actual, están terminando de romper lo poco que quedaba del consenso social básico establecido entre la sociedad y los jóvenes, los llamados pactos fordistas, que promovieron y facilitaron el surgimiento del modelo de desarrollo de una sociedad democrática del bienestar” (González-Anleo y López Ruiz, 2017:47).

A pesar del pesimismo y la desconfianza de los jóvenes por la política y sus instituciones que recogen los estudios, para Benedicto (2016) el discurso sobre a la implicación política de los jóvenes españoles ha sufrido un proceso similar al que comentábamos en apartados anteriores respecto a los jóvenes árabes a partir de las revueltas. De la apatía política de los jóvenes hemos pasado tras las protestas anti-austeridad de 2011, más conocidas en el ámbito español como el movimiento de indignados o el movimiento 15M, a una efervescencia de discursos que resaltan el activismo y compromiso de los jóvenes. Sin embargo, para el autor ninguna de estas dos visiones es completamente cierta en tanto la diversidad y complejidad actual de las identidades políticas de los jóvenes, mucho más volubles, además, que las de anteriores generaciones (Benedicto, 2016:486).

En la práctica, la participación en acciones de índole política de los jóvenes españoles está basada en mayor medida en su intervención a través del voto en las elecciones y, en segundo lugar, en acciones reivindicativas y de protesta como llevar a cabo peticiones a través de firmas y la participación en huelgas o manifestaciones, como publica el informe del Injuve (Benedicto, 2016:530). Este resultado viene a confirmar otra de las cuestiones que destaca el estudio que es la preferencia por la efectividad de la democracia a través del voto en las elecciones frente a otras formas de democracia directa como acciones reivindicativas (Benedicto, 2016:547). No obstante, además del voto y la participación en huelgas o manifestaciones, un estudio comparativo entre universitarios españoles y chilenos sobre las nuevas formas de participación política de los jóvenes revela que el mayor interés de los jóvenes españoles encuestados en relación con la política es mantenerse informado y poder expresar sus opiniones. El estudio también destaca que los españoles universitarios están involucrados en acciones no convencionales de participación como el empleo de las redes sociales para hacer un seguimiento a los partidos políticos o llevar a cabo acciones de boicot (Sola-Morales y Hernández-Santaolalla, 2017:635).

Con el mismo resultado y en contraste con el estudio del Injuve, estar al tanto de la actualidad política es la forma de participación mayoritaria entre los jóvenes encuestados en el informe de la OJI y la Fundación SM por encima de votar o hablar sobre temas políticos, las dos cuestiones con mayor relevancia para los jóvenes después del seguimiento de la información política (González-Anleo y López Ruiz, 2017:88). Por

tanto, mantenerse informado es considerado por los jóvenes otra forma de participar en política y es, además, una de las actividades que realizan con más frecuencia. En el plano asociativo, la mayoría de los jóvenes encuestados desde el Injuve manifiestan pertenecer o haber pertenecido en el pasado a algún tipo de asociación, aunque cerca de un 36% no haya participado nunca en ninguna. No obstante, la pertenencia de los jóvenes a organizaciones deportivas supera ampliamente su participación en asociaciones de tipo cultural, religioso o que defienden alguna causa social (Benedicto, 2016:518). El estudio de OJI y la Fundación SM revela resultados todavía más drásticos. El 78% de los encuestados declara no pertenecer a ninguna asociación y entre los que sí pertenecen a alguna, al igual que refleja el informe del Injuve, las asociaciones deportivas son las más frecuentadas (González-Anleo y López Ruiz, 2017:85).

El informe Juventud en España 2016 revela que los amigos, la salud y la familia por este orden son los tres elementos que más satisfacen a los jóvenes mientras que el trabajo, la situación económica y las relaciones afectivas son las tres causas de mayor insatisfacción (Ramos y Benedicto, 2016:284). De hecho, la situación económica de España es el factor que más puede afectar a la calidad de vida en el futuro para la mayoría de los jóvenes encuestados en el estudio de AudienceNet (2017a:16). De nuevo, el entorno próximo del joven, la familia y los amigos, cumple un rol importante en este caso respecto a su bienestar subjetivo y como colchón, por así decirlo, ante el descontento que producen cuestiones materiales como la situación económica y laboral. No obstante, para Ramos y Benedicto (2016) la autonomía y la capacidad de elección es la característica que más determina el bienestar de los jóvenes y concluyen que, en general, los jóvenes más satisfechos son “[...] en mayor medida quienes están emancipados, que han dejado el hogar familiar y viven en su propia casa y/o que trabajan, porque son estos factores de autonomía material los que les permiten tener un mayor control de su vida tomar sus propias decisiones, que es en definitiva el gran determinante de la satisfacción personal” (Ramos y Benedicto, 2016:289-290). En general, los jóvenes españoles están satisfechos con sus vidas y son optimistas sobre su futuro, eso es al menos lo que reflejan los resultados del estudio *The Millennial Dialogue* donde un 86% de los encuestados son felices, a grandes rasgos, y un 76% optimistas (AudienceNet, 2017a:4).

Si profundizamos un poco más, este resultado contrasta con la tipología de jóvenes elaborada por Rodríguez San Julián y Ballesteros Guerra (2014) respecto a las perspectivas de futuro de los jóvenes españoles donde destacan cinco arquetipos de jóvenes en base a cómo afrontan el futuro. La posición mayoritaria según los autores la ocupan los jóvenes que son pesimistas con sus circunstancias actuales y futuras pero que tratan de adaptarse a las condiciones existentes, seguidos de los jóvenes que son positivos y que consideran estar bien posicionados para el futuro y de los jóvenes que están bloqueados en la fatalidad, en tercer lugar. Los jóvenes que mantienen posiciones de tipo medio y los sacrificados durante lo que consideran una mala época son, por este

orden, los dos tipos restantes (Rodríguez San Julián y Ballesteros Guerra, 2014:57-62). Por tanto, en base a esta tipología, las posiciones escépticas superan a aquellas de mayor confianza hacia el futuro, un posicionamiento que vienen corroborando ya estos autores en estudios previos (Rodríguez San Julián y Ballesteros Guerra, 2013:101). Sanmartín (2014) explica que para que los jóvenes puedan construir un futuro sin la incertidumbre que les avoca siempre a vivir el presente, los jóvenes han de percibir que se concede valor a su esfuerzo y que este será recompensado (Sanmartín, 2014:71) de lo contrario se percibe que las perspectivas mayoritarias de los jóvenes españoles continuarán siendo presentistas y reproduciendo posicionamientos recelosos de cara al futuro.

Sobre la afinidad de los españoles con la identidad juvenil, una investigación llevada a cabo por el Injuve en 2010 mostraba que, entre los participantes en el estudio, sobre todo entre los más jóvenes, la identificación con personas pertenecientes a la misma generación constituía el elemento más importante de su identidad por encima de otras identificaciones con personas con las que comparten aficiones, personas del mismo género, profesión, localidad etc. (Tezanos, Villalón, Días y Bravo, 2010:69-72). Más recientemente, en un estudio comparativo entre los jóvenes de España y Brasil, la mayoría de los participantes manifestó no solo identificarse como joven en la actualidad sino también su deseo de ser así considerado durante más tiempo, sobre todo en los que respecta a sentirse joven y a la postura típica de los jóvenes respecto a la vida, priorizando las ventajas sociales de esta identidad respecto a otras a pesar de ser conscientes de los aspectos negativos asociados a la prolongación de la juventud como la inseguridad en sus trayectorias vitales (Nascimento Coelho y Estramiana, 2014:29-33). Para los autores del estudio esta aparente incoherencia podría ser el resultado de una táctica psicológica por parte de los jóvenes para enfrentarse a las dificultades (Nascimento Coelho y Estramiana, 2014:34), algo parecido a lo que ocurre con los jóvenes en riesgo de exclusión social y la negación de esta situación en el plano simbólico e identitario (Brunet, Pizzi y Valls Fonayet, 2013).

El informe del Injuve sobre los jóvenes españoles que abarca a los jóvenes entre 15 y 29 años describe un tipo de ocio y uso del tiempo libre que prioriza las actividades fuera del hogar, las experiencias compartidas y que conllevan un cierto coste económico (Ramos y Benedicto, 2016:336). Pero el ocio entre los grupos de edad más jóvenes difiere en ciertos aspectos de esta descripción, tal y como revela una investigación del ocio entre los jóvenes de educación superior postobligatoria, entre 16 y 18 años. Para este grupo de jóvenes el espacio privado como el hogar familiar es el espacio donde con más frecuencia realizan sus actividades lúdicas (Caballo Villar, Varela Crespo y Nájera Martínez, 2017:57) frente a la tendencia general de los jóvenes por alejarse de la residencia familiar cuando se estudia un abanico etario más amplio. Otra de las características pertenecientes al ocio de este grupo de jóvenes son las barreras con las que se encuentran para el normal desarrollo de este tipo de actividades. Además de la

falta de tiempo asociada a los estudios, la investigación también destaca las dificultades económicas, recordemos que la gran mayoría de los jóvenes en esta edad son totalmente dependientes económicamente de sus familias, y la falta de un entorno atractivo para desarrollar un tipo de ocio de carácter creativo (Caballo Villar, Varela Crespo y Nájera Martínez, 2017: 58-61).

En el plano de valores, un estudio de la CRS y la Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD) (Elzo Imaz y Megías Valenzuela (codirs.), 2014) elaboró un informe acerca de los valores de los jóvenes entre 15 y 24 años, por tanto, de los grupos de edad más jóvenes, donde concluye que los valores priorizados por estos son aquellos definidos como finalistas, es decir, aquellos que tienen como propósito el bienestar personal, un resultado que se venía produciendo en estudios anteriores (Elzo, 2009) y que constata recientemente el estudio del OJI y la Fundación SM (González-Anleo y López Ruiz, 2017:17). En el informe de la CRS y la FAD se aprecia, por otra parte, que los jóvenes conceden un valor similar a los valores relacionados con el disfrute y aquellos que tienen que ver con tomar conciencia de lo colectivo y post-material, con una disminución del primer conjunto de valores y un aumento del segundo grupo con respecto a estudios precedentes. El equilibrio entre los valores de seguridad material y de los valores post-materiales que destaca el informe se aprecia también en un estudio comparativo entre los jóvenes italianos y españoles acerca de los valores en el trabajo que concluye que los jóvenes españoles participantes en el estudio mostraban una orientación competitiva y pragmática hacia el trabajo y que priorizaban valores materiales al mismo tiempo que concedían importancia al otro, a las relaciones personales y a su entorno social (Caggiano, Belleza, Belsaguy, González-Bernal, 2017:102-104). Retomando el informe de la CRS y la FAD, los jóvenes participantes en este estudio conceden también importancia al presente, ratificando así el posicionamiento presentista mencionado en un párrafo anterior, y los valores políticos y religiosos son los menos valorados (CRS y FAD, 2014:123-124). En cuanto a los valores relacionados con la moralidad, los jóvenes de esta franja de edad aprueban aquellos comportamientos que pertenecen al ámbito de lo privado como el poder de elección sobre uno mismo o su cuerpo que supone el aborto o la eutanasia y rehúsan de aquellos comportamientos que dañan la colectividad como los robos o las actuaciones violentas (CRS y FAD, 2014:125), conclusión que recogen también estudios precedentes (Elzo, 2009) y posteriores (OJI y SM, 2017:26).

En base a sus valores, el estudio de la CRS y la FAD establece que la tipología de joven más común entre los españoles es la del joven indiferente hacia su entorno y que vive el presente. En segundo lugar, está el joven que trata de integrarse sin polemizar sobre el sistema actual y, en tercer lugar, los jóvenes críticos con el sistema, pero a la vez algo confusos e individualistas como para desarrollar un verdadero compromiso social. Los despreocupados a la par que incívicos, los jóvenes conservadores pero activistas y solidarios y aquellos que no responden a una tipología de joven en concreto terminan de formar la clasificación (Elzo Imaz y Megías Valenzuela (codirs.), 2014:130-133). Con

todo, según el informe, destacan dos posicionamientos claros respecto a los valores de los jóvenes durante el año de publicación del estudio. Se observa un cierto aumento de los jóvenes críticos con posturas más comprometidas, aunque desde movimientos más o menos transformadores, y una continuidad de posturas tradicionales que reivindican firmeza y estabilidad (Elzo Imaz y Megías Valenzuela (codirs.), 2014:136).

En la última ola publicada de la Encuesta Mundial de Valores que en el caso español se llevó a cabo durante 2011, los jóvenes hasta 29 años concedían una importancia media a los valores seculares y racionales en línea con el resto de grupos de edad y destacan por su alta valoración, en mayor medida que las personas de mayor edad, de los valores emancipativos (Inglehart et al., 2014) como la autonomía personal. Un resultado que confirma el deseo de los jóvenes españoles por disponer de libertad para hacerse escuchar y elegir su modo de vida, algo que, como vemos, deben de ejercer en muchos casos pese a la no emancipación residencial o la dependencia material y de otro tipo hacia sus familias. En la escala de los valores materialistas y en base a sus respuestas acerca de varias cuestiones, se sitúan en una posición intermedia entre el materialismo y postmaterialismo. En el índice de autonomía, en línea con el emancipativo, la mayoría es más cercano a los valores de determinación, perseverancia e independencia que a los que abogan por la obediencia y la fe religiosa.

De esa forma, la debilidad de las prácticas religiosas entre los jóvenes en España sigue la misma tónica general que la contemplada en el apartado anterior respecto al resto de países del Sur de Europa. A pesar de que alrededor de la mitad de los jóvenes manifiesta identificarse con la religión católica, solo el 8% declara ser practicante en el informe llevado a cabo por Injuve (Benedicto, 2016:427). En la misma línea, en el Barómetro de marzo de 2018 del CIS la mitad de los jóvenes entre 25 y 34 años se identifica como católico pero un 77% de los jóvenes de esa edad no asiste a misa casi nunca fuera de las ocasiones más celebradas. En el caso de los jóvenes entre 18 y 24 años solo el 41% se declara católico y hasta un 33% no creyente, es el grupo de edad con menor afinidad religiosa, y en un porcentaje similar, aunque algo más bajo que los jóvenes de mayor edad, un 73% no acude a misa casi nunca fuera de bodas, comuniones o funerales (CIS, 2018:49). También el informe del OJI y la Fundación SM (González-Anleo y López Ruiz, 2017) que recoge las posturas de los jóvenes entre 15 y 24 años se hace eco de la escasa identificación de los jóvenes con la religión y de su alejamiento de las prácticas religiosas. Aunque hay bastante diversidad de opiniones respecto a la autoidentificación religiosa de los jóvenes encuestados en el estudio, la postura de no creyente es la más mencionada por un 23% de los encuestados, solo un 8,2% se considera católico practicante y un 78% no acude a misa nunca o prácticamente nunca (González-Anleo y López Ruiz 2017:243-255), estas dos últimas cifras coinciden con los porcentajes que publica el informe del Injuve para las mismas cuestiones abarcando también a los jóvenes hasta 29 años.

De manera transversal a algunas de las cuestiones tratadas a lo largo de este apartado, el género, junto con otros factores como la clase social, la procedencia o las diferencias raciales y étnicas sobre los que no hemos tenido la oportunidad de profundizar debido a los límites de la investigación se presenta como factor diferenciado respecto a las condiciones laborales y sociales de los jóvenes. Además de una mayor precariedad laboral, las mujeres jóvenes en España se caracterizan por un logro educativo mayor que el de los hombres pero que distingue entre formación y profesiones masculinizadas y feminizadas y por la perpetuación de los roles de género en sus relaciones familiares que les responsabilizan en mayor medida que a los varones de su misma edad de las tareas domésticas y de cuidado (Alcañiz, Querol y Marti, 2015:132-133). A pesar de ello, en base a las conclusiones de un estudio llevado a cabo por estos autores las mujeres jóvenes perciben sus oportunidades en términos de igualdad (Alcañiz, Querol y Marti, 2015: 132).

Cuando se trata de conceder importancia a la igualdad de género, tanto mujeres como hombres jóvenes se posicionan claramente a favor a este respecto, un 82% de los jóvenes españoles considera que es un asunto importante en la encuesta transnacional llevada a cabo por AudienceNet (2017a:37). No obstante, no alcanzan la mayoría los jóvenes que están de acuerdo con algunas afirmaciones sobre la presencia de mujeres en la política. Sólo el 43% de los jóvenes está de acuerdo en que la igualdad de género en política es una cuestión de derecho y que debería haber una mayor proporción de mujeres, a favor más hombres que mujeres respecto a la primera afirmación y al revés respecto a la segunda. En este estudio, tan solo el 21% se muestra a favor de las listas políticas formadas exclusivamente por mujeres (AudienceNet, 2017a:52) de lo que se deduce que los jóvenes encuestados están en contra de la discriminación por razón de género, pero tampoco terminan de ver claro la discriminación positiva en espacios como la política. Otro de los asuntos que vierte resultados un tanto controvertidos es la percepción de la violencia de género por parte de los jóvenes. El Barómetro Proyecto Scopio 2017 llevado a cabo por el CRS y la FAD revela que a pesar de que la inmensa mayoría, un 87%, cree que la violencia de género es un problema social muy grave, salen a la luz ciertos prejuicios por parte de un número reducido de jóvenes encuestados que relacionan la violencia de género con la población inmigrante o que consideran que es un tema demasiado politizado e inevitable. Incluso un 27% de los jóvenes encuestados piensa que es algo normal dentro de la vida en pareja (CRS y FAD, 2017a). Sobre desigualdades y roles de género, en el Barómetro específico sobre juventud y género elaborado por parte de estas mismas instituciones un 56% considera que las desigualdades de género son muy grandes o bastante grandes y cerca de un 90% está a favor de repartir las tareas domésticas (CRS y FAD, 2017b, 2017c).

Pero a pesar de la toma de conciencia respecto a las desigualdades y el deseo de igualdad en el plano doméstico, llaman la atención dos creencias acerca de los roles de género. La primera sobre la relación trabajo y familia. En la medida en que las mujeres

se muestran en desacuerdo con el enunciado que afirma que trabajar está bien pero que el deseo de las mujeres es formar una familia, la misma proporción de hombres está algo o bastante de acuerdo con esta idea (CRS y FAD, 2017c). La segunda respecto a la falta de sororidad entre las mujeres jóvenes. Existe una idea extendida tanto entre las mujeres como los hombres participantes, aunque en mayor medida en el caso de los varones, de que la amistad entre las mujeres es más complicada ya que tienden a pelearse más con sus amigas que los hombres con sus amigos o porque consideran que las amistades con chicos son más sinceras y leales (CRS y FAD, 2017d).

Por último, concluimos este apartado presentando tres índices, dos internacionales y uno español pero que abarca también los países miembros de la UE, sobre el bienestar y desarrollo de los jóvenes españoles que, entre otras cuestiones, toman en consideración los elementos tratados a lo largo de esta sección para elaborar sus respectivas clasificaciones. El índice a nivel estatal lo elabora el CRS y la FAD en el marco del proyecto Scopio y tiene como nombre Índice Sintético de Desarrollo Juvenil. Se trata de un índice que toma en consideración indicadores de diferentes bases de datos españolas y europeas sobre cinco ámbitos relevantes en la existencia de los jóvenes europeos: la educación, la emancipación, el empleo, la vida (fecundidad, mortalidad etc.) y sobre el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). España en el índice de 2017 y en una escala del 0 al 10 obtiene una puntuación de 4,83 en el Índice Sintético de Desarrollo Juvenil y ocupa el puesto 24 de 28 países, una puntuación por debajo de la media europea y justo por encima de Grecia y por debajo de Portugal. Entre los países que lideran el ranking se encuentran los países centroeuropeos como Dinamarca, Luxemburgo y Países Bajos y los países del Norte de Europa (CRS y FAD, 2017e:11). Otro dato más, por tanto, que viene a ratificar las similitudes en las condiciones existenciales de los jóvenes al Sur de Europa en contraste con las de los jóvenes de otros países europeos. Si dividimos el índice en base a la puntuación que obtiene cada dimensión de la vida de los jóvenes, se aprecia que en el caso español solo se supera la media de la UE en la propia dimensión de Vida y en el uso de las TIC y, en cambio, España se encuentra en la cola en el resto de cuestiones, sobre todo, en cuanto al empleo y la emancipación y, con menos diferencia, en el parámetro educativo (CRS y FAD, 2017e:15-24).

El siguiente índice juvenil se llama Global Youth Development Index y lo elabora The Commonwealth, la institución cuyos miembros son países que a lo largo de la historia han tenido alguna vinculación con el Reino Unido. En base a este índice de 2016 que tiene en cuenta para su creación indicadores sobre educación, salud y bienestar, empleabilidad y participación cívica y política, España se encuentra en el puesto 22 de un total de 183 países en un ranking que encabeza Alemania. La educación y seguidamente la salud y el bienestar de los jóvenes españoles son los aspectos mejor valorados mientras que la peor puntuación la ostenta España con respecto a la participación cívica y política de los jóvenes (The Commonwealth, 2016:118-119).

Finalmente, el tercer índice, *The Global Youth Wellbeing Index*, está formulado por la International Youth Foundation (IYF) en colaboración con la compañía Hilton. Aunque se trata de un índice más reducido que el anterior ya que se analizan en total 30 países, el *Global Youth Wellbeing Index* tiene en cuenta siete dimensiones para su elaboración, algunas que no se incluyen en el índice de The Commonwealth o en el elaborado por instituciones españolas como la igualdad de género o la seguridad. En seis de estos ámbitos, excepto el correspondiente a las TIC, se recogen indicadores sobre la percepción de los jóvenes en cada materia y el estudio incluye, además, un informe por país. En cuanto al bienestar de los jóvenes españoles, España se encuentra en el puesto número 6 de la clasificación con algunas fortalezas y debilidades en función de la dimensión estudiada. El informe destaca en general los altos niveles de bienestar de los jóvenes españoles, sobre todo, en lo que respecta a la igualdad de género, donde ocupa la primera posición en el ranking por ser el país con menos restricciones a las libertades civiles de las mujeres, y la salud, donde es segunda por las bajas tasas de embarazos prematuros o suicidios. También es considerado un país seguro para los jóvenes, ocupa la quinta posición en este aspecto. Por debajo de la posición que ostenta en el ranking general, España es novena en educación por la ratio relativamente alta de jóvenes NEET y por disponer de una inversión en educación más baja que la media. También es novena en el uso de las TIC por parte de los jóvenes. Las mayores debilidades respecto al bienestar de los jóvenes españoles se centran en la participación cívica, con una decimotercera posición, donde el informe distingue los bajos niveles de voluntariado y, sobre todo, en lo que respecta a las oportunidades económicas, ocupa el puesto 18 y es la primera de los 30 países estudiados con mayor tasa de desempleo juvenil (International Youth Foundation y Hilton, 2017:88-89). En perspectiva, del análisis de los tres índices podríamos concluir que factores como la salud, la igualdad de género o la seguridad juegan a favor del bienestar de los jóvenes españoles mientras que los bajos niveles de empleabilidad y la baja participación política y cívica podrían estar frenando su desarrollo.

2.4 Jóvenes italianos

Se aprecian similitudes tanto, cuantitativamente, observando las cifras de desempleo juvenil, como cualitativamente, respecto a las condiciones laborales, entre los jóvenes italianos y españoles. Unos rasgos característicos que ya hemos distinguido también respecto al conjunto de países del Sur de Europa. La tasa de desocupación de los jóvenes italianos entre 18 y 29 años era del 26,5% en el 2017 según datos del ISTAT, el instituto nacional de estadística italiano. La tasa de desempleo aumenta si consideramos a los jóvenes de menor edad, entre 15 y 24 años, que alcanza el 34,7% en el mismo periodo. Disminuye al 17% si nos situamos en la franja de edad comprendida entre los 25 y 34 años. Analizando la evolución de la tasa de desocupación juvenil a lo largo del tiempo, se aprecia cómo, al igual que en el caso español y otros países del Sur del Mediterráneo afectados por la crisis económica, el desempleo juvenil en Italia ha aumentado

significativamente desde los periodos anteriores a la crisis. En el año 2008, por tomar como referencia el mismo año que en el apartado anterior en el caso español, la tasa de desempleo entre los jóvenes de 18 a 29 años era tan solo del 15% y llegó a superar el 30% y el 40% en el caso de los más jóvenes, entre 15-24 años, durante algunos trimestres entre los años 2013 y 2015 (ISTAT, 2018a).

Además de la falta de empleo, una de las características del empleo juvenil en Italia que también mencionábamos en el caso español es el aumento de la temporalidad en el mercado de trabajo a través de contratos por tiempo determinado, un hecho que genera una discontinuidad laboral entre los jóvenes y pone el freno a sus trayectorias vitales (Migliavacca, 2015:19-20). Para Rizza (2015) otros inconvenientes respecto a la empleabilidad de los jóvenes en Italia son la existencia cada vez más permanente de periodos de inactividad entre los jóvenes, un claro contraste entre las oportunidades laborales de los hombres y las mujeres jóvenes y un aumento de los trabajos con contratos atípicos, esto es, todos aquellos contratos alejados del contrato a tiempo completo e indeterminado, como los contratos a tiempo parcial, a tiempo determinado que acabamos de mencionar, pero también contratos intermitentes, por obra y servicio, ocasionales etc.

Ante estos datos, el instituto Giuseppe Toniolo llevó a cabo en 2017 una investigación con jóvenes italianos entre 20 y 34 años donde resalta que la crisis económica ha dejado en un segundo plano el deseo de los jóvenes por encontrar un trabajo donde sentirse realizados. Aunque esta es la cuestión que adquiere mayor importancia en segundo lugar, por encima de esta los jóvenes priorizan un buen salario capaz de no plantearles preocupaciones económicas (Istituto Giuseppe Toniolo, 2017a). Entre los elementos que preocupan a los jóvenes de este estudio como factores que pueden influir en la empleabilidad de los jóvenes, el estudio destaca lo que recoge como las tres “i”, por la primera inicial de los tres factores: inmigración, innovación tecnológica y envejecimiento de la población-invecchiamento en italiano-. El avance de la tecnología, entendida como los procesos de automoción que pueden destruir la demanda de capital humano, preocupa a un 60% de los encuestados, la inmigración a algo más de la mitad y, finalmente, la falta de relevo generacional supone un motivo de preocupación de cara al empleo para cerca de 3 de cada 4 encuestados. Los jóvenes italianos en este estudio vierten las responsabilidades de su situación, en primer lugar, a la clase política, pero también, aunque en menor medida, a las viejas generaciones que anteponen su bienestar, a la falta de estructuras que les representen e, incluso, a su propio colectivo por no luchar por transformar su situación. Entre las posibles acciones a favor de mejorar las condiciones laborales de los jóvenes, aunque el 60% de los encuestados considera que el empleo depende exclusivamente del mercado, cerca de un 70% requiere mayor inversión pública y privada y en torno a la mitad piensa que los sindicatos tienen un papel importante en la mejora de las políticas de empleo. Aunque un 44% cree que mientras se emprenda no faltará trabajo- cabe mencionar que el

trabajo autónomo ha ocupado tradicionalmente un espacio relevante en la economía italiana (Migliavacca, 2013:15)- la mayoría no ve la acción de emprender la panacea contra el déficit laboral (Istituto Giuseppe Toniolo, 2017a).

De hecho, en *focus group* con jóvenes emprendedores de la provincia italiana de Monza y Brianza, pertenecientes a la región de Lombardia, los jóvenes destacaban las dificultades actuales de empezar de cero una nueva empresa ya que las restricciones en el acceso al empleo no permiten ganar experiencia suficiente que facilite iniciar una actividad propia (Introini y Pasqualini, 2015:44). Una vez emprendido este camino, el retrato del joven emprendedor italiano que dibuja el estudio está a medio camino entre el romanticismo del que se esfuerza en soledad y el pragmatismo de quien sabe trabajar en equipo y posee habilidades colaborativas y relacionales (Introini y Pasqualini, 2015:45-48). Según se aprecia de los datos de la investigación sobre jóvenes llevada a cabo en 2015 por el Instituto Giuseppe Toniolo (2018a), a pesar del desempleo y precariedad laboral, los jóvenes italianos son resilientes, al menos, en base al grado de satisfacción con su actividad laboral. Hasta un 55% de los jóvenes afirmaba en 2015 estar bastante satisfecho con su trabajo y un 20% se mostraba muy satisfecho. Al otro lado, un 19% declaraba estar poco satisfecho y solo un 4% nada satisfecho.

Según el ISTAT un 39% de los jóvenes entre 18 y 29 años no participa de la fuerza del trabajo en 2017 (ISTAT, 2018b). El alargamiento del periodo formativo, fenómeno ya instalado en muchos otros contextos geográficos además de los que aquí nos ocupan, podría estar detrás de esta cifra. Sin embargo, debemos tener en cuenta que en el caso de algunos jóvenes no siempre es así. Los que deciden seguir su carrera formativa más allá del periodo obligatorio no siempre lo acaban logrando. En base a datos de 2014 que proporciona el ISTAT (2018c) el 15% de los jóvenes entre 18 y 24 años abandona prematuramente los estudios. Por otra parte, la incidencia de jóvenes italianos entre 18 y 29 años que ni trabaja ni estudia (NEET) es en 2017 del 28% (ISTAT, 2018d) y, al igual que en España, las mujeres jóvenes en esta situación superan a sus iguales masculinos. El indicador NEET es una instantánea de una situación que, en el caso de muchos jóvenes es reducida en el tiempo y que, para otros, se alarga más de lo conveniente. Un 40% de los jóvenes italianos experimenta esta situación durante un largo periodo, al menos un año, y cerca de uno sobre 10 lo experimenta durante casi toda la etapa según un estudio longitudinal que recoge el periodo comprendido entre 2008-2013 (Contini, Filandri y Pacelli, 2017:102).

Debemos tener en cuenta que este indicador acoge casuísticas heterogéneas e incluye tanto a desempleados habituales o madres jóvenes como a quienes han sido trabajadores y están desanimados o jóvenes en situación marginal con mayores dificultades de acceso al mundo del trabajo y la educación (Mascherini, 2017:26). De hecho, para algunos autores, solo un pequeño número de los jóvenes NEET responden al estereotipo del joven que voluntariamente no trabaja por falta de interés (Pintaldi, Della ratta Rinaldi, Pontecorvo y De Rosa, 2017:158). Además de los efectos que la

condición NEET puede tener a nivel de la autonomía personal del individuo, en el plano social, se relaciona también esta condición con una falta de participación cívica y política. Aunque como reconoce Lomazzi (2017) la heterogeneidad del grupo permite que no siempre sea así y a pesar de esta condición

“[...] quien percibe tener cierto grado de control sobre su vida y experimenta una gran agencia, quien puede contar con un mayor capital humano y social tiende a tener un mayor activismo político manteniéndose así vinculado a las dinámicas de participación democrática” (Lomazzi, 2017:140-141)⁴¹.

En el 2016 un 26% de los jóvenes italianos entre 25 y 34 años había logrado alcanzar el nivel de educación terciaria, que incluye todas las titulaciones de enseñanza superior postsecundaria, según la OCDE (OECD, 2017b:4). Una cifra lejana de la media de los países de la OCDE, situada en el 43%, y del nivel de logro educativo en enseñanza superior de los jóvenes en España. Aunque ambos países y el resto de países miembros de la OCDE sí comparten que la mayoría de los jóvenes que han logrado este nivel educativo son mujeres. Un 59% de los jóvenes que han alcanzado la educación terciaria son mujeres en el caso italiano, dos puntos por encima de la media de la OCDE (OECD, 2017b:4). Mientras que un 80% de la población mayor de 25 años que ha alcanzado este nivel educativo está trabajando, en el caso de los jóvenes italianos hasta 34 años, sólo lo hace un 64% según la OCDE (OECD, 2017b:4). Entre las profesiones que más jóvenes italianos trabajando acogen en 2015 se encuentran las disciplinas de la rama científico-técnica como las profesiones químico-farmacéuticas, medicina o ingenierías. Las disciplinas con menos jóvenes titulados trabajando son profesiones en el campo de la seguridad y defensa, del ámbito político-social o jurídico (ISTAT, 2018e). En cualquier caso, el aumento de la movilidad laboral entre las nuevas generaciones introduce cambios en las trayectorias formativas de los jóvenes. Como apunta Cesareo (2014:23), se estima que los jóvenes italianos cambiarán de trabajo al menos 5 veces en su vida por lo que la formación permanente, a la que se recurre una y otra vez para hacer frente a los cambios, es una necesidad actual para los jóvenes.

En términos de pobreza o exclusión social, en 2016 entre las familias cuya persona de referencia es una persona joven, entre los 18 y 34 años de edad, hay un índice de pobreza absoluta del 10% y aumenta hasta el 14% la incidencia de pobreza relativa según recoge el ISTAT (2018f). Esta franja de edad es, además, la que presenta el mayor porcentaje de incidencia de pobreza absoluta y de pobreza relativa, en este último caso junto con las personas de edades comprendidas entre los 35 y 44 años. Aunque los índices de pobreza entre los jóvenes italianos son relativamente bajos, las familias

⁴¹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] chi percepisce di avere un certo grado di controllo sulla propria vita e sperimenta una maggiore agency, chi può contare su un maggiore capitale umano e sociale tende ad avere un attivismo politico maggiore rimanendo così legato alle dinamiche della partecipazione democratica.” (Lomazzi, 2017:140-141).

jóvenes son, sobre todo, las más vulnerables a padecer algún tipo de privación material. El 71% de las familias donde el contribuyente principal es igual o menor de 35 años no consigue ahorrar y un 47% no puede hacer frente a gastos imprevistos (ISTAT, 2018g). Cuando se trata de no poder realizar según que gastos, el 47% no puede permitirse una semana de vacaciones al año. Aunque si aumentamos la gravedad de la privación disminuyen los porcentajes de los que no pueden calentar la casa adecuadamente, un 20%, o lo que no pueden comer carne o pescado cada dos días, un 16% (ISTAT, 2018h).

En el estudio cualitativo llevado a cabo durante el periodo entre 2013 y 2016 acerca de cómo los jóvenes milaneses se enfrentan al contexto económico actual marcado por la crisis salen a relucir algunas características que, según sus autores, se podrían atribuir al conjunto de los jóvenes italianos (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018). Los jóvenes participantes en el estudio de una franja de edad entre 19 y 31 años han normalizado la sensación de incertidumbre en su vida diaria y, sobre todo, respecto al empleo, hasta el punto de que perciben que ningún plan futuro tiene garantizado su éxito. A pesar de ello, ven clara la necesidad de actuar, aunque pueda no dar resultado, es lo que Colombo, Leonini y Rebughini (2018) llaman una resignación activa y por lo que, en cierta medida, se hacen responsables de estar siempre atentos, ser inteligentes, aprovechar las oportunidades que se les ofrecen y, de esa manera, capear el temporal (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018:63-66). Los autores afirman metafóricamente que los jóvenes italianos están acostumbrados a aprender a navegar constantemente sobre olas de riesgo (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018:73). Otros estudios, por el contrario, resaltan como la crisis económica ha generado un tipo de pobreza en Italia, sobre todo, entre los jóvenes que hasta entonces no estaban en riesgo de exclusión social. En un estudio sobre las trayectorias biográficas de los jóvenes sin hogar en Nápoles (de Pascale, 2015) los investigadores concluían que, entre los modelos de transición hacia la vida en la calle, en la actualidad el modelo más representativo entre los jóvenes resultaba ser el derivado de la precariedad laboral, por encima del acervo de sucesos trágicos o de la exclusión precoz por una transferencia temprana de la pobreza. La pobreza repentina entre los jóvenes se va gestando a través de trabajos inestables que se vuelven en muchas ocasiones informales, sobre todo entre los inmigrantes, y que se acompañan de una débil red familiar (de Pascale, 2015:114-116). La falta de trabajo o la precariedad del mismo se vuelve, por tanto, la principal característica y razón de la caída inesperada en la pobreza y la exclusión social de los jóvenes italianos.

En general, según los datos del ISTAT en 2017 hay una clara división entre los jóvenes italianos de diferentes grupos de edad respecto al nivel de satisfacción con la situación económica. La mitad están mucho o bastante satisfechos y la otra mitad poco o nada satisfechos (ISTAT, 2018i). Para Caltabiano y Rosina (2018) las circunstancias que experimentan los jóvenes italianos en la actualidad se deben a un proceso de dejuvenización de la población italiana, como ya hemos mencionado característica también de otros países del Sur de Europa, que debilita su relevancia política, social y

económica en el país y que induce a desigualdades generacionales (Caltabiano y Rosina, 2018:28). Unas desigualdades de las que son conscientes los jóvenes y que dejan patente en su denuncia de la falta de relevo generacional y atribución de responsabilidades a generaciones de mayor edad, como hemos mencionado a partir del estudio del Instituto Giuseppe Toniolo (2017a). Como apuntan Caltabiano y Rosina (2018:37) en Italia parece haber una cierta resistencia cultural por ver a los jóvenes como un bien público en el que hay que invertir.

En base al ISTAT (2018j) en el año 2016 los jóvenes italianos entre 18 y 34 años que vivían todavía con su familia de origen alcanzan el 63%. Entre ellos, un 36% son estudiantes, pero le siguen muy de cerca los jóvenes ocupados con un 33%. Como es lógico, si observamos los distintos grupos de edad, el porcentaje de personas que viven con sus progenitores es mayor entre los más jóvenes- una franja de edad en la que se presupone que una gran cantidad de jóvenes se encuentran todavía en periodo formativo- y disminuye a medida que se hacen mayores. Pero en todos los casos, entre los jóvenes que permanecen en el domicilio familiar el porcentaje de jóvenes con un empleo es considerable. Un 24% de los jóvenes entre 20 y 24 años que vive con su familia, formada al menos por un progenitor, está ocupado, un 45% de los jóvenes entre 25 y 29 años y un 58% de los jóvenes entre 30 y 34 años. En este último grupo de edad, el total de jóvenes, ocupados o desocupados, que viven con sus familias es del 30%. Valores todos similares a los registrados en el caso de los jóvenes españoles. Según concluye el informe de 2017 sobre la condición de los jóvenes italianos (Istituto Giuseppe Toniolo, 2017b) los jóvenes permanecen en el hogar familiar no tanto porque priorizan esta opción ante otras alternativas posibles sino por los obstáculos para poder salir de la dependencia familiar, sobre todo entre los jóvenes mayores de 25 años que esgrimen como razón para no hacerlo faltarles medios para poder emanciparse más que estar satisfechos con su nivel de libertad en el hogar familiar. De hecho, a pesar de las cifras de autonomía residencial que recoge el ISTAT (2018j), para los jóvenes encuestados para este informe la edad ideal para emanciparse de la vivienda compartida con sus progenitores se situaría mayoritariamente entre los 20 y 25 años. Otra de las cuestiones que sale a relucir a raíz de los datos y percepciones de los jóvenes es que dado que el motivo principal para no independizarse es no tener los medios suficientes para hacerlo posible y en vista del porcentaje de jóvenes que vive con sus padres a pesar de estar trabajando podríamos deducir que, al menos para una parte de los jóvenes, tener un empleo no es garantía para hacer factible su independencia del hogar familiar.

Ferrari (2011) en su tesis doctoral acerca de la salida de los jóvenes italianos del hogar de sus progenitores establece una diferencia entre los factores que tienen una incidencia directa en el comportamiento y los que afectan la conducta, pero sólo indirectamente a través de las intenciones. Entre las conclusiones de su investigación, destaca como las diferencias por edad afectan más en el plano de las intenciones para

emanciparse que en la salida fáctica del hogar familiar. El factor laboral, por su parte, afecta de manera desigual según el género. En el caso de los hombres el desempleo supone un obstáculo para emanciparse, sobre todo cuando se trata de la emancipación por una nueva unión, que afecta negativamente en el plano de las intenciones. En el caso de las mujeres, se confirma que la ocupación favorece tanto las intenciones como el comportamiento de emancipación. En ambos géneros, tener una pareja es un factor que impulsa la independencia residencial (Ferrari, 2011:110).

La emancipación residencial de los jóvenes italianos es difícil ya no solo para las parejas que desean formar una nueva familia, lo es también para los jóvenes que quieren compartir domicilio debido a la escasa oferta de hogares sociales y alquileres asequibles (Caltabiano y Rosina, 2018:31-32). Ciertamente, la vivienda en alquiler en Italia es una práctica minoritaria en todos los grupos de edad y aunque los jóvenes menores de 35 años sean el colectivo que más reside de esta forma en comparación con otros grupos de mayor edad, solo el 36% de los jóvenes vivía de alquiler en el 2016 frente al 63% que lo hacía en una vivienda en propiedad, como da a conocer el ISTAT (2018k). En el año 2016 la edad media de matrimonio entre las italianas es de 33 años (ISTAT, 2018l) y, en el caso de los varones, aumenta hasta la edad de 37 años (ISTAT, 2018m). Claro que estas estimaciones del ISTAT corresponden a la edad media de matrimonio del conjunto de la población italiana y no se limitan al primer matrimonio, por lo que, no proporciona un reflejo exacto de la edad media del matrimonio entre los jóvenes. También en el 2016, las mayores tasas de fecundidad se producen pasados los 30 años de la madre, entre los 31 y 33 años, (ISTAT, 2018n) y en el caso del padre la edad media de paternidad se sitúa en los 35 años (ISTAT, 2018o). Al igual que con la emancipación residencial, la aspiración de los jóvenes italianos respecto a la edad ideal para convertirse en padres es más temprana que las estimaciones que refleja el ISTAT. Más del 60% de los jóvenes encuestados en el informe de 2017 sobre la condición de los jóvenes en Italia se decanta porque la primera maternidad se produzca antes de los 30 años de la madre (Istituto Giuseppe Toniolo, 2017b).

Respecto a la formación de uniones entre los jóvenes a través de la cohabitación o el matrimonio en Italia, García Pereiro, Pace y Didonna (2014) - las dos primeras autoras citadas también en el apartado sobre los jóvenes españoles- sostienen que aunque España e Italia compartan ciertas características en las trayectorias de transición de los jóvenes como la prolongación del periodo educativo, la entrada al mercado laboral, la edad de formación de la primera unión y de nacimiento del primer hijo, en cuanto a la formación de uniones, en Italia el matrimonio sigue siendo la elección preferida incluso entre los más jóvenes mientras que en España la cohabitación suele ser más habitual como punto de partida en la formación de la pareja (García Pereiro, Pace y Didonna, 2014:65). Las autoras también destacan que además de los factores estructurales de cada contexto que intervienen en este tipo de elecciones, el nacimiento de un hijo está fuertemente ligado a la unión en matrimonio en ambos países, como ya vimos en el caso

español. Tener un trabajo estable, por el contrario, no supone un factor determinante en la formación de uniones, ya sea a través del matrimonio o la cohabitación, entre los jóvenes italianos, pero sí entre los jóvenes en España (García Pereiro, Pace y Didonna, 2014:66).

La dependencia familiar de los jóvenes italianos, al igual que en España, va más allá de la permanencia en el hogar familiar. Los jóvenes que se han emancipado residencialmente, en la mayoría de los casos, siguen recurriendo a sus familias para hacer frente a gastos inesperados (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018:65). De ahí que los jóvenes milaneses participantes en el estudio llevado a cabo por estos autores asocien la crisis económica con la falta de empleo más que con la carencia de recursos o privación material (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018:65). De hecho, en un estudio llevado a cabo con jóvenes italianos de diferentes trayectorias laborales y educativas los investigadores concluían que los jóvenes no asociaban la asistencia económica que recibían de sus progenitores con la percepción de su bienestar financiero como si el apoyo económico por parte de sus padres fuera algo obligatorio y lo dieran por sentado. En la percepción subjetiva del bienestar financiero que poseían los jóvenes participantes influía en mayor medida los recursos económicos y emocionales de los que disponían las familias más que la ayuda económica real percibida por estos jóvenes por parte de sus familias (Sorgente, Lanz, Schilirò y Terranova, 2016).

En el plano de la autonomía personal, volviendo al estudio llevado a cabo en Milán acerca de los jóvenes y su visión sobre la crisis económica sale a relucir como interpretan la mayoría de los jóvenes participantes la independencia. Para ellos ser independiente está relacionado con ostentar cierta capacidad de consumo para poder hacer frente diariamente a sus gastos personales (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018:68). Es lo que los autores reconocen como un bajo nivel de independencia: “Se refiere a prácticas formas de consumo mundano que aseguren un estilo de vida supuestamente adecuado, más que un proyecto de vida” (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018:68)⁴². Es por ello por lo que el estudio hace hincapié en el presentismo de los jóvenes, característica destacada también entre los jóvenes españoles, y en la prevalencia de una visión confusa sobre sus expectativas futuras bajo los arraigados modelos de transición y trayectorias vitales (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018:71).

Al igual que en España, la movilidad de los jóvenes italianos, tanto internamente desde el Sur hacia el Norte del país- como externa, ha sufrido un despunte a raíz de la crisis financiera. En el caso de la emigración de los jóvenes hacia el extranjero, se ha producido un aumento generalizado que no solo ha afectado a las regiones del Sur, como puntualizan Gallo y Staniscia (2016:357), sino a todas las zonas

⁴² Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “It refers to mundane practical forms of consumption that assure an allegedly adequate lifestyle, rather than a life project” (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018:68).

geográficas del país. Entre las razones que impulsan la emigración de los jóvenes, estos autores recogen además de factores económicos y de empleabilidad, como la percepción por parte de los jóvenes de una Italia no basada en la meritocracia sino en el clientelismo adultocrático, factores de otro tipo como el tipo de mentalidad italiana (Gallo y Staniscia, 2016:358). Según un informe del ISTAT (2017a) sobre la migración de la población italiana la edad media de los emigrantes en 2016 era de 32 años tanto en el caso de los hombres como de las mujeres (ISTAT, 2017a:5). El perfil medio del emigrante italiano es, por tanto, un perfil joven pero no necesariamente de una formación elevada ya que a pesar del aumento de un 9% en el número de graduados universitarios que dejan el país con respecto al año 2015, la población emigrante con estudios medios-bajos dobla al emigrante con titulación universitaria en 2016 (ISTAT, 2017a:1). Según este informe el grupo de edad que más emigró en el 2016 se sitúa entre los 25 y 39 años de los cuales un 28% eran graduados universitarios (ISTAT, 2017a:8). Si en el caso español salía a relucir la llamada “fuga de cerebros” como un fenómeno relevante en cuanto a la movilidad de los jóvenes españoles, Gallo y Staniscia (2016:358), ponen en entredicho la magnitud de este fenómeno en Italia dadas las reducidas cifras de movilidad entre los jóvenes graduados universitarios y doctores. En este último caso, según datos del ISTAT del 2014 solo un 2,3% del total de doctores mostraban interés por salir del país definitivamente y un 6,4% temporalmente (ISTAT,2018p). En ese mismo año se calcula que un 8,4% de personas con un doctorado residían en el exterior (ISTAT, 2018q). Además de la movilidad efectiva, para Cuzzocrea y Mandich (2015) la movilidad imaginada por los jóvenes italianos también resulta un elemento a estudiar en la transición de los jóvenes a la vida adulta ya que pone de manifiesto su percepción sobre la movilidad como salida a las circunstancias no favorables que se producen en el contexto local y/o como una forma de experimentación de sus identidades (Cuzzocrea y Mandich, 2015:563).

Los jóvenes italianos tienen posiciones divididas respecto a su identificación y compromiso con la política formal, como recoge el informe de 2018 sobre la condición juvenil en Italia que elabora anualmente el Instituto Giuseppe Toniolo. A pesar de que la posición mayoritaria entre los encuestados es la de sentirse lejos de toda la oferta política disponible- un 40% expresa estar de acuerdo con dicha posición-, un 35% de los encuestados se sienten muy cerca y convencidos por alguna fuerza política y un 24% algo cercanos y potencialmente interesados en algún partido. Por lo que, en suma, los jóvenes que se identifican algo o mucho superan a aquellos que sienten desafección por los partidos políticos (Giuseppe Toniolo, 2018b).

Por otro lado, en el estudio transnacional ‘The Millennial Dialogue’ (AudienceNet, 2017b) los jóvenes italianos muestran una clara tendencia hacia el bienestar social, pero sin vincularse, por ello, demasiado en política. Más del 80% de los encuestados concede importancia al bienestar de la sociedad en general y a contribuir en la misma frente alrededor del 60% que ve importante tomar interés por la política o implicarse en la

comunidad local (AudienceNet, 2017b:16). Reconocen, además, un 59% de los encuestados que las generaciones anteriores están más interesadas en política que las personas de su misma edad (AudienceNet, 2017b:18). En cualquier caso, el 70% de estos jóvenes tiene intención de ir a votar. Entre los que no, las dos razones principales para no hacerlo son, en primer lugar, la falta de confianza en los políticos y, en segundo lugar, la ausencia de una fuerza política que les represente (AudienceNet, 2017b:22).

El ISTAT, por su parte, publica una serie de estadísticas acerca del interés por la información política en base a la edad donde se advierte bastante disparidad en torno a la frecuencia con la que se informan sobre política los jóvenes italianos en el año 2016. Los jóvenes entre 18 y 34 años que no se informan nunca de política rondan el 25%-29% y entre el 24% y el 25% se informan algunas veces durante la semana. Entre el 60-70% afirma no interesarle la información política y entre el 20% y el 30% desconfía en la política (ISTAT, 2018r). La frecuencia con la que discuten sobre temas políticos es similar a la frecuencia con la que se informan sobre ellos. Algo más del 30% no lo hace nunca y en torno al 20% algunas veces por semana (ISTAT, 2018s).

Como también recoge el estudio 'The Millennial Dialogue' (AudienceNet, 2017b), en la práctica, la participación social de los jóvenes italianos en diversas actividades cívicas no alcanza o ronda la implicación del 20% de los encuestados, a excepción de los encuentros deportivos o con personas que comparten los mismos hobbies que son actividades habituales para el 40% y 50% de los encuestados respectivamente. La participación en encuentros con la comunidad local, en eventos religiosos, políticos, debates o en protestas y manifestaciones es una práctica frecuente solo para una minoría de los encuestados (AudienceNet, 2017b:23-24). Los datos sobre el nivel de asociacionismo de los jóvenes italianos se encaminan hacia la misma dirección. Según el ISTAT con datos de 2016 ninguna participación de jóvenes entre 18 y 34 años en asociaciones de tipo civil, cultural, recreativas, de voluntariado o sindicales llega al 15% de participación, aunque en comparación con otros grupos de edad, jóvenes y mayores, las personas entre 18 y 19 años son el grupo de edad que más participa en actividades de voluntariado (ISTAT, 2018t).

La limitada implicación de los jóvenes italianos se produce a pesar de la demostrada relación directa entre la participación y el empoderamiento. En el caso italiano, un estudio de 2012 acerca de la educación informal o no formal en Italia desvelaba como la participación de los jóvenes en talleres o charlas que organizan los centros juveniles mejoraba en la mayoría de los casos la agencia juvenil (Morciano, 2012). Esta baja participación encierra una desconfianza hacia este tipo de prácticas. El estudio acerca de los jóvenes milaneses al igual que destaca la práctica entre los jóvenes por responsabilizarse individualmente de la búsqueda con éxito de un empleo, en dicho estudio los jóvenes trasladan esa misma responsabilidad individual a otros planos de la vida frente a la desconfianza que les genera la acción colectiva que no consideran

efectiva ni para solucionar los problemas generacionales ni para asegurar el desempeño de sus aspiraciones personales (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018:69).

Parte de lo visto hasta ahora, la desconfianza hacia las instituciones políticas, la escasa identificación y participación colectiva, es para Pirni (2012) consecuencia de dos procesos interrelacionados que se producen entre los jóvenes italianos y que señalan el alejamiento de los jóvenes de la orientación y participación política conservadora. Por un lado, el proceso de individualización política que da cuenta del surgimiento de un activismo político individualista, discontinuo-tan pronto se activa como se apaga- y novedoso en la forma (Pirni, 2012:160-162). Por otro lado, el proceso de privatización de la esfera pública, que trata de la continuidad entre ambas esferas donde la construcción de lo público se realiza de la misma manera en la que se construye la esfera privada (Pirni, 2012:163). Para el autor ambos procesos definen el distanciamiento de los jóvenes de la política tradicional, un fenómeno que Pirni califica como “no política” que no debe entenderse como falta de asertividad política por parte de los jóvenes ya que la emancipación de la política tradicional “[...] oculta una pregunta, no mediada colectivamente, de inclusión en los procesos de toma de decisiones sobre la organización y en la gestión del poder dentro de la sociedad. Aunque esta pregunta se comparte entre las nuevas generaciones no se realiza en un grupo *per se*” (Pirni, 2012:170)⁴³.

En lo concerniente al bienestar subjetivo de los jóvenes italianos, el 74% de los jóvenes participantes en el estudio ‘The Millennial Dialogue’ se declaraban felices con su vida actual (AudienceNet, 2017b:14), tan sólo dos puntos por debajo de la felicidad que manifiestan los jóvenes españoles en el mismo estudio. Según datos de 2017 del ISTAT (2018u) en una escala del 0 al 10 los jóvenes entre 18 y 34 años valoran con un siete el grado de satisfacción con su vida cotidiana. Aunque los porcentajes de optimismo disminuyen cuando se trata de valorar el grado de cumplimiento en el futuro de sus aspiraciones actuales. Sólo el 50% de los encuestados en el estudio ‘The Millennial Dialogue’ es algo positivo al respecto (AudienceNet, 2017b:55). Entre los factores que más pueden afectar en su calidad de vida venidera el 52% de los encuestados indica la situación económica del país seguido del 44% que menciona los avances tecnológicos y del 43% que apunta hacia la situación económica global, entre otros elementos de preocupación para los jóvenes. Cabe destacar que la inmigración es nombrada también por un 30% de los encuestados (AudienceNet, 2017b:59). Como ya hemos visto, tanto la innovación tecnológica como la inmigración fueron mencionados por los jóvenes milaneses como factores que afectan a la empleabilidad en el estudio llevado a cabo por el Instituto Giuseppe Toniolo (2017a).

⁴³ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] cela una domanda, non mediata collettivamente, di inclusione nei processi di decisione sull’organizzazione e sulla gestione del potere all’interno della società. Benché questa domanda sia condivisa fra le nuove generazioni non si realizza in un gruppo ‘per sé’” (Pirni, 2012:170).

Sobre la orientación que mantienen los jóvenes hacia el futuro un estudio con jóvenes italianos entre 17 y 29 años establece una conexión entre los diferentes “estilos identitarios” de los jóvenes, el apoyo social que reciben y la percepción de los jóvenes sobre el futuro. Los autores del estudio (Sica, Crocetti, Ragozini, Sestito y Serafini, 2015) concluyen que el apoyo que perciben los jóvenes de sus amigos perpetúa los efectos que tienen sobre la percepción del futuro los diversos estilos identitarios (Sica et al., 2015:195). Unos estilos identitarios, que los autores recuperan de Berzonsky (1989), que pueden ser: informacional, en el caso de los jóvenes que son reflexivos sobre la formación de su identidad, difuso-evasivo, estilo que describe a los jóvenes que evitan confrontarse con todo lo relacionado con la identidad, y normativo, para los que orientan la construcción de su identidad en cumplir las perspectivas de otros agentes significantes (Sica et al., 2015:186). El estudio también viene a resaltar la importancia de las amistades en la etapa de adultez emergente (Arnett, 2000) frente al apoyo social familiar que, a pesar del tradicional rol central de la familia en Italia, no resulta tan determinante en la orientación de los jóvenes hacia el futuro, en base a los resultados del estudio, aunque sí podría resultar más influyente en el periodo de transición de los jóvenes al mercado de trabajo (Sica et al., 2015:196).

Los jóvenes italianos están, por lo general, mucho o bastante satisfechos con su tiempo libre en 2017, aunque cerca del 20% se muestra poco satisfecho, hasta un 26% en el caso de los jóvenes entre 25 y 34 años (ISTAT, 2018i). De hecho, el tiempo libre es la segunda actividad a la que en 2013 dedican más tiempo los jóvenes italianos entre 15 y 24 años, después del tiempo empleado en satisfacer sus necesidades básicas y por encima del tiempo que emplean en la formación (ISTAT, 2018v). Gran parte de ese tiempo libre lo emplean para reunirse con amigos, sobre todo, entre las cohortes de edad más jóvenes donde la frecuencia mayoritaria para encontrarse con amigos es todos los días hasta los 19 años. De los 20 a los 34 años los jóvenes ven a sus amigos más de una vez a la semana (ISTAT, 2018w).

Genova (2018) en su estudio sobre las culturas juveniles en Italia realiza una lectura sobre la forma en la que se genera en los jóvenes los procesos de identificación y las identidades colectivas. Para el autor en el caso italiano estos procesos toman forma a partir de las prácticas sociales compartidas que se caracterizan por procesos de socialización cada vez más horizontales donde los amigos e iguales son los principales actores de los contextos de socialización en perjuicio de “formas verticales de transmisión cultural” (Genova, 2018:85)⁴⁴. Entre las prácticas sociales que llevan a cabo los jóvenes italianos Genova también destaca una interacción entre la influencia que ejercen los valores y los gustos en estas prácticas sin que el primero determine las actividades formales y colectivas y el segundo las acciones individuales. Es la confluencia de los dos tanto en las acciones individuales-como en el ámbito de la música y los

⁴⁴ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “‘vertical’ forms of cultural transmission” (Genova, 2018:85).

deportes, como en las colectivas y más organizadas- en la cultura política o religiosa- lo que guía las prácticas sociales de los jóvenes italianos. Unas prácticas donde la identificación grupal, que puede ser mudable y múltiple en función del contexto, se produce a través de la toma en consideración de las sensibilidades individuales. Por ello, Genova insiste en que bajo el apelativo de “la acción”, atribuida normalmente al conjunto de actividades organizadas y llevadas cabo desde vías formales, también deben ser consideradas otro tipo de prácticas sociales más informales, cotidianas, individuales, “aparentemente banales pero llenas de significado” (Genova, 2018:87)⁴⁵ que forman, en definitiva, el estilo de vida de los jóvenes italianos (Genova, 2018, 85-87):

“El estilo de vida es por lo tanto la nota clave fundamental que se propone aquí para interpretar estas formas socioculturales formas que pueden crear vínculos sociales en muchos sectores diferentes de la juventud, yendo en gran medida más allá de la fuerte, claramente definida pertenencia social colectiva y cultural, construyendo estos vínculos sociales en el simple intercambio de prácticas y significados, de acciones y pensamientos que parecen tener en su núcleo la búsqueda de nuevas e innovadoras formas de equilibrio entre la expresión de la individualidad personal y la búsqueda de conexión con otras personas” (Genova, 2018:87)⁴⁶.

En la investigación comparativa sobre los valores en el trabajo que mencionábamos en el apartado correspondiente a los jóvenes españoles, en lo que respecta a los jóvenes italianos el estudio concluye que los valores en el trabajo de los jóvenes entre 18 y 29 años difieren de los valores observados en otros grupos de edad con una mayor tendencia de los jóvenes hacia orientaciones materialistas y orientadas hacia uno mismo. Respecto a este último aspecto, el estudio también constata una mayor propensión entre los jóvenes italianos respecto a los españoles por plantear el trabajo como una forma de manifestación y realización personal (Caggiano et al., 2017:102-104). Esta orientación de los valores en el ámbito laboral desde una perspectiva individualista se constató tiempo atrás en un estudio acerca de la noción que presentan los jóvenes sobre los derechos y los deberes (Passini y Emiliani, 2009). De los resultados de este estudio que realiza una comparación entre las respuestas de un grupo de jóvenes universitarios italianos y albaneses, se extrae que los italianos entendían los derechos y los deberes desde la dimensión de lo cotidiano y lo personal (Passini y Emiliani, 2009:93). En el caso de los derechos, destaca una noción individualista, asociando estos con el hecho de poder disfrutar de las posibilidades que se les ofrecen,

⁴⁵ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “apparently banal but full of meanings” (Genova, 2018:87).

⁴⁶ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “Lifestyle is therefore the fundamental keynote proposed here to interpret these socio-cultural forms that are able to create social bonds in many different sectors of youth, going largely beyond strong, clearly defined collective social memberships and cultural belongings, and building these social bonds on the simple sharing of practices and meanings, of actions and thoughts that seem to have at their core the search for new and innovative forms of balance between the expression of personal individuality and the search for connection with other people” (Genova, 2018:87).

de los privilegios, de la libertad de acción y de la no experimentación de límites. Los jóvenes italianos participantes en el estudio entendían los deberes, por otra parte, en la forma literal de la expresión, es decir, como obligación y no en términos de responsabilidad (Passini y Emiliani, 2009:92-93). Aunque algunos estudiantes también admitían la conexión entre ambos entendiendo el deber como el respeto hacia la libertad del otro (Passini y Emiliani, 2009:23).

Sobre las creencias y prácticas religiosas, en general los jóvenes italianos muestran mayores niveles de religiosidad y práctica de hábitos religiosos que los jóvenes españoles, aunque el número de no creyentes y de no practicantes también es considerable. Un 52% de los encuestados en el informe del Instituto Giuseppe Toniolo sobre la condición de los jóvenes italianos (2018b) se declara católico frente al 23% que afirma no creer en ninguna religión. Claro que la frecuencia de asistencia a la iglesia es ocasional para la mayor parte de los jóvenes encuestados, el 53%. Sólo el 11% declara asistir a la iglesia una vez a la semana, el 20% alguna vez durante el año o en ocasiones especiales y el 25% no participa nunca (Istituto Giuseppe Toniolo, 2018b). El ISTAT (2018y), por su parte, recoge en dos posiciones extremas la frecuencia de asistencia de los italianos a un lugar de culto. Los jóvenes entre 18 y 34 años que no asisten nunca a estos lugares son algo más del 30% y los que lo hacen al menos una vez a la semana rondan el 14%. En el confrontamiento con otras religiones, los jóvenes italianos resaltan, por lo general, cualidades positivas del diálogo interreligioso. Es lo que se infiere de una investigación llevada a cabo en 2015 también por el Istituto Giuseppe Toniolo sobre la religión y los jóvenes italianos. Para los participantes en esta investigación, aproximarse al dialogo interreligioso tiene que ver con reflexionar sobre la fe en general y la cultura y aunque consideran que no es algo exento de riesgo, les produce curiosidad, aviva su deseo de ser más comprensibles y les produce sentimientos de admiración por la coherencia y rigurosidad con la que personas de otras creencias practican su religión (Bichi, Bignardi, Goccini, Salvarini, Stercal, 2015).

Para Castegnaro (2013) las percepciones de los jóvenes italianos de la dimensión religiosa, como recoge en su libro, no las explican la indiferencia ni la quietud hacia la religión y la fe (Castegnaro, 2013:172)-razones habituales a las que apunta el autor para explicar las cifras del escaso apego religioso de los jóvenes- sino, más bien, son reflejo de la propia configuración identitaria de los jóvenes por la que priorizan valores de libertad y autodescubrimiento frente al dogmatismo y lo que viene impuesto desde el exterior (Castegnaro, 2013:182). Palmisano y Pannofino (2017:143) en base a los resultados de un estudio realizado con jóvenes italianos de 18 a 29 años manifiestan que en el caso italiano, como ya habían probado estudios precedentes sobre el Sur del Mediterráneo en general, se ha de tomar en consideración que la iglesia católica, como modelo cultural dominante, configura el vínculo de los jóvenes con la religión y la espiritualidad también en el caso de los jóvenes que desarrollan trayectorias espirituales fuera de las instituciones religiosas organizadas o de aquellos jóvenes que no se declaran

ni religiosos ni espirituales. Según los autores, la espiritualidad, la religión de la iglesia y la secular y crítica no son entes separados sino superpuestos que habitan la dimensión religiosa de los jóvenes italianos. Retomando a Castegnaro (2013) podríamos resumir la religiosidad de los jóvenes italianos a través de los siguientes atributos que menciona el autor: individualización de las creencias- un fenómeno que guarda relación con la individualización de las prácticas sociales que forman la cultura juvenil (Genova, 2018)-, respeto al Otro- de ahí la buena recepción del diálogo interreligioso entre los jóvenes-, una puesta por los valores religiosos en detrimento de las reglas, la preferencia de un modelo de iglesia que guíe en lugar de imponer, una religiosidad elegida y no transmitida socialmente, un tipo de creencia que no se basa en la certeza, una tendencia hacia lo espiritual y, finalmente, una religión que responda a las necesidades del individuo.

La investigación desarrollada con jóvenes milaneses (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018) también aporta algunas claves en la asunción por parte de los jóvenes italianos de diversos roles de género, por ejemplo, en cuanto a la diversa forma que tienen de entender la independencia. Para los hombres la independencia supone adquirir la autonomía económica necesaria para poder mantener a sus futuras familias. Para las mujeres participantes, en cambio, representa una forma de superar los tradicionales roles de género (Colombo, Leonini y Rebughini, 2018:67-68) que precisamente dan continuidad a su dependencia económica a través de la subordinación a su nueva unidad familiar. Una subordinación que parecen sustentar los hombres al asumir el modelo de *breadwinner*, en inglés, un modelo bajo el cual el hombre es el principal encargado de traer el pan a casa, o lo que es lo mismo, el principal sustento de la familia. En el plano discursivo, un estudio con diferentes grupos de edad en Italia concluía que los participantes relacionaban rápidamente las profesiones con los estereotipos de género que tradicionalmente las denotan evidenciando que “[...] los hablantes de varias edades -niños en edad escolar, jóvenes y adultos mayores- están sesgados por los estereotipos de género cuando hacen juicios sobre la identidad probable de las personas que cumplen ciertos roles” (Siyanova-Chanturia, Warren, Pesciarelli y Cacciari, 2015:10)⁴⁷. No obstante, la investigación también confirma que los jóvenes eran más propensos a desactivar las asociaciones prejuiciosas que los sujetos de mayor edad y que en el caso de los jóvenes, las mujeres estaban menos sesgadas por los estereotipos de género que los hombres (Siyanova-Chanturia, Warren, Pesciarelli y Cacciari, 2015:11).

Esta denotación de las profesiones que tiene lugar en el plano discursivo se hace visible también en los procesos de contratación y en la discriminación de salarios por razones de género entre los jóvenes italianos y en algunos contextos del mercado laboral. Así, Castagnetti y Rosti (2013) estiman que en entornos laborales donde la evaluación de la

⁴⁷ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] that language users of various ages—school-age children, young and older adults—are biased by gender stereotypes when making judgments about the likely identity of people fulfilling certain roles” (Siyanova-Chanturia, Warren, Pesciarelli y Cacciari, 2015:10).

productividad individual no es necesaria, es decir, no hay una selección competitiva como por ejemplo en el autoempleo, no operan los estereotipos de género mientras que cuando sí existe una evaluación de diferentes candidatos y cuando esta evaluación tiende a ser más injusta y menos transparente es cuando aumentan los estereotipos de género y se produce la brecha salarial entre hombres y mujeres (Castagnetti y Rosti, 2013:647). Esto último suele ocurrir según las autoras en trabajos de baja formación y en trabajos temporales- uno de los elementos que caracterizan la actual empleabilidad de los jóvenes italianos- y sostienen que la excelencia académica es un factor atenuante en la operacionalidad de los estereotipos y la brecha salarial (2013:648).

Para concluir, exponemos, a continuación, dos de los tres indicadores sobre juventud presentados en el apartado sobre los jóvenes españoles y su medición y valoración sobre el bienestar y desarrollo de los jóvenes italianos a falta de que uno de los tres indicadores, The Global Youth Wellbeing Index que lleva a cabo la IYF, no incluya a Italia entre los 30 países que conforman su análisis. En el índice elaborado por el CRS y la FAD (2017e) enmarcado en el proyecto Scopio Italia recibe una puntuación de 3,93 en el Índice Sintético de Desarrollo Juvenil Comparado y es el anteúltimo país de entre los 28 países de la UE, sólo por encima de Rumanía. Sólo en la dimensión de Vida que recoge indicadores de mortalidad, fecundidad etc. Italia se encuentra por encima de la media de la UE superando la barrera de los 7 puntos en una escala del 0 al 10. En el resto de ámbitos, Italia no solo está lejos de alcanzar la media europea, sino que se encuentra en las últimas posiciones con valores inferiores a los 4 puntos en el índice de educación, empleo, uso de TIC y de emancipación, un último aspecto donde no llega a la puntuación de 1. En el Global Youth Development Index elaborado por The Commonwealth para el año 2016 y que analiza un amplio conjunto de países, Italia ocupa el puesto 37 del ranking global formado por 183 países, por encima de Chipre y por debajo de Colombia. El ámbito mejor valorado por este índice es el educativo seguido del de la salud y el bienestar y obtiene peores puntuaciones en la participación política, el empleo y en la participación cívica, por orden de mejor a peor puntuación (The Commonwealth, 2016:120-121).

2.5 Jóvenes marroquíes

Los jóvenes entre 15 y 24 años representaban en 2014 alrededor del 20% de la población marroquí conforme al estudio llevado a cabo por Le Haut Commissariat au Plan (HCP), institución estadística marroquí, sobre el censo general de la población y vivienda en 2014 (HCP, 2018a). Las mujeres superan en un 1% a los hombres de su misma edad y cerca de un 59% de estos jóvenes viven en el medio urbano. Si ampliamos la franja de edad hasta los 29 años, los jóvenes marroquíes representan alrededor del 30% de la población (Snijder, 2015:6). El Banco Mundial lo tenía claro en 2012 cuando en un informe sobre las oportunidades y participación de los jóvenes en el reino de Marruecos manifestaba que el llamado “youth bulge” en Marruecos estaba ejerciendo tanta

presión sobre el mercado laboral que este no era capaz de asimilar la cantidad de jóvenes en edad de trabajar (World Bank, 2012:31).

En base a los datos que publica Le Haut Commissariat au Plan (HCP), institución estadística marroquí, sobre el empleo en el tercer trimestre de 2017 los jóvenes marroquíes entre 15 y 24 años son el colectivo con mayor tasa de desempleo en el país que registran una tasa de desempleo del 29,3%. Por separado, esta tasa es más elevada entre las mujeres de esta edad que alcanza una cifra del 39% y algo más reducida en el caso de los hombres con un 26%. En el siguiente grupo de edad, de 25 a 34 años, la tasa de desempleo se sitúa para ambos sexos en el 15% y aunque también hay una diferencia significativa entre hombres y mujeres, la diferencia es algo menor que en el grupo de edad más joven (HCP, 2018b:22). Por detrás de los jóvenes respecto a la tasa de desempleo, las personas que poseen un diploma con un 18% y las mujeres con un 15% son los siguientes colectivos que presentan los mayores porcentajes. La tasa ha aumentado en los tres colectivos respecto al mismo periodo del año anterior (HCP, 2018b: 5-6). Si observamos el porcentaje de actividad entre los jóvenes la brecha de género también es visible, sobre todo, entre el grupo de edad entre 25 y 34 años donde la tasa de actividad supera el 90% en el caso de los hombres y no llega al 30% en el caso de las mujeres (HCP, 2018b:16). Una cifra que podría explicar, en parte, que la brecha de género en cuanto a la tasa de desempleo en este grupo de edad no sea tan pronunciada debido al reducido porcentaje de actividad entre las mujeres de esta edad.

Si en España e Italia la sobrecualificación de una parte de los jóvenes es una de las características en la empleabilidad de los jóvenes, pero sin que el desempleo entre los titulados supere al desempleo de jóvenes con menor formación, en el caso marroquí, como manifiesta Floris (2009b:12) en un informe sobre las políticas juveniles en los países socios mediterráneos, la tasa de desempleo aumenta conforme se incrementa el nivel educativo. Y en el caso de las mujeres esta predisposición es todavía más evidente. Por mostrar dos situaciones extremas, la tasa de desempleo en el tercer trimestre de 2017 entre las mujeres urbanas con un diploma de nivel superior era del 31% mientras que en ese mismo periodo la tasa de desempleo entre los hombres rurales con ningún diploma o un nivel escolar primario es inferior al 6% (HCP, 2018b:24-26). Aunque la HCP no proporciona estadísticas cruzadas de la tasa de desempleo por lugar de residencia, edad y nivel educativo, se intuye que en el caso de las mujeres jóvenes urbanas con titulación superior la tasa de desempleo podría ser superior a la de las mujeres en general con este perfil, como recogen otros estudios (Snijder,2015:10). Para Paciello y Pioppi (2017) las altas tasas de desempleo entre los jóvenes titulados marroquíes se deben al abandono del gobierno de políticas de creación de empleo para jóvenes graduados y la transferencia de dicha responsabilidad al sector privado, como ya comentábamos en el apartado 2.2.2. En el caso de Marruecos, las autoras apuntan a:

“[...] la expansión de zonas francas como la Zona de Tánger, la expansión de la producción agroexportadora (por ejemplo, en la zona costera de Gharb y en regiones

productoras de tomate como la región de Souss-Massa) y el régimen off-shore en el sector servicios (especialmente los *call centres*), todos basados en mano de obra barata, tanto no cualificada como cualificada, también han sido una fuente de explotación de mano de obra joven, particularmente entre mujeres solteras” (Paciello y Pioppi, 2017:7)⁴⁸.

Si observamos el tipo de empleos que ocupan la mayor parte de los jóvenes marroquíes, según Snijder (2015:10), el autor de un estudio del EuroMed Youth Programme IV sobre el trabajo juvenil en Marruecos, la mitad de los jóvenes son empleados por empresas privadas y solo el 5% son trabajadores públicos y el 13% trabajadores por cuenta propia. Por sectores, Sougrati (2011) que presenta los resultados de un estudio del HCP desarrollado en 2011 sobre los jóvenes marroquíes, calculaba que más del 50% de jóvenes entre 18 y 34 años eran “trabajadores de cuello azul”, expresión anglosajona para describir a la categoría más baja del rango laboral. Respecto al resto de ocupaciones, un 20% de los jóvenes son artesanos, un 12% comerciantes, en la misma proporción que los ejecutivos intermedios y poco más del 1% ocupan cargos de gerentes.

Un fenómeno que guarda relación con que la mayoría de los jóvenes marroquíes estén ocupando el escalafón más bajo de la jerarquía laboral es la existencia del sector informal que está tan extendido en el país, como ya hemos visto a lo largo del primer capítulo y en el presente, y que, por supuesto, afecta también a los jóvenes. Se calcula que el 88% de los jóvenes marroquíes que trabajan lo hacen sin contrato, una realidad que les deja fuera de la cobertura social y sanitaria y que es todavía más visible en el ámbito rural (Snijder, 2015:11; Nations Unies Commission économique pour l’Afrique, 2011:12) y es el principal indicador de pobreza de los jóvenes trabajadores y un espacio donde suelen producirse abusos de carácter sexual y de otro tipo en el caso de las mujeres jóvenes (Nations Unies Commission économique pour l’Afrique, 2011:12). En el marco del proyecto Sahwa se llevaron a cabo unos focus group con jóvenes marroquíes de entre 15 y 29 años donde se identificaron una serie de factores que empujaban a los jóvenes al trabajo informal. Entre los elementos determinantes que fomentan la informalidad del trabajo juvenil los participantes mencionaron las carencias del sistema educativo y, en concreto, de la formación profesional y, por otro lado, la pobreza que conduce a los jóvenes a aportar recursos adicionales a la economía familiar, sobre todo, en zonas rurales y en el caso de las mujeres, a través de laborales domésticas (Mejjati Alami, 2017:7-9). Los Focus group se completaron con una encuesta dirigida a los jóvenes marroquíes de la misma franja de edad que recoge algunas de las características del empleo informal entre los jóvenes. Un empleo que se concentra en el comercio y el sector servicios, con status la mayoría de trabajos por cuenta propia que se generan a

⁴⁸ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] the spread of free zones such as the Tangiers Zone, the expansion of agro-export production (e.g., in the coastal area of Gharb and in tomato-producing regions such as the Souss-Massa region) and the off-shore regime in the service sector (particularly call centres), all based on cheap labour, both unskilled and skilled, have also been a source of exploitation of young labour, particularly among unmarried women” (Paciello y Pioppi, 2017:7).

través redes familiares o de allegados y que en algo más de la mitad de los casos se realizan en un establecimiento o local, sin contrato que regule el trabajo, sin afiliación a la seguridad social, con una jornada laboral inestable o extensible en función de la demanda y un salario generalmente por debajo del salario mínimo interprofesional (Mejjati Alami, 2017: 9-17).

La inserción en educación entre los jóvenes marroquíes es una práctica muy extendida y como recoge el HCP (2018b) en 2014 sólo el 10% de los jóvenes marroquíes entre 15 y 24 años no ha logrado completar ningún nivel educativo. En este mismo año, casi el 70% de los jóvenes había recibido instrucción en educación secundaria o superior y el 59% de las mujeres. Hay, no obstante, bastante diversidad respecto al grado de logro educativo en esta cohorte de edad. Hasta un 24% ha alcanzado el nivel de educación secundaria y solo un 10% el nivel de educación superior. El resto, sobre todo, entre mujeres jóvenes y jóvenes en zonas rurales, alcanzan niveles de educación inferiores. Como apunta Floris (2009b:12) el acceso a la educación superior en Marruecos se ha producido de forma desigual favoreciendo la entrada de las clases medias-altas y de los hombres a través de la proliferación de instituciones privadas (Chatman House, 2012:10), una expansión que según Floris no han podido regular los poderes públicos. Por otra parte, otra de las carencias del nivel formativo de los jóvenes marroquíes señala Martín (2011a:6) es la reducida matriculación de los jóvenes en la educación secundaria técnica y formación profesional, en línea con las respuestas de los participantes en el proyecto Sahwa como uno de los factores desencadenante de la relación entre los jóvenes y el trabajo informal, que solo alcanza el 20% de los jóvenes, estima el autor.

Aunque el analfabetismo entre los jóvenes marroquíes se ha reducido drásticamente debido a la extensión de la educación- la HCP estima una caída de 20 puntos respecto hace dos décadas (HCP, 2018c)- todavía afecta a un 11% de jóvenes entre 15 y 24 años en el año 2014 (HCP, 2018b). El porcentaje de analfabetismo entre las jóvenes dobla al de los hombres de esa edad y la diferencia se produce, sobre todo, entre las zonas rurales y urbanas donde el analfabetismo de los jóvenes en zonas rurales es casi 15 puntos superior que en espacios urbanos. En cualquier caso, el porcentaje de analfabetismo entre los jóvenes es bastante más reducido que el del conjunto de la población que en el 2014 es del 32% según el HCP (2018b).

En el estudio llevado a cabo por Gallup y Sillatech en 2010 que ya introdujimos en la sección referente al empleo y formación de los jóvenes mediterráneos (ver apartado 2.2.1), entre los jóvenes marroquíes encuestados menos de la mitad se mostraban satisfechos con las oportunidades laborales ni tampoco, aunque en menor medida, con las acciones del gobierno para ofrecer empleos de calidad. El autoempleo, por otra parte, no es algo que hubieran considerado la gran mayoría, solo un 34% de los jóvenes encuestados había pensado en comenzar su propio negocio y todavía menos encuestados, un 12%, lo pensaban hacer en el próximo año, un punto por debajo del porcentaje real de jóvenes auto empleados que indica Snijder (2015:10). Al igual que en

otros aspectos relacionados con la empleabilidad, las jóvenes marroquíes encuestadas estaban menos dispuestas a emprender y a hacerlo pronto que los hombres (Silatech-Gallup, 2010:166-168). Con datos más recientes, la encuesta realizada dentro del proyecto Sahwa sobre el empleo informal entre los jóvenes marroquíes también apunta a la prioridad de los jóvenes por un trabajo asalariado frente al trabajo por cuenta propia. Un 35% de los encuestados se decantaba por la primera opción frente al 7% que prefería montar su propio negocio. Como principal impedimento para emprender, los encuestados mencionaban en primer lugar la falta de información y de asesoramiento (Mejjati Alami, 2017:19-20).

Respecto a los procesos de inclusión o exclusión social de los jóvenes, en el transcurso de los apartados referentes a los jóvenes españoles y también italianos hemos visto como no siempre se establece una relación directa entre la privación objetiva de los jóvenes y la relativa, es decir, entre el sentimiento que estos tienen respecto a sentirse o no privados y como experimentan subjetivamente esta privación. Pues bien, esta diferencia se vuelve a observar en el caso marroquí, en un estudio acerca de la privación laboral entre jóvenes marroquíes que concluía como las mujeres jóvenes a pesar de estar objetivamente, como hemos visto, más privadas del mercado laboral tienden a sentirse menor privadas que los hombres jóvenes (Serajuddin y Verme, 2015:160). En el apartado 2.2.4 ya recogíamos la relación que establecía Floris (2009a) entre la urbanización acelerada de las metrópolis árabes con la marginalización y el comportamiento de los jóvenes urbanos. En el caso de Marruecos, la autora afirma que los jóvenes en las ciudades marroquíes y en situación de marginalidad adoptan dos posibles trayectorias, la de la delincuencia y las drogas o la del fundamentalismo religioso (Floris, 2009b:14).

Entre los que optan por el primer camino se enmarca el fenómeno conocido como “charmil”, un comportamiento de los jóvenes, adolescentes, pero también entre jóvenes adultos, de las grandes urbes marroquíes relacionado, a menudo, con la violencia y actos vandálicos. Como describe Toufiq (2016) esta conducta que se expresa de forma tanto individual como colectiva está marcada por tres rasgos característicos: una tendencia a ejercer la violencia contra las clases privilegiadas al estilo “Robin Hood”, una estética de bandas y una exposición de las acciones perpetradas a través de la red (Toufiq, 2016:45-46). Para El Atri (2016) “[...] toda violencia da lugar a una contraviolencia” y el fenómeno “charmil” representa precisamente esa contraviolencia, “[...] es la respuesta contestataria de unos jóvenes frustrados que no han encontrado un sistema basado en la igualdad social. Por eso ajustan cuentas con la sociedad mediante otro tipo de violencia” (El Atri, 2016:127). Hay tres factores que según este autor han condicionado la existencia de esta forma particular de violencia entre los jóvenes urbanos marroquíes: las revueltas árabes de 2011 que han situado a los jóvenes árabes como sujetos políticos, el contexto local marroquí que no ha permitido el funcionamiento del contrato social y que aleja, por tanto, en la práctica a algunos

jóvenes de convertirse en sujetos políticos y sociales, por último, internet que ha favorecido exponencialmente a visibilizar este fenómeno (El Atri, 2016:125-126). Un fenómeno de autoafirmación de los jóvenes a través de la violencia, su exposición en las redes y de alienación mediante la estética y el consumo (El Atri, 2016:131).

Según recoge el estudio sobre el censo general de la población y vivienda en 2014 del HCP (2018b) un 16% de los jóvenes entre 15 y 24 años estaban casados en 2014. Una cifra que aumenta en dos puntos respecto a la cifra de la década anterior. La diferencia entre hombres y mujeres es grande, mientras que el 29% de las mujeres de esa edad están casadas sólo el 3% de los hombres de la misma edad lo están. Todo parece indicar que, a pesar de la incidencia del matrimonio entre los grupos de edad más jóvenes, la edad media para contraer matrimonio se produce en Marruecos también a edades más tardías e incluso como señala Desrues (2012a:26) más de la mitad de los jóvenes marroquíes entre 25 y 29 años están solteros. Según recoge Floris en 2009 la edad media de matrimonio entre las mujeres marroquíes en zonas rurales era de 26 años o más y en el caso de las jóvenes urbanas se llegaba a extender hasta los 30 años (Floris, 2009b:11). Desrues (2012a:26) fija la edad media de contraer matrimonio en 26 años para las mujeres y de 31 en el caso de los hombres.

Al igual que en el caso italiano, el estudio de la HCP de 2011 indica que la edad real de contraer matrimonio entre los jóvenes no se corresponde con el deseo de estos por hacerlo a edades más tempranas. La edad media ideal para contraer matrimonio para los encuestados marroquíes en el citado estudio es de 24 años, 22 años para las mujeres y 26 en el caso de los varones Sougrati (2011). El número medio de hijos por mujer es de 2 en 2014 según estimaciones de la HCP con mayor probabilidad de que aumente esta cantidad en zonas rurales respecto a zonas urbanas (HCP, 2018d). La acción de contraer matrimonio y el nacimiento de descendencia ha estado siempre ligada en Marruecos a la emancipación residencial del hogar familiar, aunque, generalmente cerca de las estructuras familiares de origen de uno de los dos miembros de la pareja. Aunque en algunos casos, los jóvenes permanecen en el hogar familiar incluso después del matrimonio (El Harras, 2004:41). Sougrati (2011) estima que alrededor del 67% de los jóvenes entre 18 y 34 años en 2011 vive con sus padres.

Según recoge un informe de la ONU como síntesis de un Foro regional sobre los jóvenes en el Magreb celebrado en 2011, para los jóvenes, refiriéndose a los jóvenes magrebíes en su conjunto, la familia de origen representa un espacio de protección donde depositar su confianza frente al recelo que les generan instituciones modernas como los espacios educativos, los servicios públicos o el sector privado. En base a este informe la dependencia hacia los progenitores, aunque les limita el poder de toma de decisiones sobre su vida no origina una revelación directa por parte de los jóvenes, sino que genera procesos de negociación o evasión respecto al ámbito familiar (Nations Unies Commission économique pour l'Afrique, 2011:17). Sougrati (2011), por su parte, concluye que la mayoría de los jóvenes marroquíes mantienen buenas relaciones con

sus padres y entre los mayores beneficios que les aportan a los jóvenes mantener buenas relaciones con sus progenitores, los jóvenes en el estudio de 2011 conducido por el HCP señalan la estabilidad y solidaridad familiar como mayor bien. Las estrategias de diálogo o elusión de conflictos en el ámbito familiar son a la vez cuestiones destacadas en la encuesta llevada a cabo por L'Économiste en 2011 sobre los jóvenes marroquíes que como recoge Desrues (2012a:26) evidencia un proceso de individualización por parte de los jóvenes dentro del ámbito familiar, a pesar de la dependencia material hacia su familia de origen los jóvenes marroquíes adoptan métodos para salvaguardar su autonomía personal. En este sentido, la reforma en 2004 del Código del Estatuto Personal, conocido por *Mudawana* en árabe, por el nuevo Código de Familia ha introducido una serie de transformaciones en el orden social que han afectado a las trayectorias de vida de las mujeres jóvenes. Unas reformas que incluyen aumentar la edad legal de matrimonio hasta los 18 años o introducir el principio de igualdad en el matrimonio (Desrues, 2012a:27). En el estudio de 2011 de la HCP, por ejemplo, uno de cada dos jóvenes marroquíes encuestados consideraba que la reforma había contribuido al declive de la tasa de matrimonio y al aumento de los divorcios (Sougrati, 2011).

En un estudio sobre la migración internacional llevado a cabo durante 2013 y 2014 por el Centre d'Études et de Recherches Démographiques (CERED), perteneciente al HCP, en la zona de Tadla-Azilal – región situada al centro del país que fue considerada como tal hasta 2015 cuando se anexiona con otros territorios- los jóvenes emigrantes de esta región, entre 15 y 29 años, suponían el 27% del total de emigrantes y el grupo de edad que más emigraba los formaban las personas entre 30 y 39 años (HCP, 2015:34). Precisamente, Italia y, sobre todo, España son los países elegidos por los jóvenes emigrantes como país de destino mientras que las generaciones mayores se decantaban por Francia (HCP, 2015:10). Entre los principales motivos de la partida que recoge el estudio, para los jóvenes entre 15 y 30 años el desempleo es la principal causa que empuja la emigración, seguido muy de cerca por la reagrupación familiar y, en tercer lugar, por motivos relacionados con la educación para uno mismo (HCP, 2015:61). Según este mismo estudio, los jóvenes inmigrantes en el extranjero son del conjunto de inmigrantes el colectivo más vulnerable por su doble condición de inmigrantes y jóvenes (2015:83).

El coste de la emigración de los jóvenes marroquíes para el país se traduce en una carencia de mano de obra cualificada apunta Martín (2011a:10). 5 años antes del estudio del CERED, el estudio de Gallup y Sillatech (2010) recogía las opiniones de los jóvenes marroquíes acerca de su deseo de emigrar. Como resultado, un porcentaje relativamente alto de los jóvenes encuestados, un 37%, emigraría permanentemente de su país si tuviera la oportunidad. Un deseo más frecuente entre los hombres, hasta un 46%. Entre los destinos preferidos, se repiten España y Francia respecto al estudio del CERED. Respecto al motivo principal para querer emigrar, los jóvenes encuestados

mencionaban cuestiones relacionadas con la calidad de la educación- nombradas también en el estudio del CERED-, sin embargo, el mayor factor disuasorio para permanecer en el país suponía para los encuestados poder obtener un trabajo o un trabajo mejor (Silatech-Gallup, 2010:169). Esta diferencia entre la principal razón para querer emigrar y el factor que podría impedirlo puede sugerir el valor que los jóvenes marroquíes concedían en 2010 a la calidad en la educación como elemento clave para la obtención de un empleo digno. En una investigación sobre los jóvenes inmigrantes marroquíes en la Comunidad andaluza el autor del estudio establecía una relación entre las experiencias previas de migración interna y la decisión de los jóvenes marroquíes por emigrar fuera del país donde concluía que en muchos casos la decisión de emigrar al extranjero se generaba o afianzaba en el lapso de una primera experiencia migratoria dentro del país. Además, el autor sostiene que la movilidad de los jóvenes marroquíes es un proceso muy horizontal en el cual otros miembros de la familia o del entorno del joven que ya han emigrado, generalmente hermanos, suelen atraer al joven a su nuevo destino, un proceso de “inmigración de arrastre” que se suele producir sin la autorización de los padres (Capote, 2016: 256).

Como recoge Sougrati (2011) en base a un estudio acerca de los jóvenes marroquíes llevado a cabo por el HCP en 2011 la participación formal de los jóvenes marroquíes es reducida y en línea con los resultados en España e Italia, el voto es la actividad formal de participación cívica y política que más realizan los jóvenes marroquíes entre 18 y 34 años. El resto de actividades propuestas por el estudio como el voluntariado, la participación en manifestaciones y protestas sociales o la membresía en ONGs son acciones que practican menos del 10% de los jóvenes encuestados, por orden de mayor a menor participación. Respecto a la confianza institucional, la mitad de los encuestados confía en el gobierno y la confianza disminuye en el caso del parlamento, los representantes electos y los partidos políticos, solo un 28% confía en el parlamento y alrededor del 25% en los representantes y partidos políticos.

A pesar de la baja implicación de los jóvenes en las formas de participación formal, el activismo entre los jóvenes marroquíes no es un fenómeno aislado y su evolución a lo largo del tiempo ha caracterizado la participación política y social de los jóvenes marroquíes hasta la actualidad. Como antecedentes de este activismo, Azaola Piazza (2008:32) recupera las protestas de jóvenes titulados universitarios en la década de los 90 a través de movimientos como el “Movimiento de Sale” que desencadenó en la creación de la “Asociación de Licenciados en Paro”-en su traducción al castellano- o las protestas ya en el 2008 de jóvenes en la ciudad de Sidi Ifni como precursores de los movimientos de los jóvenes titulados marroquíes en protesta por la escasez de oportunidades. También desde otros contextos, las protestas contra el aumento del coste del nivel de vida en algunas ciudades marroquíes (Desrues, 2015:6) o el trabajo llevado a cabo por sindicatos, organizaciones feministas y defensoras de los derechos humanos (Velasco de Castro, 2016) también se han considerado antecesoras del

activismo juvenil actual. Algunas medidas tomadas a partir del 2000 para incentivar la participación política y cívica de los jóvenes permitieron la creación de nuevas asociaciones juveniles pero que, en definitiva, como sugieren Paciello y Pioppi (2017), no supuso más que una nueva forma de control sobre esta participación que permitió favorecer algunas corrientes como las culturas juveniles en torno a la música urbana y debilitar ciertos movimientos disidentes como el activismo islámico entre los jóvenes (Paciello y Pioppi, 2017:11).

En el 2011 en el marco de las protestas árabes que se fueron desarrollando a lo largo de la región, en Marruecos tomó forma 'El Movimiento 20 de febrero' (20F). Un movimiento que ha sido calificado por algunos autores como un movimiento juvenil (Snijder, 2015:12; Colombo, 2016:19) y que ha resultado ser uno de los movimientos sociales más destacados entre los jóvenes marroquíes, surgido a raíz de una convocatoria de protesta, bajo el mismo nombre, en Facebook en el año 2011. Este movimiento atrajo a jóvenes de distintos trasfondos políticos, generalmente, activistas independientes que actuaban en la red, detractores de los partidos políticos tradicionales o islamistas (Laine, Roberts, Saleh, Boucherf, Ait Mous, 2015:15-16) pero también a los grupos que se mostraban más reacios a participar por miedo a quebrantar el sistema tradicional de valores y con los que se gestó un vínculo de adhesión al movimiento gracias a un vídeo promocional que consiguió conmover a los más indecisos (Velasco de Castro, 2016:57-58) y jóvenes más organizados pertenecientes a asociaciones o partidos políticos de izquierda (Desrues, 2012a:33). Las demandas del movimiento incluían un cambio radical del sistema de gobierno, desde una reforma constitucional hasta la transición de la monarquía constitucional a una monarquía parlamentaria (Laine et al., 2015:15-16) y los procesos de consenso dentro del movimiento se producían de forma que se escuchaban las opiniones de las minorías al tiempo que estas avalaban la toma de decisión de las mayorías (Desrues, 2012a:33).

A pesar del lejano horizonte de las demandas, las revueltas árabes no se extendieron con la misma intensidad en Marruecos que en Egipto u otros países árabes. En parte, por algunas medidas disuasorias llevadas a cabo por el monarca y el gobierno marroquí que comenzaron a partir de la reforma constitucional del 2011. En lo que respecta a los jóvenes, estas medidas llegaron a incluir anuncios de puestos vacantes en las instituciones públicas dirigidos a jóvenes titulados (Martín, 2011b), reservas de escaños para personas menores de 40 años (Martín, 2011a:14) o la creación de un Consejo Consultivo sobre Jóvenes y Acción Asociativa que lanzó en 2014 una estrategia nacional integral de juventud en la que participaron jóvenes y organizaciones juveniles (Snijder, 2015:12; Colombo, 2016:12), entre otras reformas dirigidas a los jóvenes para mantener el contrato social. Tras el auge de las protestas, la era post revolucionaria en Marruecos también ha dado lugar a la creación de movimientos con una alta participación juvenil y caracterizados por la incursión de las TIC. Ejemplos de ellos son el Movimiento Democrático Anfass que continua con algunas de las reivindicaciones del 20F (Maïche

et al., 2017:35), el movimiento “Non-Fasters” también conocido como “Massayminch”, un movimiento de protesta contra la ley que prohíbe romper el ayuno durante el día en época de Ramadán (Camozzi et al., 2015:51) o la popularización entre los jóvenes de vídeos de sátira política creados y difundidos por los propios jóvenes a través de internet que forman parte de la cultura amateur marroquí y que están generando un contradiscurso al difundido por parte del conocido como *Majzen* en árabe (El Marzouki, 2015, 2018), término empleado para denominar la élite política y económica del país que rodea al monarca y gobierno marroquí. Para Snijder (2015:28-29) las protestas que se produjeron en varios países árabes y que en Marruecos protagonizó el Movimiento 20F “[...] no desencadenaron una revolución sino más bien se inició una evolución” (Snijder, 2015:28)⁴⁹ en el país en la que los jóvenes recuperaron demandas que se iniciaron una década atrás y que, tras las protestas, desencadenaron en la creación de asociaciones juveniles y en la institucionalización del valor de la participación de los jóvenes.

ElHachimi (2016:10-11) reconoce que las reformas llevadas a cabo en Marruecos tras las revueltas árabes lograron frenar el Movimiento 20F pero, en ningún caso, borrarlo del horizonte político y social del país y considera que las acciones llevadas a cabo por el activismo juvenil desde entonces, como la difusión de podcast políticos, la creación del medio alternativo *Mamfakinch* o el ya mencionado Movimiento Anfass, han conseguido, a través de sus mecanismos de concienciación colectiva, de presión y de intervención en el debate público, cambiar el estado socioeconómico y político de los jóvenes marroquíes. Para Desrues (2012b:16) no solo a nivel efectivo, sino que a nivel simbólico el Movimiento 20F ha ampliado la frontera de lo “legítimamente reivindicable” y precisamente por este motivo estima la importancia de este movimiento por “[...] este aspecto de la modificación de la percepción del contexto social y de la influencia sobre las políticas públicas” (Desrues, 2012b:16).

A pesar de que los jóvenes activistas han logrado cuestionar el régimen establecido, en lo que respecta a los jóvenes universitarios un estudio sobre la participación de estos jóvenes en Marruecos y en Egipto cuestiona las actitudes emancipativas de estos jóvenes en ambos países y sostiene que mantienen una visión tradicional sobre ciertos asuntos como la igualdad de género o la tolerancia hacia grupos marginales (Sika, 2016a). Como factores movilizados los estudiantes marroquíes, aunque tienen mayor acceso a las redes sociales que en Egipto, estos medios no resultan determinantes en la decisión de protestar de los activistas marroquíes y, en cambio, los partidos políticos sí juegan un papel importante como agentes movilizados. Aunque, a estos efectos, el islam político resulta poco relevante y están más motivados por el deseo de cambio político que por esta orientación ideológica (Sika, 2016a).

⁴⁹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] n’ont pas déclenché de révolution mais plutôt initié une évolution” (Snijder, 2015:28).

En base a las respuestas de los jóvenes en la encuesta del proyecto Sahwa en Marruecos, la participación política de los jóvenes marroquíes ha sufrido menos cambios que en Egipto o Túnez y, por lo general, la mayor parte de los jóvenes marroquíes encuestados valoran la situación actual como la situación previa a las revueltas mejor que los jóvenes tunecinos y egipcios. Concretamente, las mujeres jóvenes manifiestan mejores experiencias que los hombres tanto en la era pre como post revolucionaria (Maïche et al., 2017:26-27).

Para un 80% de los jóvenes marroquíes encuestados en el estudio de Gallup y Silatech en 2010 la evaluación de su vida en ese momento y la predicción de su vida futura daba como resultado un estado de lucha que contrasta con el optimismo en la valoración de su bienestar cotidiano (Silatech-Gallup, 2010:166). Quizá, por ello, el 68% de los encuestados marroquíes se mostraban satisfechos con su nivel de vida y el 62% creía que este iba a mejorar (Silatech-Gallup, 2010:168). Aunque quede algo lejos en el tiempo, la encuesta de hogares jóvenes de Marruecos, conocida en sus siglas en inglés por MHYS, conducida entre los años 2009 y 2010 por el Banco Mundial, arroja algunos datos acerca de cómo los jóvenes marroquíes estructuran su tiempo. La encuesta calculaba que los jóvenes marroquíes pasaban el 80% de su tiempo en actividades de ocio generalmente no estructuradas como pasar tiempo con sus amigos y familia o en el consumo de medios de comunicación y otros medios digitales, y solo las actividades deportivas ocupaban la participación de los jóvenes, con niveles de participación muy reducidos en actividades religiosas, voluntariado etc. (World Bank, 2012: 28-31). Respecto a la cultura juvenil, Desrues (2012a) identifica la corriente cultural Nayda, “en movimiento” en su traducción al castellano, como una importante tendencia cultural entre los jóvenes urbanos marroquíes. Un movimiento que incluye la música, sobre todo el hip hop, el cine y diversos géneros artísticos como instrumentos a través de los que se plasman la visión y las preocupaciones de los jóvenes urbanos y que para el autor es una corriente “más hedonista que revolucionaria, pero también más antisistema que resignada” (Desrues, 2012a:29)⁵⁰.

A través de la última ola de la encuesta mundial de valores (WVS) que en Marruecos se condujo en 2011, podemos discernir, como ya hicimos en el apartado de los jóvenes en España, las inclinaciones de los jóvenes marroquíes respecto a su sistema de valores. Así, gracias a las respuestas proporcionadas por los encuestados sobre varias cuestiones, los jóvenes marroquíes de hasta 29 años participantes en la encuesta aunque se situaban en mayor proporción en el conjunto de valores que contiene tanto valores materialistas como postmaterialistas, un amplio grupo de los jóvenes encuestados, un 32%, se posicionaba exclusivamente en el espectro de los valores materialistas frente a un muy reducido grupo que se inclinaba por los postmaterialistas, una inclinación más común entre las mujeres. En el índice de autonomía que tienen en cuenta para su

⁵⁰ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] more hedonistic than revolutionary, but also more anti-establishment than resigned” (Desrues, 2012a:12).

elaboración las respuestas de los encuestados acerca de las creencias religiosas, la obediencia, la independencia o la determinación, la mayor parte de los jóvenes se sitúan en posiciones intermedias, aunque con mayor tendencia hacia la valorización de la obediencia que de la independencia o determinación. No obstante, son el grupo de edad que menos se sitúa en el extremo de la dependencia y más en el de la independencia. Finalmente, el informe con los resultados de la encuesta recoge que la mayoría de los jóvenes marroquíes no presenta valores seculares, pero sí emancipativos, aunque la importancia que se les concede no es muy alta (Díez Nicolás y Díez Medrano, 2016)

En una encuesta de opinión sobre la afiliación religiosa de los jóvenes marroquíes conducida en 2010 quedaba patente el alto grado de identificación religiosa de los jóvenes con la religión musulmana a la que priorizaban incluso por encima de su identificación nacional o étnica. En la encuesta, donde participaron más de 1000 jóvenes marroquíes de hasta 30 años de edad, el 92% de los encuestados se definía como musulmán, dos puntos por encima de la identificación como marroquí, 30 puntos por encima de la identidad árabe y muy superior al 25% de los encuestados que se identificaban como amazigh (Bekkaoui, René Larémont y Rddad, 2011:50). Se señaló, además, que los jóvenes cultivaban más su religión a través de sus propios medios que por vías oficiales o familiares-como también señala Desrues (2012a:29) el alto nivel de formación de los jóvenes les permite acceder de forma individualizada a las fuentes de información religiosas- y que el 45% de los encuestados considera que los jóvenes están interesados en afiliarse a grupos religiosos por encima de la afiliación a los partidos políticos, con un 23%, o la afiliación a ordenes Sufís, con un 18% (Bekkaoui, René Larémont y Rddad, 2011:54-57). Respecto a este último aspecto del islam sobre la que los autores conjeturan que está abriéndose camino entre los jóvenes marroquíes, la mayoría de los encuestados asocia el sufismo con valores positivos y cree que puede resultar una alternativa a la participación de los jóvenes en extremismos religiosos, al tiempo que algo más de la mitad se muestra a favor de la adopción por parte del gobierno de entonces del sufismo como principal elemento de la identidad religiosa de los marroquíes (Bekkaoui, René Larémont y Rddad, 2011:60-63).

Estas conclusiones sobre el papel del sufismo, su promoción por parte del estado y la implicación de los jóvenes son compartidas también por estudios posteriores (Butler-Dines, 2015). En 2010, Bennani-Chraïbi reflexiona sobre la relación de los jóvenes marroquíes con el islam político a lo largo del tiempo y concluye que la postura de los jóvenes marroquíes es mudable en función de factores internos y externos y que los jóvenes entienden su identificación religiosa de múltiples formas. En general, se sienten jóvenes musulmanes, se identifican con causas musulmanas y consideran a la comunidad musulmana como víctima de las injusticias, no obstante, este sentimiento no es suficiente para pasar a la acción colectiva (Bennani-Chraïbi, 2010:76). Recordemos que ambos estudios se llevan a cabo en la antesala de las revueltas árabes que como

hemos visto introdujeron cambios en la lectura sobre la participación política de los jóvenes marroquíes, donde el islam político también estuvo presente entre los jóvenes.

Con relación a la percepción de los jóvenes marroquíes sobre determinados aspectos relacionados con los roles y estereotipos de género, aunque hay cierto consenso acerca de algunas cuestiones, respecto a otras todavía se advierten posiciones encontradas. En el estudio de Gallup y Sillatech, por ejemplo, mientras la inmensa mayoría de los jóvenes encuestados consideran que los hombres y las mujeres deberían tener un acceso igualitario a la educación, un 90% en el caso de las jóvenes encuestadas y un 86% en el caso de los hombres, no hay tanto acuerdo respecto a la consideración de que las mujeres se tratan con respeto y dignidad en el país, un 64% se muestra de acuerdo y un 35% en desacuerdo (Bennani-Chraïbi, 2010:170).

En la Encuesta Mundial de Valores, por otra parte, también se percibe cierta unanimidad por la igualdad de derechos respecto a algunas cuestiones y no tanto respecto a otras. Por ejemplo, cuando se pregunta si el hecho de que la mujer gane más dinero que su marido puede causar problemas, un 37% de los jóvenes marroquíes de hasta 29 años se muestra de acuerdo con dicha información frente al 35% que está en desacuerdo, cerca de un 60% de los jóvenes está de acuerdo o muy de acuerdo con que los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres y más de la mitad con que hacen mejores negocios que ellas. Por otro lado, más de la mitad de los encuestados creen que tener un trabajo es la mejor forma para que la mujer sea independiente y más del 70% está en contra de que la educación universitaria sea más importante para los hombres que para las mujeres (Díez Nicolás y Díez Medrano, 2016).

Solo un año más tarde de la WVS un estudio etnográfico con una pequeña muestra de jóvenes marroquíes señalaba tres grandes corrientes respecto a la aproximación de los jóvenes al activismo a favor de los derechos de las mujeres que llevaron a la autora a concluir las complicadas formas en la que los jóvenes marroquíes dotaban de sentido el movimiento a favor de las mujeres y a sus derechos. La mayoría de los entrevistados adoptaba una postura de distanciamiento voluntario del que son conscientes los jóvenes y critican el estilo de liderazgo y el elitismo de este activismo que está alejado, apuntan, de la realidad de las jóvenes generaciones. La segunda actitud más adoptada por los participantes corresponde a la identificación prudente en la que los jóvenes valoran los logros del activismo a favor de las mujeres, pero critican sus limitaciones a la hora de incluirse en un espectro más amplio de la lucha a favor de los derechos humanos y cierta preocupación por la intervención de este activismo en el terreno religioso. Por último, solo un pequeño grupo se manifestaba abiertamente a favor de este activismo. En general, todos los participantes parecían valorar los recientes logros respecto a la igualdad de género en el país, pero, al mismo tiempo, reprobaban el distanciamiento del activismo a favor del derecho de las mujeres por su sesgo clasista y no inclusivo (H. Skalli, 2011:338-342).

Para dar por finalizada esta radiografía de los jóvenes marroquíes, incluimos la posición y valoración de Marruecos en los dos índices internacionales sobre el bienestar y desarrollo de los jóvenes. El índice que elabora The Commonwealth, el Global Youth Development Index, sitúa a Marruecos más allá de la mitad del ranking del 2016, en el puesto 120 de un total de 183 países con una valoración por encima de la puntuación global que tiene el país en educación y salud y bienestar de los jóvenes. Por debajo y por orden de mayor a menor puntuación, se valoran cuestiones como la empleabilidad de los jóvenes, la participación política y la participación cívica, esta última como la dimensión peor valorada (The Commonwealth, 2016:124-125).

Por otro lado, en el Global Youth Wellbeing Index de 2017, Marruecos se encuentra hacia la mitad del ranking ocupando el puesto 16 del total de 30 países analizados por este índice. En cuestiones como la salud y la seguridad está por encima de la media y el informe destaca los reducidos índices de mortalidad, suicidios y de violencia interpersonal de los jóvenes marroquíes. En el otro extremo, las oportunidades económicas, la educación y la participación cívica de los jóvenes son cuestiones valoradas por debajo de la media, sobre todo, en el ámbito de las oportunidades económicas debido al aumento de las tasas de desempleo entre los jóvenes y la reducción de su actividad emprendedora. Del ámbito educativo, se subraya el grado de éxito en educación secundaria, muy por debajo de la mayoría de países y de la participación cívica, la baja implicación de los jóvenes en acciones de voluntariado. En los aspectos referentes al uso de las TIC y la igualdad de género, Marruecos ocupa la decimocuarta y la decimotercera posición respectivamente, con un 75% de los jóvenes marroquíes participantes en la encuesta sobre el punto de vista de los *millennial* globales que se incluye en el índice a favor de la equiparación de derechos entre hombres y mujeres (International Youth Foundation y Hilton, 2017:108-109).

2.6 Jóvenes egipcios

En 2018 la población joven en Egipto, teniendo en cuenta la cohorte de edad entre los 15 y 29 años supone cerca del 27% de la población total del país y el 34% si aumentamos el límite hasta los 34 años según estima la principal institución estadística egipcia, la Central Agency for Public Mobilization and Statistics (CAPMAS) (2018a:6). La participación de los jóvenes entre 18 y 29 años en la fuerza del trabajo es en base a la encuesta sobre la fuerza de trabajo de 2016 llevada a cabo por CAPMAS del 48% con una clara división de género. Los hombres jóvenes representan el 67% mientras que las mujeres jóvenes solo el 29%. La mayor parte de los jóvenes participantes en la fuerza del trabajo, un 43%, tienen un nivel de educación intermedia, un 23% ostenta un título universitario o superior y el 9% restante es analfabeto o no ha alcanzado ningún nivel formativo. Aunque los jóvenes representan casi la mitad de la población que contribuye a la fuerza del trabajo, la tasa de desempleo entre los jóvenes egipcios es significativa y lo es aún más en el caso de las mujeres. Casi el 27% de los jóvenes entre 18 y 29 años

están en paro, el 21% de los hombres y el 38% de las mujeres (CAPMAS, 2017:1). La tasa de desempleo varía en función del grado educativo de los jóvenes egipcios y, al igual que en Marruecos y parcialmente también en España e Italia, el porcentaje de desempleo entre los jóvenes universitarios o con una titulación superior es alto y alcanza el 37% en Egipto con mayor incidencia entre las mujeres. Casi la mitad de las jóvenes universitarias o con titulación superior en Egipto se encuentran en paro en 2016 (CAPMAS, 2017:2). En el conjunto de jóvenes, si descendemos un escalón en la titulación obtenida, la tasa de desempleo sigue siendo alta, de un 30%, en el caso de los jóvenes que poseen una titulación técnica intermedia y, de nuevo, en un porcentaje más alto entre las mujeres (CAPMAS, 2017:2).

La inestabilidad del empleo entre los jóvenes, característica de los tres contextos previamente analizados, también es frecuente en Egipto. Como recoge la encuesta del CAPMAS sobre la fuerza del trabajo de 2016 menos de la mitad del trabajo entre los jóvenes de 18 a 29 años es permanente y solo un 28% de estos jóvenes trabajan con un contrato legal y el 29% están suscritos al servicio de seguridad social. Estos dos últimos porcentajes son frecuentes, sobre todo, entre los hombres ya que ambas cifras casi se doblan en el caso de las mujeres tanto en lo que respecta a las trabajadoras jóvenes con contrato legal como suscritas a los servicios de seguridad social (CAPMAS, 2017:1).

Ghafar (2016:2) señala como dimensiones que caracterizan el desempleo entre los jóvenes egipcios universitarios o con titulación superior algunas cuestiones ya mencionadas anteriormente en otros contextos como el desajuste entre la educación y el mercado laboral, los efectos nocivos de las políticas neoliberales o un mayor desempleo entre las mujeres formadas-que corroboran los datos del CAPMAS (2017) y de otros estudios (CAWTAR, 2017)- y también otra cuestiones características de Egipto como el “desempleo de lujo”, la falta de énfasis en la emprendeduría, con dificultades de acceso a la financiación y un sistema burocrático que obstaculiza emprender, y la gratuidad de la educación universitaria en Egipto que ha fomentado de manera exponencial el acceso a la universidad entre las clases con mayores dificultades económicas. En el caso del calificado por el autor como “desempleo de lujo” (Ghafar, 2016:5) se trata del fenómeno que describe a los jóvenes graduados que eligen voluntariamente no trabajar en aquellos sectores que no guarden relación con sus estudios o que ofrezcan unas malas condiciones laborales. Esta tendencia existente en Egipto la tratamos en este capítulo al refebrirnos a los jóvenes árabes en su conjunto. Relacionado con el desempleo de lujo y, en parte, como consecuencia de la inestabilidad laboral que ofrece el sector privado a los jóvenes, muchos jóvenes egipcios titulados se decantan por el empleo público, como también mencionamos previamente en el texto, que a pesar de no ofrecer salarios muy altos tiene otras contrapartidas como la continuidad laboral y el acceso a prestaciones sociales (Barsoum, 2012:48; Maïche et al., 2017:19-20) pero que, como hemos visto, a pesar de las preferencias de los jóvenes, los poderes públicos han sido incapaces de garantizar (Lange, 2011:20). Y ante esta realidad,

se debe hacer frente al gran número de universitarios que se han graduado, en su mayoría, en las disciplinas de humanidades y ciencias sociales, sin que el mercado laboral pueda absorberlos (Nassar, Barsoum, Elwan, el Shair, 2010:51). Esta falta de continuidad entre la educación y el acceso al mercado laboral en Egipto ha deshecho, sobre todo, las aspiraciones de los jóvenes provenientes de los estratos socio-económicos más bajos de Egipto y ha supuesto un descenso de la movilidad social en el país (Binzel, 2011). Además de las dificultades ya expuestas, Barsoum (2017) afirma que en el caso de las mujeres jóvenes en Egipto se añaden otros factores específicos marcados por las normas de género que determinan la decisión de las mujeres, casadas o solteras, de trabajar o no. Las mujeres solteras centran su decisión basándose en el desajuste entre su especialización formativa y las necesidades del mercado laboral, la escasez de empleo, el enchufismo, los dividendos que ofrezca el empleo o en las condiciones laborales. Para las mujeres casadas, por su parte, los obstáculos en la conciliación de su vida laboral y familiar suelen ser los principales determinantes a la hora de tomar una decisión respecto al trabajo (Barsoum, 2017:20).

Como advierten las mujeres jóvenes, como un gran obstáculo para la obtención de un empleo, el 69% de los jóvenes egipcios participantes en la encuesta llevada a cabo por Gallup y Silatech en 2010, con jóvenes de 15 a 29 años, también mencionaban el hecho de disponer o no de contactos bien posicionados, conocido en árabe con el término *wasta*- fenómeno discutido ya con respecto a los jóvenes árabes mediterráneos- como un factor determinante a la hora de conseguir un empleo (G. Khouri, 2011b:14). La relevancia de los contactos para obtener un empleo se vuelve a constatar años más tarde en la encuesta del proyecto Sahwa, implementada en la misma franja de edad, donde un 48% de los jóvenes encuestados en Egipto señala haber conseguido su trabajo a través de sus contactos personales y un 36% a través de contactos familiares (Maïche et al., 2016:22).

Retomando el estudio de Gallup y Silatech en 2010, la gran mayoría de los jóvenes egipcios se muestran insatisfechos con la situación laboral y aunque valoran más positivamente la economía local que la nacional, en general, son negativos respecto a las condiciones económicas y laborales. La emprendeduría, a pesar de los límites financieros y los obstáculos burocráticos que percibe Ghafar (2016), es una opción viable para un reducido grupo de jóvenes egipcios encuestados en el estudio de Gallup y Silatech. Según este estudio, el 16% de los jóvenes encuestados planeaba comenzar un negocio en el próximo año (Silatech-Gallup, 2010: 126). La organización The Population Council, en base a la comparativa de resultados entre la encuesta a jóvenes egipcios liderada por la organización en los años 2009 y 2014, por tanto, previa y posterior a las revueltas que tuvieron lugar en el país, advierte que la aportación de los jóvenes al mercado laboral ha disminuido entre la encuesta anterior y la más actual. Aunque se observa una caída de la tasa de desempleo juvenil respecto al año 2009, el informe que elabora la organización considera que esta caída no está relacionada con un aumento

de las oportunidades laborales sino con la salida de los jóvenes de la fuerza de trabajo por falta de motivación (Roushdy y Selwaness, 2015:120).

Aunque la universalización de la educación en Egipto, sobre todo, en etapas tempranas, es casi una realidad, las facilidades de acceso no siempre garantizan ni el acceso ni el logro educativo. Entre los grupos de edad más jóvenes, por ejemplo, se produce cierto absentismo debido a la necesidad entre las clases sociales con reducidos ingresos de que el joven pueda aportar un ingreso extra a la economía familiar (Sánchez García, 2013:56). También es frecuente la salida temprana de los centros educativos y las universidades entre los jóvenes de las zonas rurales con motivo de un matrimonio a una temprana edad, porque la pobreza les fuerza a trabajar o por el bajo nivel formativo de las familias y las pocas facilidades para seguir con la formación (Chatman House, 2012:10). Al sistema educativo en Egipto, en todos los niveles educativos, también se le achaca una falta de calidad debido a que la gratuidad de la educación, que menciona Ghafar (2016), ha generado una gran acumulación de estudiantes en las clases sin la cantidad necesaria de profesores y formadores cualificados para hacerle frente (Barsoum, Ramadan y el Kogali, 2010:46).

De hecho, la pobreza entre los jóvenes egipcios, aunque tiene varias caras es también educativa. El CAPMAS señala que entre los jóvenes de 18 a 29 años el 30% eran pobres en 2015 (CAPMAS, 2017:2). Respecto a las privaciones que más abundan entre los jóvenes egipcios, el informe de la ONU de 2010 sobre desarrollo humano en Egipto enfocado en los jóvenes estimaba que entre los jóvenes de 18 y 29 años la privación que más prevalecía era la privación educativa. Aunque han pasado unos años desde el informe y todo indica a que el acceso a la educación tiende a alcanzar cada vez más población en el país, el informe calculaba que alrededor del 17% de los jóvenes de esa edad nunca había ido a la escuela o no había llegado a completar la educación primaria, un porcentaje donde se concentra el absentismo y la salida temprana de la educación de los jóvenes en las zonas rurales que mencionábamos en el párrafo anterior. Por detrás de la privación educativa, la privación en salud que afecta, sobre todo, a las mujeres jóvenes durante el embarazo (Handoussa y el Laithy, 2010:78). Distintamente a lo que se podría pensar, como también recoge el informe, la tasa de desempleo es mayor entre los jóvenes egipcios que no se encuentran en situación de pobreza que entre los que sí lo están, aunque el empleo que predomina en este último grupo es principalmente el subempleo, un tipo de empleo temporal u ocasional con bajos salarios (Handoussa y el Laithy, 2010:82-83). La exclusión social de los jóvenes en Egipto afecta la economía del país de tal forma que, aunque hace ya una década, Chaaban (2008:18) estimaba que el coste de la exclusión social de los jóvenes en Egipto⁵¹ suponía

⁵¹ En el informe el coste se calcula a partir de los últimos datos disponibles hasta ese momento sobre desempleo juvenil, salida temprana de la educación, embarazo adolescente y migración entre los jóvenes.

aproximadamente un 17% de PIB del país, tan alto como el porcentaje que aportaba entonces el sector agrícola.

Uno de los pilares en las trayectorias de vida de los jóvenes egipcios es la formación de uniones a través del matrimonio. La edad media de contraer matrimonio en Egipto es en el 2016 de 24 años en el caso de las mujeres y de 30 en el de los hombres (CAPMAS, 2018b:50), valores muy parecidos a los de los jóvenes marroquíes en el caso de los varones. En cuanto a las mujeres las jóvenes egipcias se casan a una edad algo más temprana que las jóvenes marroquíes. En ambos casos, la edad de contraer matrimonio entre los jóvenes egipcios y marroquíes es inferior a la edad señalada en España e Italia, sobre todo, en lo que respecta a las mujeres jóvenes. Precisamente, entre las mujeres jóvenes egipcias se suele concentrar el llamado matrimonio prematuro que pesar de la baja incidencia es un fenómeno exclusivo de mujeres, particularmente, de zonas rurales y con bajo nivel educativo lo que, en suma, suele traducirse en poca autonomía personal de la mujer una vez casada (The Population Council, 2011:129).

La incidencia del matrimonio entre los jóvenes egipcios es muy alta y lo es aún más entre las mujeres jóvenes. En el año 2016 CAPMAS calcula que del total de hombres casados un 62% eran hombres entre 18 y 29 años y hasta un 83% suponían las mujeres de esa edad con respecto al total de mujeres casadas (CAPMAS, 2017:2). Al igual que para la obtención de un empleo, los contactos familiares y vecinales son una de las principales formas mediante las que conocen a su futura pareja la mayoría de los jóvenes encuestados en la encuesta de 2009 sobre los jóvenes en Egipto de la Population Council (The Population Council, 2011:129-130). Pero la decisión de contraer matrimonio no se toma de igual forma entre los hombres jóvenes y las jóvenes egipcias como recoge la encuesta de 2014 de esta organización. Mientras que un 54% de los hombres toma la decisión de casarse por si mismo, sólo un 20% de mujeres lo hacen solas y en un 42% de los casos se trata de una decisión conjunta entre la propia joven y sus padres y para un 37% de las encuestadas la decisión la toma individualmente otra persona (Sieverding y Ragab, 2015:163). El divorcio, aunque no es una cuestión que hayamos tratado en los apartados anteriores y su incidencia no es alta, en el caso egipcio, es un fenómeno bastante característico de las jóvenes puesto que del total de mujeres divorciadas en Egipto, las jóvenes entre 18 y 29 años suponen el 43% (CAPMAS, 2017:2), lo que nos lleva a deducir que en este grupo de edad es probablemente donde más divorcios se producen y que el matrimonio cuando se rompe no ha tenido una larga duración. Otro de los aspectos que cabe mencionar en cuanto al matrimonio entre los jóvenes en Egipto son los matrimonios no convencionales o alegales que ya hemos tratado en la presentación de las características sobre los jóvenes árabes mediterráneos, como los matrimonios *urfi*, matrimonios *misyar* o matrimonios de verano (DeJong y El-Khoury, 2006; Singerman, 2007; Yusuf, 2008; Bayat, 2010; Bull, 2011), que aunque es una práctica minoritaria son un reflejo de las dificultades que tienen muchos jóvenes egipcios para poder casarse de forma ordinaria. No obstante, y a pesar de las

dificultades, en la encuesta más reciente de la Population Council, llevada a cabo durante 2014, se destaca que la media de edad para contraer matrimonio entre los jóvenes egipcios concuerda, por lo general, con la edad ideal de matrimonio que mencionan los jóvenes encuestados en el estudio (Sieverding y Ragab, 2015:157).

Aunque la unión en matrimonio está relacionada con la emancipación residencial, al igual que en Marruecos, ante las dificultades en el acceso a la vivienda, muchos jóvenes continúan viviendo con sus familias a pesar de estar casados. En base a la encuesta en 2009 de la Population Council, un 37% de los jóvenes casados entre 18 y 29 años permanecían en el hogar familiar y en un 95% de los casos el nuevo matrimonio vivía con la familia del marido (Barsoum et al., 2010:40). La familia, de origen y la formación de una nueva, es un elemento esencial en la vida de los jóvenes egipcios. De acuerdo con la encuesta de Gallup y Silatech de 2010 para un 63% de los jóvenes egipcios, mujeres y hombres, tener una familia o crear una nueva es su principal objetivo (G. Khouri, 2011b:14). Pero como venimos diciendo, el coste cada vez más elevado del matrimonio, de la celebración en sí y de los gastos relacionados con la unión en pareja como la adquisición de una vivienda, o bien ha retrasado la edad del matrimonio entre los jóvenes egipcios- el fenómeno más común-, o ha generado uniones extramatrimoniales- como acabamos de ver aunque es una práctica minoritaria- o bien ha ocasionado que el matrimonio no venga acompañado de la emancipación residencial, al menos, para una parte de la pareja.

La movilidad es otra de las particularidades de los jóvenes en Egipto y no porque la mayoría de los jóvenes emigre o quiera hacerlo sino porque del conjunto de emigrantes en el país la mayor parte de ellos son jóvenes. Una de las principales características de la emigración en Egipto es el marcado perfil joven y masculino del emigrante. Según calcula CAPMAS en un estudio sobre la emigración internacional en 2013, la franja de edad que más emigrantes acoge es la que se sitúa entre los 25 y 29 años de edad y que representa casi el 23% del total de emigrantes de todas las edades. Las personas entre 30 y 34 años son el siguiente grupo de edad que más emigra en Egipto y suponen casi un 18% de total. En general, el CAPMAS estima que casi el 70% de los emigrantes egipcios en 2013 tienen menos de 40 años (Farid, Nour El-Deen y El-Batrawy (eds.), 2016:31). En cuanto al género, la emigración en Egipto es un fenómeno exclusivamente masculino. Solo el 2% de los emigrantes egipcios mayores de 15 años eran mujeres en 2013 (2016:32). Del resto de características sociodemográficas, según recoge el informe, la mayoría del conjunto de emigrantes además de jóvenes, estaban solteros en el momento de la emigración y están actualmente casados, proceden del entorno rural, han completado la educación secundaria, permanecen hasta 4 años en el país de destino y manifiestan como las dos principales razones para emigrar fuera del país la mejora de su nivel de vida y la insuficiencia de ingresos en Egipto (2016:33). Los jóvenes emigrantes se caracterizan, en concreto, por tener un mayor nivel educativo que los emigrantes de mayor edad, por mencionar el desempleo previo a la emigración como razón para salir

del país, por contar con apoyo financiero de sus familias, por disponer de una red de contactos en el país de destino y por ser más proclives a cambiar de oficio en el país de destino respecto al que mantenían en el país de origen. Para Nielsen (2011) los jóvenes egipcios que emigran son hombres con una cualificación media o superior que emigran solos, temporalmente, sin sus familias y con la intención de volver al país pasado un tiempo (Nielsen, 2011:37).

Respecto a la emigración potencial entre los jóvenes egipcios, antes de la transformación del régimen político en Egipto, en 2010 y en la encuesta de Gallup y Silatech solo un 20% de los jóvenes mostraba su deseo de emigrar. Esta intención era más frecuente entre hombres que entre mujeres y sobre las razones disuasorias para no salir del país, los jóvenes encuestados mencionan la posibilidad de salir adelante si trabajan duro y los fuertes vínculos que mantienen con la familia, amigos y comunidad (Silatech-Gallup, 2010:127), reafirmando la importancia de la familia y el entorno social más cercano en las trayectorias de vida de los jóvenes egipcios. Un año antes, la encuesta de 2009 sobre los jóvenes egipcios llevada a cabo por la Population Council revelaba que son los hombres jóvenes y con un nivel socioeconómico alto los que más intención mostraban por salir del país y suponían algo más del 28% de los encuestados, algo más que en la encuesta de Gallup y Silatech un año después, como recoge el informe sobre Desarrollo Humano en Egipto de la ONU en 2010 (Barsoum et al., 2010:39). Una encuesta más reciente sobre las aspiraciones migratorias de los jóvenes egipcios conducida en el año 2013 por el Migration Policy Centre, de la European University Institute, y the Center for Migration and Refugees Studies (AUC), de la Universidad del Cairo, concluía que el porcentaje de jóvenes que manifestaron en esta encuesta su deseo de emigrar del país, un 18% de los que un 80% eran hombres, era menor que el recogido por la encuesta de la Population Council años atrás. No obstante, aunque el empleo se situaba como el principal conductor de la emigración potencial en los jóvenes egipcios, el deseo de emigrar derivado de la inestabilidad e inseguridad del actual contexto político, posterior a las revueltas de 2011 en el país, surgía como un nuevo factor que impulsa la movilidad entre los jóvenes (Amer y Fargues, 2014:24-25).

La encuesta más reciente de la Population Council celebrada durante el año 2014, por su parte, revela que las aspiraciones de emigrar de los jóvenes egipcios no han cambiado mucho respecto a la encuesta previa en 2009 y que, en todo caso, las revueltas en el país han tenido una influencia positiva en cuanto al aumento de estas aspiraciones por salir del país, aunque de forma reducida. La organización concluye que los factores económicos continúan siendo el principal motor de la emigración potencial entre los jóvenes egipcios (Papoutsaki y Wahba, 2015:142).

Algunos autores destacan la aparente apatía política de los jóvenes egipcios previa a la revolución, convicción que se advierte de los estudios precedentes que recogen la falta de interés por la política o por la participación política debido a su falta de utilidad (Lange, 2011; El-Kogali y Krafft, 2011:145) y por la no identificación de los jóvenes con

los objetivos de los partidos políticos que creen que ignoran los intereses de los jóvenes (Lange, 2011). El miedo por la política y la falta de estímulo por parte de las familias para aumentar la participación de los jóvenes son dos de las razones que subrayan algunos estudios (Sawi y Abdel Hady, 2010:109-111; Lange,2011:21). Por otro lado, Bayat (2010) sostiene que durante el régimen de Mubarak en Egipto muchos jóvenes egipcios a los que tilda de jóvenes globalizados estaban desmovilizados y sumergidos en el orden social existente ya que a pesar de que huían de la autoridad moral que ejercía sobre ellos la religión, por ejemplo, acomodaban sus deseos juveniles de individualismo y hedonismo siempre dentro del statu quo establecido (Bayat, 2010:46-47).

No obstante, Herrera (2010) a través de las historias de vida de algunos jóvenes en la ciudad egipcia de Alejandría vaticinaba en el mismo 2010 como principal problema para los jóvenes, junto con el empleo, el que sería después el mayor reclamo de las protestas, una denuncia por la injusticia, la falta de libertad y de ética en la sociedad egipcia. Los datos que arroja la encuesta dirigida a jóvenes egipcios de la Population Council en 2009 muestra que el 84% de los jóvenes con capacidad de voto no participaron en las anteriores elecciones y, al menos, en lo referente al trabajo de voluntariado o la participación en partidos políticos, en sindicatos, asociaciones o en centros deportivos o juveniles la participación de los encuestados no superaba el 4%, siendo la participación en estos últimos centros la actividad mayoritaria entre los que sí practicaban alguna de esas actividades (Barsoum et al., 2010: 40-41). Sika (2012) explica que antes de las protestas en Egipto existía una clara disparidad entre las actitudes políticas de los jóvenes egipcios, que sí apostaban por una sociedad democrática, y su compromiso político y cívico que, a la vista del autoritarismo y corrupción del país, no sentían la necesidad de hacerlo visible.

La revolución en Egipto marcó un antes y un después en la percepción de los jóvenes como sujetos políticos. De hecho, la revolución egipcia, que ha tomado varios sobrenombres en función del énfasis que se concede a cada elemento de las protestas, como, por ejemplo, movimiento 25 de enero- haciendo alusión al día de inicio de las manifestaciones- o “revolución de Facebook”- por la capacidad movilizadora durante las protestas de internet , de las redes sociales y de esta red social en concreto (Lim, 2012)- ; también ha sido considerada como la revolución de los jóvenes, *zawra al-shabab* en árabe (Sánchez García, 2013:51). Ya previamente, para algunos autores (Lethem Ibrahim, Mesard, Hunt-Hendrix, 2015:159) las organizaciones caritativas o de voluntariado lideradas por jóvenes en las ciudades egipcias, como la organización Resala, sirvieron como espacios alternativos para que los jóvenes pudieran practicar su ciudadanía y a pesar de que fueron subestimadas, quizá en vista de los datos por la escasa participación en las mismas, prepararon un escenario social del que se valieron después las protestas. Desde otros contextos, el ‘Movimiento 6 de abril’, con gran representación juvenil (Barsoum, 2012:49) y el movimiento estudiantil *Kifaya*, basta ya en su traducción al castellano, son también prueba de ello. Respecto a los activistas del

movimiento Kifaya según Laine (2011) “Al concentrarse en las preocupaciones y problemas cotidianos de su propia generación, han sido capaces de arrastrar a sus coetáneos fuera de su pasividad política y animarlos a tomar la iniciativa, involucrarse en política e incluso unirse a las protestas públicas” (Laine, 2011:24)⁵².

De creación más reciente, el movimiento ‘We are all Khaled Said’, todos somos Khaled Said, en alusión al joven egipcio que murió mientras estaba custodiado por la policía egipcia, con muchos jóvenes simpatizantes, fue también un importante catalizador de las protestas (Alaimo, 2015). Por otro lado, los jóvenes simpatizantes de los Hermanos Musulmanes participaron activamente de las protestas en el país. Para Lethem Ibrahim et al. (2015) existe una clara relación entre la religiosidad de los jóvenes egipcios y su respaldo de las protestas: “Para aquellos cuya fe inicialmente les conduce a un compromiso con el voluntariado de servicio social, podemos observar un claro camino desde la fe hasta el comportamiento social éticamente motivado y de ahí a una mayor motivación para la participación en un movimiento de cambio político” (Lethem Ibrahim et al., 2015:172)⁵³. Austin (2011:88-89) calcula que aproximadamente un tercio de la gente que ocupaba la plaza Tahrir durante las protestas eran generaciones de jóvenes afines a los Hermanos Musulmanes que se cuidaron de no ensombrecer la ola de protestas con discursos religiosos. Sobre la relación de los jóvenes con el islam político en Egipto, Laine (2011:24) establece que muchos jóvenes egipcios apostaron por el islamismo político propuesto por los Hermanos Musulmanes, de ahí también parte su victoria en las elecciones generales de 2011, pero no porque la mayoría se comprometiera políticamente con ellos sino porque les generaban menos hostilidad, al menos la facción joven de la organización, que otros grupos opositores. No obstante, tras la experiencia del gobierno de los Hermanos Musulmanes el respaldo de los jóvenes egipcios por el islam político se redujo. Como recoge Robbins (2017) en base a los resultados de dos olas del Barómetro Árabe, la que tuvo lugar durante las protestas en 2011 y la de después en 2013, disminuye en casi 20 puntos el grupo de jóvenes egipcios que considera que debería haber más personas religiosas en los poderes públicos o que los hombres de fe deberían de tener voz sobre las decisiones del gobierno (Robbins, 2017:111-121).

En la era postrevolucionaria, Robbins (2017) también resalta algunas de las evidencias que dejan las dos olas del Barómetro Árabe sobre como entendían la democracia los jóvenes egipcios. Los resultados de ambas olas del Barómetro indican que los jóvenes egipcios respaldan la democracia igual que antes pero sí se manifiesta un cambio

⁵² Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “By concentrating on the everyday worries and problems of their own generation, they have been able to drag their contemporaries out of their political passivity and encourage them to take the initiative, get involved in politics and even join public protests” (Laine, 2011:24).

⁵³ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: << For those whose faith initially led to a commitment to social service volunteering, we can see a clear pathway from faith to ethically motivated social behavior and thence to heightened motivation for participation in a political change movement>> (Ibrahim, Mesard y Hunt-Hendrix, 2015:172).

respecto a cómo la entienden. Para el autor y en base a los resultados del Barómetro, se ha producido en los jóvenes egipcios un proceso de aprendizaje político que queda reflejado en la reducción respecto a 2011 del entendimiento de la democracia en términos económicos, como herramienta para reducir la desigualdad o proveer de necesidades básicas a la población, y el aumento de otras cuestiones que se relacionan con la democracia como la habilidad para criticar el poder o la celebración de elecciones (Robbins, 2017:107-118). No obstante, este mayor empoderamiento político de los jóvenes que recoge Robbins, ante las restricciones en la libertad de expresión, los jóvenes analistas árabes reunidos en el Foro organizado por Chatman House en 2012 consideran que el activismo en las redes en el país alcanza a cada vez menos parte de la población y es, por tanto, cada vez menos representativo (Chatman House, 2012:8).

El miedo a la política que subrayaban estudios previos como una de las razones para la desafección política de los jóvenes egipcios antes de las protestas, se infiere tiempo después a través de las respuestas de los jóvenes egipcios participantes en el estudio del proyecto Sahwa conducido entre los años 2015 y 2016 y de los participantes en la encuesta liderada por la Population Council en 2014. Como concluyen Maïche et al. (2017:26) en un informe sobre el proyecto Sahwa, algunos participantes mostraban recelo por reconocer que estaban afiliados a algún grupo político o social. De hecho, los autores hablan de criminalización de la acción colectiva después de las protestas (Paciello y Pioppi, 2017; Chaudhary, 2015). Paciello y Pioppi (2017:13) consideran que esta estrategia de control de la disidencia es muy evidente en el caso de las mujeres activistas en Egipto que han sufrido abusos sexuales, en la calle, pero también dentro de los centros penitenciarios, o han sido retratadas como inmorales. El estudio del proyecto Sahwa también deja entrever una división de clases respecto a la percepción sobre la mejoría o no de la situación del país después de las protestas. Mientras que los jóvenes de clase social alta consideraban la situación actual más positivamente que los jóvenes de clase baja o los jóvenes rurales, estos últimos son más positivos que los de las clases altas evaluando la situación previa a las protestas cuando todavía ostentaba Mubarak el poder (Maïche et al.:2017:26-27). La confianza de los encuestados egipcios en este proyecto en las diferentes instituciones del país está por debajo de la mitad de la escala en la mayoría de los casos, aunque la confianza en el gobierno, el parlamento y los partidos políticos es más firme entre los jóvenes egipcios que entre los libaneses y tunecinos participantes mientras que los egipcios confían menos en instituciones como la UE o la ONU (Maïche et al., 2016:7). Respecto a los resultados de la encuesta de la Population Council, Sieverding y Ramadan (2015a) consideran que la baja participación en las revueltas manifestada por los jóvenes participantes en la encuesta y, por el contrario, la alta participación de amigos y familiares expresada por los mismos jóvenes deja intuir la desconfianza de los jóvenes por revelar sus actitudes políticas en el clima político imperante durante la celebración del estudio. Con todo, para los autores el incremento del uso de las redes sociales para estar al tanto del proceso político o el aumento también de la participación de los jóvenes en las elecciones, demuestra una

intensificación del compromiso político a lo largo de estos últimos años. A pesar de que, como subrayan, esto no ha sucedido con todos los grupos de jóvenes, y las mujeres jóvenes, los jóvenes con baja formación o bajo poder adquisitivo siguen al margen de la participación política (Sieverding y Ramadan, 2015a:203). En general, la encuesta también revela que con respecto a la participación cívica como el voluntariado o el asociacionismo los jóvenes egipcios mantienen las bajas tasas de participación que en la encuesta de 2009 previa a las revueltas (Sieverding y Ramadan, 2015b:236).

Sawaf (2013), por su parte, realiza una lectura sobre el papel desempeñado por los jóvenes en la revolución y a posteriori y entiende que más que sujetos políticos que consiguen participar y hacerse hueco en la toma de decisiones del país, el verdadero logro de los jóvenes durante este tiempo ha sido el derrocamiento simbólico del padre, encarnado en Mubarak durante la revolución. Aunque los jóvenes no han sabido construir un nuevo sistema, esta ruptura con la relación simbólica de padre e hijo donde el hijo simboliza la misma nación y el padre cualquier figura de autoridad que se ponga al frente del país, ha transformado la forma en la que los ciudadanos entienden la autoridad, ahora cuestionable, y tendrá repercusiones en el futuro, vaticina la autora (Sawaf, 2013:14). Recientemente, Abdalla (2016) pone el foco del activismo juvenil actual en las acciones que a nivel local llevan a cabo los movimientos juveniles o liderados por jóvenes y considera que estos movimientos han adoptado tres principales mecanismos de participación: las protestas en las calles que ejercen presión sobre los grupos gobernantes, ir poco a poco colonizando los nuevos espacios públicos y políticos y llegar a un cierto acuerdo con el nuevo régimen (Abdalla, 2016:27-28).

Un año antes del estallido de las protestas en Egipto, el 81% de los jóvenes egipcios encuestados en el estudio de Gallup y Silatech declaraban sentirse satisfechos con su nivel de vida, por encima del porcentaje de jóvenes marroquíes satisfechos, aunque un 71% ocupaba la categoría de lucha en base a cómo evaluaba su vida actual y futura y un 15% de los encuestados se situaba en la categoría de sufrimiento frente al 14% que consideraba su vida como prospera (Silatech-Gallup 2010:124). Sobre el uso del tiempo entre los jóvenes en Egipto, Barsoum concluía en 2010 que este estaba marcado por las tradicionales normas de género y que las jóvenes egipcias pasaban la mayor parte de su tiempo en el ámbito de la esfera privada tanto en el uso del tiempo libre como en el tiempo que ocupaban para otras actividades como en las tareas del hogar y de cuidado (Barsoum et al., 2010:41; G. Khouri y Shehata, 2011:29). Desde la cultura juvenil, tras la revolución y la llegada de lo que muchos conocen como la contrarrevolución en Egipto, con el golpe de estado y la celebración de elecciones que puso al frente del gobierno en 2013 a Al Sisi, los analistas, como apunta Jacquemond (2016), tienden a ignorar la transformación social de la sociedad egipcia que se ve reflejada en lo que el autor define como las dimensiones culturales de la generación. Según el autor, durante las protestas se sucedieron

“[...] un conjunto completo de prácticas que se llamará un "arte" (o una cultura) de la revolución, cuyo objetivo es indisolublemente estético y político y se adapta en un contexto extraordinario de dilatación del espacio público y la extensión del campo de posibilidades culturales y políticas. Arte callejero, poesía, teatro, canción son las formas preferidas de expresión de estas “artes de la revolución” (Jacquemond, 2016:63)⁵⁴.

Para Jacquemond lo sucedido en el plano cultural durante las protestas en 2011 perdura en la actualidad en el espacio público egipcio. En el entretanto de esta revolución cultural, sobre el aspecto identitario y centrándose en los jóvenes cairotas, Sánchez García (2010) plantea al tiempo del inicio de las protestas la existencia de una dicotomía entre dos modelos juveniles masculinos en el Cairo cuya presencia y evolución sería interesante estudiar en estos momentos. Los jóvenes cairotas se encuentran, para el autor, entre el ideal masculino de joven basado en la tradición y la cultura islámica, que las élites han tendido a menospreciar, y otro modelo de masculinidad que surge del capitalismo “[...] basado en el consumismo, el individualismo, la educación, identificado con la modernidad” (Sánchez García, 2010:48). Ambos modelos de ser joven varón en El Cairo contrastan “[...] provocando un conflicto con los modelos referenciales colectivos hasta entonces dominantes en las sociedades árabes” (Sánchez García, 2010:48).

En este sentido, en base a las respuestas de los jóvenes egipcios recogidas en la sexta y última ola, publicada hasta el momento, de la Encuesta Mundial de Valores que en Egipto se condujo en 2012- al año del comienzo de las protestas en el país-, la mayoría de los jóvenes egipcios menores de 30 años se sitúan en el extremo de la escala de valores materialistas (Inglehart et al., 2014), por encima de la valoración que conceden a este conjunto de valores los jóvenes marroquíes y, sobre todo, los jóvenes españoles. Esta diferencia entre países más allá de la valoración objetiva de pragmatismo que realizan los jóvenes en cada contexto también se debe entender en base a las condiciones socioeconómicas de cada entorno y como la garantía o no de ciertas necesidades y derechos por parte del estado o del entorno familiar puede inclinar la balanza hacia un extremo u otro de la escala. En el índice de autonomía, los resultados son muy similares a los que presentan los jóvenes marroquíes. Aunque la mayoría de los encuestados se encuentran en el centro, un 42%, cerca del 40% tienden o se sitúan en la obediencia y la fe religiosa frente al conjunto de valores que la encuesta coloca al otro extremo como la determinación, perseverancia o independencia. Un resultado comprensible en vista de la identificación religiosa de los jóvenes egipcios, como veremos a continuación. Quizá, por ello, se entienda también que no concedan mucha importancia a los valores seculares como el relativismo y el escepticismo con una media

⁵⁴ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: << tout un ensemble de pratiques relève de ce qu'on appellera un « art (ou une culture) de la révolution », dont la visée est indissolublement esthétique et politique et s'inscrit dans un contexte extraordinaire de dilatation de l'espace public et d'extension du champ des possibles culturels et politiques. Street art, poésie, théâtre, chanson sont les formes privilégiées d'expression de ces « arts de la révolution »>> (Jacquemond, 2016:63).

de un 3 en una escala del 0 al 10. Finalmente, tampoco en lo concerniente a los valores emancipativos, con la misma media que los valores seculares, los jóvenes egipcios encuestados tienden a conceder importancia a este conjunto de valores, entre los que se incluyen valores como la autonomía, la equidad, el poder de elección y de expresión (Inglehart et al., 2014), aunque cabe destacar que estos se plantean dentro de la esfera de lo personal y privado.

Como ya avanzábamos respecto a la dimensión religiosa, la identificación y práctica de la fe son elementos centrales de la cotidianidad de los jóvenes egipcios que guían desde sus comportamientos en la vida pública hasta sus pensamientos íntimos y que adquieren diferentes formas en función del ámbito de la vida en el que se insertan. En el estudio de Gallup y Silatech el 44% de los jóvenes egipcios encuestados consideraba que la fe estaba presente en todos los aspectos de su vida (¿Gallup y Silatech?, 2010:125) y en la encuesta de 2009 liderada por la Population Council y dirigida a jóvenes egipcios, el 88% de los encuestados se identificaban a sí mismos como personas religiosas, en el 96% de los casos como musulmanes y solo en un 3,5% pertenecientes a otra religión (El-Kogali y Krafft, 2011:132). En esta encuesta, la mayoría de los encuestados reza con una frecuencia diaria, tal y como conviene el islam, y siguen los códigos de vestimenta que reza la religión. En el caso de la mayoría de las mujeres encuestadas esta práctica viene motivada por una elección personal seguido de la motivación por continuar con el ejemplo de familiares o amigas y solo un 10% afirma que sus progenitores le han forzado o persuadido para llevar el velo (El-Kogali y Krafft, 2011:133). Desde una perspectiva más subjetiva, Halbouni (2017) propone que los movimientos revolucionarios juveniles, además de una revolución política y cultural como ya hemos mencionado, también han dado lugar a una revolución en el plano religioso. Una tesis que sustenta el autor dada la capacidad de estos movimientos de romper con la tensión habitual entre creyentes musulmanes y coptos existente durante el régimen de Mubarak y que ha conseguido fracturar la identificación sectaria en las que se basaban ambas identidades religiosas y redefinir las relaciones de afinidad con el otro religioso.

La mayor parte de los jóvenes encuestados en el estudio de Gallup y Silatech, un 78%, cree que las mujeres en Egipto son tratadas con respeto y dignidad, un porcentaje mayor que los que sostenían esta afirmación en Marruecos. El consenso es todavía más elevado respecto al acceso igualitario a la educación que es cercano al 90%. No obstante, hay algunas diferencias de género sobre la percepción de ambas convicciones. Las jóvenes consideran en menor medida que los hombres que las mujeres son tratadas con dignidad y respeto en el país y creen con mayor firmeza que los hombres en la igualdad educativa entre ambos géneros (Silatech-Gallup, 2010:128).

En el mismo año que el estudio de Gallup y Silatech, la Population Council conduce una encuesta dirigida a jóvenes egipcios donde, además de las cuestiones tratadas previamente, se sondan las actitudes de los jóvenes respecto a los roles de género. De nuevo, a excepción de en algunas cuestiones, como en el acceso igualitario a la

educación o sobre el derecho de la mujer de recibir herencia o de pedir el divorcio, cuestiones con las que están a favor la mayoría de los encuestados, en el resto de ámbitos las percepciones de los jóvenes egipcios distan mucho de la igualdad. Hay un gran consenso entre las mujeres y hombres jóvenes encuestados respecto a la necesaria ventaja del hombre respecto a la mujer cuando el empleo escasea, sobre el deber de obedecer y pedir permiso al hermano varón y, sobre todo, al marido y sobre la justificación de determinadas situaciones de violencia de género y acoso (El-Kogali, Krafft y Sieverding, 2011:153-166). Esta visión sobre los roles de género entre los jóvenes egipcios se mantiene en la encuesta de 2014 donde se repite el bajo consenso con respecto a la igualdad en el ámbito laboral, doméstico y social y una mayor conformidad en relación con la igualdad en el acceso a la educación y en el derecho al divorcio que aumenta respecto a la encuesta anterior. El informe matiza, no obstante, que las respuestas de los jóvenes plasmadas a través de la escala Likert, que mide el nivel de acuerdo con una afirmación, permiten observar que sus opiniones sobre estas cuestiones no ocupan posiciones extremas de acuerdo o rechazo (Salemi y Rashed, 2015:259).

Para concluir con el apartado y también con este segundo capítulo, nos referimos ahora a los índices que han tratado de medir el bienestar y desarrollo de los jóvenes en Egipto. En este punto, cabe mencionar la propuesta de elaboración de un índice nacional de bienestar juvenil en Egipto que fue recogido por el informe de 2010 de la ONU sobre desarrollo humano en el país, pero que no ha tenido continuidad a lo largo del tiempo. En cualquier caso, en el año 2010, el informe, en base a 54 indicadores pertenecientes a 10 ámbitos distintos obtenidos a partir de varias encuestas y estudios realizados hasta ese momento⁵⁵, calculaba que el bienestar de los jóvenes egipcios era del 61,2%. Entre los aspectos más positivos del índice, se encontraban el medio ambiente, la salud y el hambre y la pobreza, y entre los más negativos y que no alcanzaban la barrera del 50%, la situación de las mujeres jóvenes, el uso de las TIC y la participación de los jóvenes en la toma de decisiones, por orden de mayor a peor puntuación (Handoussa et al., 2010:213-2017).

En base a indicadores más recientes en los que se basa por ejemplo el Global Youth Development Index de 2016 de The Commonwealth, Egipto se sitúa en el puesto 138 de total de 183 países que incluye el índice, por tanto, lejos ya de la mitad de la clasificación general. El país cuenta exactamente con las mismas carencias y fortalezas con las que cuenta Marruecos en base al mismo índice. Supera, por un lado, la puntuación media que recibe el país en educación y bienestar y salud, pero suspende en oportunidades

⁵⁵ Para la elaboración del índice se incluyen, en concreto, los datos obtenidos de: la encuesta sobre ingreso, gasto y consumo de los hogares de 2009 conducida por CAPMAS, HIECS en sus siglas en inglés, del apartado sobre Egipto de la quinta ola de la Encuesta Mundial de Valores conducida en 2008, de la encuesta sobre demografía y salud conducida entre 2005 y 2008 por la agencia americana de desarrollo internacional USAID y de la encuesta de gente joven en Egipto liderada por Population Council en 2009.

laborales, participación cívica y, en especial, en la participación política de los jóvenes (The Commonwealth, 2016:126-127).

Este último ámbito es una de las mayores carencias que señala también el Global Youth Wellbeing Index de 2017 en el que Egipto ocupa el puesto 28 de un total de 30 países analizados. A excepción de en el ámbito de la salud y de la seguridad con relativos mejores resultados debido a las bajas tasas de violencia interpersonal entre los jóvenes, accidentes de tráfico o suicidios, en el resto de aspectos obtiene valoraciones negativas. En cuanto a la participación ciudadana, las organizaciones que elaboran el índice, la International Youth Foundation y Hilton, destacan que el nivel de voluntariado de los jóvenes ha disminuido drásticamente respecto al índice de 2013.

Por otro lado, el hecho de que la edad mínima para postularse sea 30 años también disminuye gravemente la participación de los jóvenes en la gobernanza del país. Con peores resultados, las oportunidades laborales suponen un reto para Egipto, debido a sus altas tasas de desempleo juvenil y la baja competitividad a nivel global. Tampoco en educación sale Egipto bien parado donde el informe destaca una aparente bajada del gasto público. Finalmente, en la igualdad de género ocupa también las posiciones finales del ranking, la posición 26, y es algo mejor valorado en el uso de las TIC donde ocupa la vigésima posición. En lo referente a la encuesta sobre las percepciones de los jóvenes que también influye en la elaboración de esta clasificación, los jóvenes egipcios encuestados no se muestran satisfechos ni con el sistema educativo ni, en mayor medida, con el gobierno al que un 75% de los encuestados culpa de no atender sus deseos y necesidades. Pese a todo, cerca de un 60% de los participantes es confiado respecto al futuro y considera que su estándar de vida será mejor que el de sus padres. En cuanto a la igualdad de género, un 78% cree que las mujeres deberían tener los mismos derechos que los hombres y, por último, el informe se hace eco de la violencia como preocupación para gran parte de los jóvenes ya que a cerca de la mitad de los encuestados les inquieta la violencia, el abuso o el acoso que se produce en los espacios educativos o en el ámbito laboral (International Youth Foundation y Hilton, 2017:132-133).

Capítulo 3

La prensa, el paisaje comunicativo en el Mediterráneo y el estado de la cuestión en los países objeto de estudio

En el presente capítulo tratamos de abordar los rasgos característicos de la prensa, como empresa periódica, en la actualidad, su estructura y las principales innovaciones que la han transformado para, a continuación, dar paso a un breve repaso del paisaje comunicativo y el estado de la prensa en la región mediterránea, poniendo el foco en la prensa de los países que nos ocupan y en las cabeceras que componen la muestra de la investigación.

3.1 La prensa y su estructura: las constantes y las transformaciones

Nos planteamos en este apartado afrontar la estructura general de la prensa atendiendo a aspectos tales como las funciones atribuidas a este medio, su modelo de negocio como empresa informativa y su difusión y recepción. Todo ello, teniendo en cuenta los cambios más recientes que han transformado la prensa, su estructura y su alcance social.

Para Kircher (2005) a la prensa se le pueden atribuir diversas funciones entre las que se encuentra la de ser un actor social y político que explica, representa y media entre el poder y la sociedad, y como tal ocupa su lugar en la esfera pública. La prensa también constituye para la autora una fuente de información histórica en tanto ofrece la oportunidad de conocer elementos visibles de los procesos históricos (Baumgartner, 1981) y un espacio de producción cultural puesto que es un recipiente de capital simbólico y de los elementos culturales que organizan la vida social. Scott (1931) tiempo atrás, ya enunciaba el gran valor y finalidad de la prensa cuando sostenía que la prensa “Presta servicio al conocimiento, a la curiosidad, a la educación; en un sentido real, hace que todo el mundo sea uno”(Scott, 1931:59)⁵⁶ y destacaba la función de intérprete que debe cumplir la prensa al traspasar las barreras del tiempo y del espacio y aunque no posea la omniscencia ni lo pretenda “[...] sus intereses han de ser tan amplios como el campo que los invita” (Scott, 1931:62)⁵⁷ donde “El mundo es su provincia” (Scott, 1931:63)⁵⁸. Otros estudios destacan la utilidad concreta de la prensa como herramienta de aprendizaje permanente a lo largo de la vida (Çuhadar y Ünal, 2018), como recurso de la educación reglada (Swiss, 1976; Denman, 1995; Rodrigo Galán, 2013) o como

⁵⁶ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “It ministers to knowledge, to curiosity, to education ; in a real sense it makes the whole world one” (Scott, 1931:59).

⁵⁷ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “ [...] its interests should be as wide as the field that invites them” (Scott, 1931:62).

⁵⁸ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “The world is its province” (Scott, 1931:63).

fuentes de investigación científica (Bubela y Caulfield, 2004; Faletar Tanacković, Krtalić y Lacović, 2014). En un sistema democrático, a la prensa le corresponde el principio de la libertad de expresión para el ejercicio de la práctica periodística, pero, al mismo tiempo, la llamada teoría de la responsabilidad social de la prensa (Siebert, Peterson y Schramm, 1956) defiende que esta libertad en la producción de información y en el ejercicio de la profesión ha de venir acompañada de una serie de principios por los que además del libre ejercicio de la profesión periodística el medio ha de ser fiel a la verdad, reflejar la pluralidad y fomentar la participación crítica y reflexiva del público (Meyer, 2004; Rodríguez Polo y Martín Algarra, 2008). Todas estas funciones que fácilmente se podrían aplicar a otros medios de comunicación, en el caso de la prensa por su relevancia social a lo largo del tiempo, su credibilidad, accesibilidad, fácil consulta y archivo y profundidad en el tratamiento de los contenidos, entre otras cuestiones, la convierten, en el medio por excelencia que satisface estas atribuciones.

Pero más allá de estas funciones atribuidas idealmente a los medios y a la prensa, en concreto, “[...] los periódicos fueron el primer y más antiguo medio de comunicación de masas” (Marqués Pascual, 2012:309) y como tal su labor e influjo también han sido objeto de crítica. Una de las apreciaciones a la función de la prensa como medio de comunicación de masas se ha producido desde diversas corrientes y contextos geográficos bajo la perspectiva de la alianza de los medios con las estructuras de poder y su distanciamiento del interés general. En esta visión crítica se encuentran, por mencionar algunos autores y teorías, la crítica marxista de Murdock y Golding (1978) sobre los procesos de producción de información, los estudios culturales de Hall (1980) para el que los medios son un instrumento más de reproducción del capitalismo, la cultura de masas que presentan Adorno y Horkheimer (1969) o la influencia de los intereses privilegiados y privados que traslada la prensa en la esfera pública y que describe Habermas (1992). Compartiendo algunos de los elementos de esta corriente crítica, se encuentran también los planteamientos por democratizar los medios de comunicación (W. McChesney y Nichols, 2002; Bagdikian, 2004) y la crítica feminista (Allen y Densmore, 1977).

Recientemente, la concentración de los medios y su organización en grandes empresas de comunicación que también ha absorbido a la prensa ha suscitado, desde diversos contextos geográficos, la crítica de estudiosos como Naribo Opuamie-Ngoa (2010) respecto a los imperativos económicos de los medios en algunos países de África o del ex candidato a la presidencia de los EE. UU., Bernie Sanders (2017, 26 de enero), hacia el monopolio de los medios corporativos en EE. UU. Todas estas corrientes y autores tienen en común la visión de peligro que esta forma organizativa de los medios de comunicación puede entrañar para la democracia teniendo en cuenta que el principio en el que se sustentan estas corporaciones es el de maximizar los beneficios económicos por encima de cualquier otro objetivo como la calidad del contenido o el de reflejar la pluralidad (Demers y Merskin, 2000:104), una de las funciones atribuidas por los

defensores de la responsabilidad social de la prensa. Desde un planteamiento distinto, el de la hipótesis de la revolución gerencial, ‘managerial revolution hypothesis’ en inglés, Demers y Merskin (2000) cuestionan la crítica realizada a la estructura organizativa de los medios corporativos. Para los autores y refiriéndose particularmente a la prensa, el hecho de que en las organizaciones corporativas mediáticas el control haya pasado de los que ostentan el capital, los dueños, a los profesionales y gerentes cualificados contradice el afán exclusivamente recaudatorio de los medios ya que a pesar de que la estructura organizativa esté armada para generar beneficios, no es incompatible con la búsqueda de otros objetivos como la calidad, la diversidad informativa, el crecimiento o la innovación. Los estudios llevados a cabo por Demers y Merskin (2000) con diarios estadounidenses en la década de los 90 confirman según los autores que “[...] los periódicos corporativos ponen menos énfasis en los beneficios como objetivo organizacional y aumentan el énfasis de los objetivos no lucrativos y de autonomía editorial” (Demers y Merskin, 2000:114)⁵⁹. Por ello, para los autores cuanto más corporativo es un medio menos control ejercerá sobre él el propietario o los publicistas. Los autores también consideran que al tiempo que se ha sobrevalorado los efectos del control social de los medios masivos se ha menospreciado la influencia que los tecnócratas y gerentes de los medios, como agentes que controlan la información, pueden ejercer en las políticas públicas y para impulsar el cambio social (Demers y Merskin, 2000:117-118).

Otra de las características del proceso organizativo de la prensa y que guarda relación con el modelo de negocio que propone cada empresa informativa es lo que Nieto Tamargo⁶⁰ denomina en sus primeras obras como ‘principios editoriales’ y, más adelante, como ‘principios configuradores’, tal y como recuperan Iglesias y Blanco Leal (2004) en una revisión sobre la teoría del autor. Estos autores a través de las obras de Nieto Tamargo dan forma al término de ‘principio editorial’ como uno de los propósitos que debería perseguir cualquier empresa informativa, un conjunto de fundamentos ideológicos que la empresa debería concretar y difundir y que condicionan la empresa periodística no sólo a nivel teórico sino en el ejercicio de la práctica periodística. Los ‘principios configuradores’, que Nieto Tamargo propone más adelante en su obra, vienen a completar lo propuesto para los ‘principios editoriales’ y van más allá en la hipótesis de que los principios ideológicos configuran la propia empresa:

“[...] tendrán aplicación y consecuencias tanto en su ámbito interno como en el externo. En el primer caso, influirán, por ejemplo, en la estructura de propiedad de la compañía mercantil que ostenta la titularidad de la empresa, en el modo de organizar el gobierno

⁵⁹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] corporate newspapers place less emphasis on profits as an organizational goal and increased emphasis on nonprofit goals and editorial autonomy” (Demers y Merskin, 2000:114).

⁶⁰ Citado por Iglesias y Blanco (2004) en el número 2 de la Revista Doxa Comunicación en el que estos autores rinden un homenaje a la aportación de Alfonso Nieto Tamargo a los estudios de la empresa periodística.

empresarial, en el marco de las relaciones laborales y, principalmente, en los contenidos que se difunden. En el segundo caso, en el ámbito externo, marcarán las pautas sobre el modo de establecer las relaciones con los destinatarios de los productos informativos, con los anunciantes, y, en general, con las entidades relacionadas con el mercado de la comunicación” (Iglesias y Blanco Leal, 2004:24).

En la línea de Nieto Tamargo, otros autores como Aznar (2003) también apuestan por la importancia de la línea editorial y su influencia en el ejercicio de la labor de la empresa periodística “[...] como una garantía más de los valores y compromisos de la comunicación y un freno a su colonización por las exigencias del mercado, la política o la búsqueda del éxito a corto plazo” (Aznar, 2003:371). Por tanto, podríamos deducir que los principios editoriales, configuradores o lo que más popularmente se conoce como la línea editorial, cuando están definidos, son transparentes y se tienen en cuenta en la labor periodística y en el modelo organizativo de la empresa, son una herramienta más de la empresa informativa para combatir o minimizar lo que la crítica señala como la supremacía de los beneficios frente a otros objetivos no materiales.

El desarrollo tecnológico ha transformado la empresa periodística de tal forma que la transformación se ha convertido en una constante del sector donde los cambios son cada vez más rápidos y donde la adaptación de las empresas a los mismos resulta determinante para su viabilidad. No obstante, en el sector de los medios de comunicación prevalecen grandes transformaciones que caracterizan el mercado actual de la comunicación. Una de las grandes transformaciones es, como ya hemos visto, la concentración de los medios en grandes corporaciones mediáticas (Núñez Fernández, 2015a) que con las últimas transformaciones tecnológicas mantienen grandes dependencias hacia los poderes financieros y hacia las grandes empresas tecnológicas y de telecomunicaciones que hacen peligrar, como apunta Murciano (2004), el pluralismo informativo. El desarrollo tecnológico ha permitido la proliferación de nuevos productos y servicios dentro del sector y el desarrollo de nuevas, ágiles y globales formas de producción, de distribución y de promoción (de Matero Pérez, Bergés Saura y Sabater Casals, 2009).

Los nuevos productos y servicios con la llegada de la digitalización e internet lo conforman también las empresas periodísticas en internet que a pesar de formar parte de un grupo mediático funcionan como empresas periodísticas independientes que de forma transversal y experimental se encargan de gestionar los productos y servicios digitales del grupo mediático y generar sus propios recursos (Cea Esteruelas, 2010). Respecto a las formas de producción, los cambios pasan por multiplicar los soportes en los que se ofrece contenido prácticamente en todas las modalidades de empresas informativas y por asegurar la calidad ante la sobreinformación que ha propiciado también la tecnología (Correa González, 2012). Respecto a la promoción, Núñez Fernández (2015b) habla del giro producido en la gestión de las empresas periodísticas hacia el branding informativo, es decir, la importancia cada vez mayor que se concede

en este sector al desarrollo de la marca a través de la información como valor diferencial respecto a los competidores. Otro de los cambios clave, ya convertido en un fenómeno permanente, guarda relación con las múltiples formas de interacción con los medios por parte de los usuarios (Correa González, 2012).

No podemos continuar con este apartado obviando el debate entre la relación de la prensa física en papel y la prensa en formato digital, que, como sabemos, ya no son dos entes separados, sino que conviven, todavía en muchos casos, como dos productos de una misma empresa periodística. Este hecho, sin embargo, no significa, como argumentan Fortunati, Taipale y Farinosi (2015), que la prensa en papel y la prensa digital sean equivalentes, más bien, uno y otro formato implican prácticas y experiencias tan distintas en los lectores que les permiten afirmar que la prensa digital no sustituirá a la prensa en papel. Basándose en la sociología de los micro-objetos, en la teoría del nuevo materialismo y en la teoría del trabajo inmaterial, los autores sostienen que “los lectores de periódicos impresos y online tienen una ritualización diferente, diferentes grados de libertad en las prácticas de uso de los diarios, diferentes estilos de lectura, diferentes emociones, una efectividad de memorización diferente y usan diferentes gestos y posturas” (Fortunati et al., 2015:843)⁶¹. Todo ello es visible en el uso que hacen los lectores de los diarios impresos y digitales. En el caso de los diarios en papel por su condición de artefactos físicos señalan las relaciones sociales de lo cotidiano donde en el cuerpo del lector se convierte en el reflejo de las relaciones entre el medio físico, el propio usuario y el contenido y dan cabida a encuentros e interacciones sociales, como la ritualización de adquisición del producto o la lectura en público. Los diarios online, por su parte conducen al lector, según los autores, a una mayor participación social y expresión de uno mismo al concederles a través del contenido multimedia una interacción más completa (Fortunati et al., 2015: 842-843).

La revolución tecnológica que ha afectado a la prensa y de igual forma a otros medios de comunicación pareciera estar igualando el lenguaje y los soportes propios de cada medio de comunicación pero lejos de que esto signifique una uniformidad de los medios está generando una mayor especialización de cada uno, sobre todo, apunta Cabrera González (2001:77), en lo que respecta al contenido, la audiencia y los rituales de consumo- como hemos visto en el párrafo anterior respecto a la prensa en papel y digital-. Para aquellas empresas periodísticas que apuestan por una sinergia entre diferentes soportes como la convivencia de la prensa en papel y la prensa digital, un estudio realizado con una muestra de diarios regionales en Reino Unido concluye que a pesar de que los periódicos que han apostado por este modelo de negocio han conseguido frenar el descenso en la circulación de sus diarios, no han podido revertir

⁶¹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “The readers of print and online newspapers have a different ritualization, different degrees of freedom in their use practices with newspapers, different reading styles, different emotions, different effectiveness of memorization and they use different gestures and postures” (Fortunati et al., 2015:843).

este declive a largo plazo (Graham y Greenhill, 2013). Se deducen, no obstante, ciertas tendencias de buen rendimiento en el caso de los periódicos ya establecidos y que por su larga permanencia en el mercado como diarios impresos han conseguido hacerse un nombre en el mismo. En este caso, los lectores de estos diarios están más incentivados a leer estos periódicos online de forma gratuita y, al mismo tiempo, estos periódicos que distribuyen su contenido a través de diferentes plataformas han conseguido disminuir el cambio producido en la circulación de la prensa. No obstante, el declive general en la circulación, sugieren los autores del estudio, empuja a la necesidad de cambiar el ideal de negocio que apuesta por una amplia circulación por el de una circulación de *target* específico, un planteamiento compartido ya por otros analistas (Meyer, 2008). En el caso de la prensa local o regional, esto se conseguiría según Graham y Greenhill acentuando la importancia de las noticias cada vez más locales, lo que denominan como *hyper-local news* (2013:101-102).

Siguiendo con la prensa local, un estudio sobre diarios locales en Noruega reafirma la teoría que venimos desarrollando sobre la convivencia y sinergia entre el soporte en papel y digital. En base a los resultados del estudio, los diarios impresos y digitales en el mercado local son concebidos como dos medios distintos para la audiencia. Los periódicos impresos locales continúan siendo los más leídos y la primera fuente de información mientras que los diarios digitales son un valorado complemento informativo del que se espera un contenido diferencial al de la prensa en papel. Es más, la lectura de ambos soportes frente a la lectura de solo uno de ellos podría estar creando una brecha informacional entre los que se benefician de la información proporcionada por los dos soportes y los que no (Skogerbø y Winsvold, 2011:226-227). En términos globales, los diarios impresos se resisten a desaparecer y es un lema que se lleva adoptando desde hace unos años. Según un informe acerca de la brecha entre los diarios online e impresos de la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias, WAN-IFRA en sus siglas en inglés, a pesar de la caída de circulación y de ingresos publicitarios de los diarios en muchos países industrializados, como veremos a continuación, la circulación de los periódicos aumenta en números globales debido, sobre todo, al aumento de la circulación en el mercado asiático y los lectores se siguen decantando por el soporte impreso en algunos de los contextos estudiados como en el australiano y austriaco o combinan su consumo con otros formatos como en el caso inglés (WAN-IFRA, 2017a).

Otro de los aspectos clave que determina la estructura de la prensa son las rutinas de trabajo de los empleados del diario y todos los procesos que forman parte de la producción de la información. Y en este aspecto también se han producido cambios con respecto al uso de la tecnología y la transformación hacia lo digital. En una investigación de Greene González (2016) acerca de la prensa tradicional en papel y la prensa digital la autora tras llevar a cabo observaciones participantes en tres diarios digitales chilenos establece que la calidad de la prensa digital analizada se está viendo comprometida por

la limitada labor del editor, que no está bien definida y que cumple un papel de menor relevancia en la producción de la información- en comparación con la figura del editor en la prensa tradicional en papel-, por un proceso no definido y apresurado de toma de decisión a través de la pauta y por el excesivo uso y carente de interpretación de la información proporcionada por las agencias de prensa (Greene González, 2016:44-45). No podemos olvidar que la prensa digital mantiene desde su nacimiento y todavía hoy, en algunos casos, cierta supeditación respecto a los medios tradicionales en tres aspectos principales: la asignación de los contenidos, del personal y de la estructura organizativa (Cabrera González, 2001). En la misma línea, otro estudio en Brasil sobre la labor de los periodistas en dos diarios generalistas brasileños concluía que el periodista está viendo duplicadas sus funciones ante la obligación de tener que proporcionar contenido diferenciado para el medio impreso y digital sin mejoras en las condiciones laborales, sin la formación necesaria y presionado por la inmediatez y los tiempos de trabajo. Esta realidad se traduce en la práctica, en la aparición de contenidos no inéditos y breves en ambos soportes por lo que la autora advierte que, de esa forma, se pone en riesgo el papel de intermediario que cumple el periodista y la impronta de calidad de los diarios entre la confusión que provoca la sobreinformación actual (Fassarella Agnez, 2012).

Otras investigaciones en otros contextos, sin embargo, hablan de rutinas ya institucionalizadas en la convergencia del soporte online e impreso y de una buena disposición por parte de la plantilla (Costa Ribeiro y Resende, 2017). Uno de los fenómenos que ha aportado lo digital a la empresa informativa ha sido el aumento de la participación por parte de la audiencia algo con lo que también tienen que lidiar los profesionales de la información hasta el punto de ser una de las causas del escepticismo por parte de los trabajadores sobre la integración digital. Como afirma Groves (2011) en el caso de los trabajadores de un diario estadounidense de tamaño medio "Aunque muchos dijeron que entendían la necesidad del cambio, el poder de la audiencia había provocado una gran interrupción de sus rutinas y el abandono de su tradicional sentido del poder "(Groves, 2011:28)⁶².

Por norma general, la prensa, ya sea en papel, digital o en la que convergen ambos soportes, debe su existencia a la publicidad que en ella se inserta y/o al pago que realizan los lectores a cambio de la adquisición del ejemplar en papel o el acceso a su contenido online-a excepción de otras vías de financiación como las que se realizan a través de dinero público, minoritarias en el caso de la prensa aunque algunos autores insistan en esta necesidad en base a los retos disruptivos a los que se enfrenta la industria (Murschetz (ed.), 2013)-. Todos estos elementos también forman parte del debate acerca de la supervivencia de los periódicos y del medio impreso, en particular. Con

⁶² Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: << Though many said they understood the need for change, the power of the audience led to a major disruption of their routines and the dislodged their traditional sense of power>> (Groves, 2011:28).

respecto a la publicidad como vía de financiación de los periódicos, una de las hipótesis en los últimos años es si la publicidad, que supone la mayor parte de los ingresos de la prensa, comparte esta visión que proclaman algunos estudios sobre la complementariedad entre la prensa impresa y digital o si, por el contrario, un soporte puede ser sustituido por otro en base al comportamiento de los publicistas. Sridhar y Sriram (2015) refiriéndose al contexto estadounidense apoyan la teoría de que la publicidad online en los diarios está ‘canibalizando’ la publicidad en el papel al observar una relación positiva entre el aumento de la publicidad en el medio online y su descenso en el impreso. Los autores también contemplan que una parte importante del descenso en los ingresos publicitarios ocurre simultáneamente en ambos soportes lo que podría suponer un traslado de la publicidad hacia otras opciones mediáticas (Sridhar y Sriram, 2015:316-317).

El informe de 2017 sobre las tendencias de la prensa mundial de la WAN-IFRA confirma el declive respecto a los ingresos de la publicidad en el medio impreso, unas ganancias que han disminuido más de un 25% en los últimos cinco años. No obstante, aunque la publicidad digital ha aumentado en los últimos años, este ascenso no es acorde con la bajada de los ingresos en publicidad en el medio impreso (WAN-IFRA, 2017b:7) por lo que se deduce que este progreso discordante, aunque puede tener una relación directa parte de la publicidad que desaparece del medio impreso no se traslada automáticamente al medio digital por lo que o bien desaparece o bien se muda a otros medios alternativos, como establece el estudio anteriormente citado. Con respecto a la publicidad, uno de los modelos de negocio que se sustenta exclusivamente de la publicidad es la prensa en papel de distribución gratuita que a pesar del éxito inicial que tuvieron este tipo de publicaciones en algunos lugares no ha resultado un modelo tan exitoso como se creía (Bakker, 2008a, 2008b). Por ello, en algunos casos estos diarios o han abandonado el mercado o han añadido una modalidad de pago o se han trasladado al soporte digital. Entre los que se mantienen, la mejor acogida de la prensa de proximidad en el mercado local parece ser una buena apuesta para su supervivencia (López García, Bellón Rodríguez y de Mateo Pérez, 2014).

Otra estrategia de negocio de la prensa, en este caso de la que es exclusivamente digital o la que ofrece además contenido online es el pago por el acceso a la información, un intercambio monetario que se produce en muchas ocasiones a través de suscripción. En un estudio llevado a cabo por Goyanes y Sylvie en 2014 en base al estudio de caso de dos diarios británicos y uno español que publicaban contenido tanto en soporte impreso como digital, los autores observaron que en la muestra empleada la estrategia de pagar por el contenido online ofertado se trataba más de una iniciación y tanteo que guardaba relación con la necesidad de competir, con la cultura de la innovación y con adaptarse a las necesidades de los lectores que de una apuesta en firme para obtener beneficios. De hecho, los autores remarcan que sin otras fuentes de financiación como la publicidad o la circulación del propio medio impreso esta estrategia no sería una garantía de

continuidad para la empresa. Por otra parte, el informe 'Digital News Project 2018' que elabora el Instituto Reuters para el estudio del Periodismo de la Universidad de Oxford recoge la visión y predicciones sobre los medios, el periodismo y las tendencias tecnológicas en 2018 de representantes de los medios en 29 países. En este estudio un 44% de los diarios participantes mostraba su preocupación por plataformas digitales como Facebook o Google por el aumento de los ingresos en publicidad que concentran estas plataformas en detrimento de esta forma de financiación para las plataformas y ediciones digitales de los propios diarios (Newman, 2018:12). Quizá, por ello, la mayor parte de las publicaciones consideran que las suscripciones son una fuente importante de ingresos frente a la publicidad o el contenido patrocinado (2018:5).

Coincide en este análisis el informe de 2017 de WAN-IFRA que considera que ha habido un aumento en la oferta y demanda a través de la suscripción. Los consumidores se topan con el modelo de suscripción también en el consumo de otros productos y servicios por lo que, en especial, aumenta la intención de pagar por periodismo creíble (WAN-IFRA, 2017b:19). Ambos informes rebaten, en cierta medida, las conclusiones a las que llega el estudio de Goyanes y Sylvie sobre la estrategia del modelo de suscripción en un diario español y en dos británicos (2014). De manera global, el informe de la WAN-IFRA sobre las tendencias de la industria recoge una caída de los ingresos de la prensa de dos puntos respecto al año anterior y de casi ocho puntos en los últimos cinco años. Entre los ingresos, el 56% de los ingresos totales de los periódicos en 2016 procedían de la venta por circulación de los diarios, ya fueran impresos o en digital, aunque el formato impreso continúa copando la mayor parte de los ingresos procedentes de los lectores (2017b:7).

3.2. Paisaje comunicativo y prensa en el Mediterráneo

Antes de emprender una aproximación hacia la prensa de cada país objeto de la investigación y de los diarios que componen la muestra seleccionada, incluimos en estas líneas un repaso general del sistema comunicativo y la transcendencia y penetración de los medios de comunicación, con especial énfasis en la prensa, al Norte y Sur del Mediterráneo.

Con respecto a los países del Sur de Europa, Hallin y Mancini (2004) establecen tres modelos mediáticos entre Europa y Norte América en función del pluralismo político en los medios, su alcance, la profesionalidad de los periodistas y el control del estado. Así, para los autores los medios en los países mediterráneos del Sur de Europa constituyen un modelo mediático pluralista y polarizado en el que predominan los medios partidistas y un fuerte papel del estado frente a medios más comerciales, tradicionalmente más debilitados. Este modelo se distingue del modelo liberal anglosajón donde dominan los medios comerciales y del modelo democrático corporativista del Norte de Europa donde tradicionalmente han convivido tanto los medios comerciales como aquellos ligados a organizaciones sociales y políticas. Esta clasificación, no obstante, ha generado

discrepancias, por ejemplo, entre los que defienden que no se puede igualar el modelo estadounidense con el británico ni incluir en un mismo grupo los países del Norte de Europa con sistemas tan diferentes (Thomass y Kleinsteuber, 2011:32). Como los propios autores recogen también ha sido objeto de crítica la descripción realizada por estos del modelo aplicado a los medios euromediterráneos. Una descripción que sitúa el modelo mediterráneo como un modelo más deficiente que el resto. No obstante, los autores defienden que todos los modelos tienen sus aspectos negativos y positivos y en el caso del modelo mediterráneo, aunque reconocen que presenta carencias en el plano normativo, el aspecto positivo reside, argumentan, en el pluralismo y la diversidad política de los medios, elementos de los que carece por otra parte el modelo liberal (Hallin y Mancini, 2010:60-62).

Otro intento de clasificación lo podemos encontrar en Blum (2005) que ampliando el estudio de Hallin y Mancini (2004) elabora una clasificación a nivel mundial y describe el modelo mediterráneo como clientelista, con cualidades intermedias entre el modelo plenamente liberal y el plenamente intervenido y con una televisión de corte más populista que los medios en papel, más orientados a prestar un servicio público de corte superior.

Färdigh (2010), por su parte, en otra tentativa de aplicar el modelo de estos autores, pero, en esta ocasión, desde el punto de vista de la audiencia trata de comparar si los tres modelos propuestos por Hallin y Mancini (2004) en base a los criterios citados anteriormente son también aplicables en Europa desde la perspectiva del consumidor. Para Färdigh las características típicas de las divisiones geográficas que elaboran los autores se pueden también trasladar, en términos generales, al consumo de medios que realiza la audiencia en Europa pero con la particularidad de que en el aspecto estudiado existen diferencias notables entre los países dentro de un mismo modelo, como ya se venía diciendo, y que, por otra parte, las diferencias entre países pertenecientes a los distintos modelos se están desvaneciendo. El autor apunta a que, debido a la internacionalización de la propiedad y las estructuras de los medios y el desarrollo de la democracia en el continente, la perspectiva histórica y el contexto tienen cada vez más importancia en la configuración de los medios. Así, se igualan o se modifican los procesos en la circulación de diarios, en el mercado publicitario o en el número de ejemplares por habitante entre países del Sur de Europa y países de la Europa meridional, obteniendo estos últimos resultados iguales o superiores a los primeros en cuanto al número de diarios existentes o el número de ejemplares por habitante (Färdigh, 2010:30-31).

Actualmente, los medios y la prensa del Sur de Europa se enfrentan al mismo desafío que las empresas periodísticas a nivel global, hacer frente a los cambios tecnológicos que están trasladando la audiencia y la publicidad, sus dos principales fuentes de financiación, de los medios y el soporte offline al online. En el caso de los medios de información privados en Europa, el Instituto Reuters difundió en 2016 una publicación

(Cornia, Sehl y Kleis Nielsen, 2016) acerca de la predisposición de algunos medios europeos en el que se incluían diarios y cadenas de televisión comerciales, entre ellos de Italia y Francia como países euromediterráneos, sobre sus estrategias de negocio y adaptación al espacio digital. El informe destacaba que la audiencia se estaba trasladando muy rápido del medio impreso hacia el digital y que este desplazamiento era más pausado en el caso de la televisión hacia lo digital. Todos los medios analizados estaban invirtiendo en proyectos digitales que les proporcionaran nuevos ingresos y alcanzar nuevas audiencias como crear secciones para *target* específicos, ofrecer contenido empaquetado, actividades relacionadas con contenido de marca y mayor peso del *e-commerce*. Con todo, en el caso de la prensa la mayoría de los ingresos provienen todavía del medio impreso, como recogen. Esta adaptación de los diarios europeos por alcanzar a nuevas audiencias, como estima el informe del Instituto Reuters, guarda relación con una de las transformaciones de la prensa europea a lo largo de estos años que entraña para Weibull y Nilsson (2010:67) la tendencia de los grandes periódicos de renombre europeos hacia la transformación en una prensa de carácter más popular tanto en los que respecta a la forma como al contenido. Una conversión que se produce como señalan los autores tras la fuerte competencia con otros medios y para poder atraer al público general. Retomando la publicación de Reuters, otro de los resultados destacados es la identificación de la principal vía para la obtención de información. Como determina el informe, las organizaciones privadas de noticias tienen mayor alcance que los medios públicos y se accede a la información con más frecuencia a través de las noticias online de los diarios y cadenas de televisión comerciales que a través de los medios sociales (Cornia et al., 2016) donde son los propios usuarios los que crean, difunden o comparten la información.

Con respecto a la presencia de la prensa y su circulación en los países europeos mediterráneos, en base a las estadísticas que proporciona la WAN-IFRA, entre los países del Sur de Europa de los que aporta datos, España es el país con mayor número de periódicos de frecuencia diaria, tanto de pago como gratuitos, con un total de 107 cabezeras contabilizadas en 2016. Muy cerca de ese número, Francia e Italia, con 106 y 104 respectivamente. Portugal y Croacia, por su parte, solo cuenta con 13 y 14 periódicos diarios, en ese orden, en 2016 según la misma organización. En todos los casos se ha producido una disminución del número de periódicos respecto al año 2012. En general, se puede observar que tanto España, Francia e Italia se encuentran entre los países europeos con mayor número de diarios junto con Alemania y Reino Unido. Las cifras son algo distintas si atendemos a la circulación de los diarios de pago o gratuitos en cada país. España a pesar de ser el país euromediterráneo con mayor número de títulos, la circulación de prensa en España es en 2016 según la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de noticias de alrededor de 49 ejemplares por 1000 habitantes. Francia es el país con la mayor media de circulación de diarios, 143 por cada 1000 habitantes. La circulación en Croacia y en Italia es superior a la española, con 72 y 58 ejemplares respectivamente y solo Portugal está por debajo con 12 copias por 1000

habitantes en 2016. También la circulación de los periódicos ha caído en todos los países citados, salvo en Portugal que ha experimentado un aumento cercano al 10% respecto al 2012 (WAN-IFRA, 2017b:64-66).

En lo que respecta a la clasificación de medios en los países árabes mediterráneos, es Blum (2005) quien en su estudio sobre los modelos mediáticos incluye a Marruecos, Túnez y Egipto como pertenecientes al modelo patriota árabe asiático junto con países árabes como Siria y otros países asiáticos. Este modelo oscilaría, según el autor, entre las características de un sistema de medios intervenido y posiciones más intermedias y estaría sujeto a la censura. Esta descripción es acorde con la consideración por parte de Abu Warda (2000) de que, en la mayor parte de los países árabes, con algunas variaciones, está muy arraigado el sistema de exclusión de masas, es decir, un sistema donde los medios están sometidos y son afines al estado y donde el juicio hacia los asuntos que competen a los poderes públicos es mínimo.

Para Sabry (2005) el control del estado sobre los medios árabes es precisamente uno de los factores por los que no se pueden calificar a los medios árabes, a excepción de las cadenas vía satélite, como medios globales. No obstante, el autor reconoce que tampoco son enteramente árabes dada la dependencia de los medios árabes respecto a Occidente y el mercado global en cuanto a tecnología, formato, contenido e ideología, dimensiones que continuamente se exportan al panorama comunicativo árabe. Atendiendo a la clasificación de Hallin y Mancini (2004) podríamos deducir que el modelo que describe Blum (2005) en el que se incluyen algunos países árabes, es más cercano al modelo europeo mediterráneo que a los otros dos modelos propuestos por los citados autores en cuanto al intervencionismo del estado y el pluralismo partidista.

No obstante, una de las principales diferencias entre los medios de comunicación de la Europa mediterránea y los países árabes reside en la titularidad de los medios. En el caso de la prensa, si en los países del Sur de Europa los periódicos son mayoritariamente de propiedad privada, la prensa árabe se distingue por un gran número de cabeceras propiedad de gobiernos o instituciones como partidos políticos. Incluso los diarios árabes que son considerados independientes están muy influenciados por intereses particulares (García Martín, 2013:164). Aunque este último aspecto también se aprecia en la prensa europea donde muchos periódicos están altamente politizados. Como defiende García Martín (2013) tanto los ingresos por publicidad como por circulación de los diarios árabes no son suficientes para su subsistencia por lo que las subvenciones del estado o de entes particulares suelen permitir su creación y continuidad (García Martín, 2013:168). Un dato actual que apunta a los limitados ingresos provenientes de la publicidad en lo que respecta a la prensa impresa los proporciona la WAN-IFRA cuando apunta a que la publicidad de la prensa en papel ha sufrido en la región MENA un descenso mayor que en otros contextos como el europeo donde el declive avanza a un ritmo más lento. El informe de 2017 de este organismo calcula que la pérdida de

ingresos por la publicidad que se inserta en los periódicos impresos de la región MENA ha disminuido alrededor del 50% (WAN-IFRA, 2017b:44).

La prensa árabe originariamente y, aunque en menor medida en la actualidad, es un medio dirigido al conjunto de la elite de la sociedad y, probablemente como causa y consecuencia de ello, su circulación y penetración es baja en comparación con la supremacía de la televisión en la región árabe (Rugh, 2004:3-4). No obstante, al mismo tiempo, la prensa árabe también ha gozado de un gran prestigio debido a la relevancia de la escritura en el islam (Warda, 2000). En general, Los medios de comunicación árabes están, según Rugh, caracterizados por una economía débil, una alta politización-como ya hemos visto- y una influencia cultural que ha generado un sistema de medios de patrocinio político, fragmentado, concentrado geográficamente y con bajos niveles de credibilidad y prestigio donde los medios de comunicación oral e interpersonal continúan siendo de especial relevancia para mantenerse informados (Rugh, 2004:5-14).

Rugh, al igual que Blum (2005) un año después, realiza una clasificación de los medios árabes en función del contexto político y económico de cada país y establece cuatro tipologías de medios cuyas propiedades, afirma, están presentes a lo largo de la región: un modelo autoritario, libertario, de responsabilidad social y totalitario. En la mayor parte de la región, Rugh considera que los medios funcionan con las particularidades del modelo autoritario y en combinación con algunos elementos de los restantes tres modelos. En lo que respecta a los países árabes mediterráneos que ocupan esta investigación, para Rugh Libia pertenece a un modelo de prensa movilizadora, Marruecos se caracteriza por la diversidad de la prensa y Egipto, Túnez y Argelia por un sistema transicional (Rugh, 2004).

No obstante, como alberga Hafez (2007) esta clasificación de Rugh ha sido cuestionada por Mellor (2005) que considera que la competitividad de los medios en la actualidad y los medios panárabes transfronterizos han generado elementos de diversidad en todos los sistemas mediáticos de la región y que la clasificación de Rugh atiende más a la propiedad de los medios que a los contenidos difundidos (Hafez, 2007:97). Sobre la prensa, particularmente, Dajani (2011) en un libro publicado junto con Mellor y otros dos autores establece que la prensa en papel ha sufrido una evolución a raíz del éxito de la televisión por satélite y, por una parte, ha apostado por cambios de formato, contenido en profundidad y de experiencias de periodismo de investigación. No obstante, defiende que estos cambios no han venido acompañados de la responsabilidad social de los medios, que mencionábamos al comienzo de este capítulo, sino de una mentalidad de mercado o de satisfacer a las elites gobernantes y como consecuencia, en algunos casos, se ha tendido a copiar el formato de las cadenas por satélite dotando de sensacionalismo y trivialidad el contenido de la prensa (2011:61-62).

El informe 'Arab Media Outlook 2016-2018' (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017) sitúa a los medios de comunicación árabes entre el crecimiento derivado de la evolución digital y el dividendo demográfico que supone la población joven en la región- tesis desarrollada en el segundo capítulo- que debido a su alto grado de interacción con los medios son al mismo tiempo potenciales consumidores y creadores de contenido. No obstante, el informe reconoce que la caída de los precios del petróleo y los conflictos políticos que se suceden en la región crean una atmósfera confusa para los medios que son vulnerables ante estas situaciones (2017:i). Con respecto a la prensa, aunque ni este informe ni el elaborado por la WAN-IFRA nos permiten conocer las cifras exactas de circulación y penetración de la prensa a nivel regional, el informe elaborado en los Emiratos Árabes recoge que la prensa es una importante fuente de información para el 47% de los consumidores de medios en Oriente Medio según datos de 2015. La prensa solo está por encima de los libros, las revistas y los ebook en cuanto a fuente de información y de actualidad. El resto de medios superan su porcentaje, sobre todo, la televisión, la principal vía de acceso a la información para un 78%, pero también los medios sociales con un 62%. En la sección anterior mencionábamos la suscripción o el pago por contenido informativo como una de las estrategias de los diarios a nivel global para obtener beneficios, sin embargo, en lo que respecta a la prensa árabe, solo un 18% del público está dispuesto a suscribirse a cambio de recibir información digital y únicamente un 8% a pagar por la suscripción a un diario impreso. En los países MENA, al igual que en el mercado europeo y americano, se observa un descenso respecto a años precedentes en los ingresos provenientes de la circulación y la publicidad en la prensa en papel (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017:62-65)-como apuntan también García Martín (2013:168) y el informe WAN-IFRA (2017:44)- y se produce el llamado "efecto de sustitución", la emigración de la publicidad del medio impreso hacia otros medios que se consideran más efectivos y económicos como la radio (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017:v).

Sin embargo, el estudio realizado en 2016 por Northwestern University de Qatar y el Doha Film Institute sobre la industria de medios en la región MENA destaca que la industria de la prensa en papel en la región tanto en términos de circulación como de publicidad mantiene unas cifras más favorables en comparación con otros mercados como el americano y el europeo. En cuanto a la circulación en papel, el estudio estima un crecimiento del 1,4% en los últimos cinco años y relaciona las relativas buenas cifras con el aumento de la alfabetización y la presencia de un *target* de audiencia específico a nivel nacional y local aunque lejos de la circulación per capita de otros mercados. En relación a los ingresos publicitarios en papel, aunque tienden a disminuir en 2015 un 5% respecto al año 2010 a favor de la publicidad digital todavía ocupan un 32% del total mercado publicitario, una cifra dos y tres veces superior a EE. UU. o Europa. En este dato influye, como recoge el estudio, que gran parte de la publicidad institucional esté dirigida a la prensa (Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute, 2016).

Uno de los elementos que configuran el panorama mediático de los medios de comunicación y la prensa en la región mediterránea es la situación de la libertad de expresión y la libertad de prensa en cada contexto y país. En el caso de los países árabes mediterráneos y, en general, refiriéndose a todo Oriente Medio, García Martín (2013:159) apunta a que la ausencia de libertad y la censura, establecida en muchas ocasiones a través de la propia autocensura de los medios por no incurrir en algún delito que pueda poner en riesgo su labor, se impone sobre los derechos existentes. Así lo avalan los índices y clasificaciones internacionales sobre la libertad de expresión y libertad de prensa en la región. En el índice de 2018 sobre la libertad de prensa en el mundo elaborado por la organización Reporteros Sin Fronteras (RSF) todos los países árabes mediterráneos se encuentran, de los 180 países clasificados, en puestos posteriores a la mitad de la clasificación. La posición más favorable es para Túnez, que ocupa el puesto 97, y la más desfavorable para Libia que ocupa el puesto 162, aunque Egipto tan solo está un puesto por encima en la clasificación. Los países del Mediterráneo Norte, por su parte, se encuentran por encima de estas posiciones con algunas diferencias sustanciales entre países. Mientras que Francia y España se encuentran cerca de la trigésima posición, Portugal es el país mediterráneo que encabeza la lista en el puesto 14. El resto de países del Sur de Europa como Italia, Croacia o Malta se encuentran del puesto 45 en adelante. Grecia es el país europeo mediterráneo peor clasificado, ostenta la posición 74 (RSF, 2018a).

En la región mediterránea se pueden apreciar los tres grados de libertad de prensa que establece la clasificación que elabora The Freedom House anualmente. Si en el caso de los países árabes mediterráneos no hay libertad de prensa en ninguno de los países, excepto en Túnez que es parcialmente libre, en los países europeos mediterráneos sí hay libertad de prensa salvo en Italia y Grecia donde se considera que la libertad de prensa existente en ambos países es solo parcial (The Freedom House, 2017a). La persecución hacia los periodistas es uno de los indicadores por los que se mide el grado de libertad. RSF ha podido contabilizar en lo que llevamos de 2018 entre periodistas profesionales, ciudadanos y colaboradores, hasta 34 encarcelados en Egipto, uno en Libia, dos en Argelia y ocho en Marruecos (RSF, 2018b). La UNESCO, por otro lado, en un adelanto de informe sobre la Libertad de Expresión y Desarrollo de los Medios 2017/2018, estima que en el conjunto de países árabes entre los años 2012 y 2016 fueron asesinados 191 periodistas (Pollack Ichou (coord.), 2017:17).

Pero además del hostigamiento in situ a los periodistas, ¿De qué otra forma se coarta el ejercicio de la labor periodística? En el caso de la prensa y los medios de comunicación árabes, en general, García Martín (2013:165) establece que el control de los medios se produce a través de mecanismos burocráticos como los procedimientos de otorgar o desposeer de las licencias pertinentes para la existencia del medio (Dajani, 2011:60) o a través de legislación restrictiva. Una de las vías para huir del control de los medios es su exilio a otros países europeos o norteamericanos como apunta García Martín

(2013:159). En el caso de la prensa, este fenómeno es notable en el caso de diarios con un alcance panarabista. De este mismo alcance, otro de los medios que se aleja, al menos, del ferreo control nacional, aunque no de los intereses particulares, es la televisión por satélite con penetración en toda la región árabe. En el paisaje comunicativo árabe no podemos obviar la repercusión que ha tenido la televisión vía satélite y panarabista en la región donde la cadena qatarí Al Jazeera es su máximo exponente. La televisión árabe vía satélite ha superado el analfabetismo que todavía limita la circulación de la prensa (Sakr, 2008:195; García Martín, 2013: 164) y ha logrado satisfacer las distintas creencias y tendencias ideológicas de la audiencia (Ksikes, 2007; Hafez, 2008a). García Martín (2013) se pronuncia en la misma línea cuando considera las televisiones vía satélite son “[...] un refugio para la diversidad de opiniones” (2013:160). Por otra parte, el periodismo ciudadano a través de la red y con el apoyo de las herramientas digitales, que tuvo un gran protagonismo durante las revueltas árabes, también ha conseguido traspasar el control habitual de las autoridades árabes al que están sometidos los medios tradicionales (Khamis, 2013), no sin sufrir de igual forma otros obstáculos como cortes en la conexión a internet, el cierre de páginas web, blogs u otros espacios digitales o la persecución policial y judicial a ciberactivistas (Gonzalez-Quijano, 2011, 2013).

Llegados a este punto, sería interesante finalizar con la reflexión de Hafez (2008b:160-161) sobre la concepción de la ética y profesionalidad periodística que guarda también relación, en cierta forma, con los estándares internacionales sobre la libertad de prensa presentados en este apartado. Para el autor muchas de las clasificaciones internacionales sobre la labor de los medios y periodistas dejan entrever la orientación árabe y comunitaria de los periodistas y medios árabes a la hora de informar, al tiempo que se resalta la ética periodística, objetividad y neutralidad de los medios occidentales. Hafez (2008b) reconoce que, aunque la orientación comunitaria es notable entre los periodistas árabes, los avances en la imparcialidad son una de las características del nuevo periodismo árabe y sostiene que esta orientación comunitaria también está presente en los medios occidentales respecto a la comunicación internacional e intercultural, sobre todo, cuando se suceden enfrentamientos, en periodos de crisis o cuando desde occidente se informa sobre contextos no occidentales.

Finalmente, otra de las apreciaciones que nos gustaría resaltar es la que proponen Ayish y Breslow (2014) al analizar la investigación sobre los medios árabes de comunicación de masas. Para el autor las investigaciones desarrolladas hasta la fecha tienden a centrarse en los resultados empíricos a raíz de la influencia del contexto nacional, la relación entre los medios y el estado y por el influjo del empirismo de las corrientes americanas y, de esa forma, se tiende a invisibilizar un análisis más complejo e interdisciplinar sobre el papel de los medios de comunicación de masas con respecto al cambio social en la región.

3.2.1 La prensa en España

En la sección anterior presentábamos el modelo de medios euromediterráneo planteado y desarrollado por algunos autores (Hallin y Mancini, 2004; Blum, 2005; Färdigh, 2010) como un modelo donde se produce la pluralidad de medios y el intervencionismo del estado pero con ausencia de un entorno normativo específico. La prensa española en la actualidad, sin embargo, se desmarca según Sanmartí Roset, Aguado Guadalupe y Magallón Rosa (2010a) del modelo euromediterráneo intervencionista y del británico liberalista. Si bien es cierto que el control del estado sobre la prensa en España se produjo hasta entrada la década de los 80, hoy existe un modelo caracterizado por el fin de las ayudas por parte del estado y la desregulación en la prensa que no limita su concentración y que difiere, por tanto, del modelo francés y portugués que sí legisla en ese sentido (2010a:246-247) y del mercado audiovisual español en el que sí se regulan los límites de las empresas audiovisuales (Sanmartí Roset, Aguado Guadalupe y Magallón Rosa, 2010b:144). No obstante, el modelo de prensa español también se distingue del modelo británico en la clara distinción que realiza este entre la prensa de calidad y la prensa popular, su contundente visión de mercado frente al de utilidad pública y en la forma de afrontar las dificultades a las que se enfrenta la prensa a través de la rápida transformación tecnológica (Sanmartí Roset, Aguado Guadalupe y Magallón Rosa, 2010a:244-249). Aunque en España las subvenciones directas a la prensa por parte del estado han llegado a su fin, esta competencia la han asumido, en algunos casos, las comunidades autónomas a través de la publicidad institucional y las ayudas económicas a pequeños medios y a los que apuestan por un periodismo de investigación. Estos apoyos son más frecuentes en aquellas comunidades autónomas con una lengua propia para impulsar, precisamente, el desarrollo de la lengua a través de estas publicaciones (de la Quintana y Oliva Marañón, 2012).

Según la previsión de Ross Dawson (2010), consejero estratégico, la prensa en papel ya debería haberse extinguido de los EE. UU. en 2017, se extinguirá de Reino Unido en 2019, y así, sucesivamente, el analista vaticinaba en 2010 que se iría extinguiendo del resto de países del mundo. En el caso de España, el pronóstico de la desaparición de los diarios impresos se fechó en 2024. Aunque se ha probado que la predicción de Dawson con respecto a los EE. UU. no fue correcta, él mismo matizó después que la línea del tiempo elaborada no trataba de la desaparición absoluta sino de que los diarios, tal y como se conciben hoy en su forma impresa, se volverían insignificantes (Dawson, 2010).

Marqués Pascual (2012) en su tesis doctoral sobre la caída de difusión de los diarios impresos de pago en España confirma y refuta algunas de las hipótesis que se han instalado sobre la crisis del periódico en papel. El autor corrobora la reducción de los ingresos por la venta tradicional de los diarios y por la publicidad, pero también reconoce el aumento de otras modalidades de difusión como la adquisición de diarios en paquetes de reducido coste o como apuntan también Martínez Fernández y Juanatey Boga (2013) a través de la suscripción colectiva. Ambas modalidades se hacen frente, en

muchas ocasiones, desde las administraciones publicas por lo que estos autores afirman que podría tratarse de ayudas disfrazadas a la prensa por parte del estado. Marqués Pascual (2012) rechaza, por otro lado, que la caída del nivel de renta en España sea un factor decisivo en la crisis de la prensa en papel ni tampoco el descenso del índice de lectura entre los jóvenes que se mantiene, aunque siempre bajo, durante el periodo previo y posterior a la crisis. El autor sostiene que el desarrollo del escenario digital repercutirá todavía más en el ámbito de la difusión, la audiencia y la venta de ejemplares de los diarios en papel (Marqués Pascual, 2012:324-326). La crisis de la prensa en España, una crisis a nivel mundial que como ya hemos visto afecta sobre todo a los países occidentales frente al aumento de la circulación en otros mercados como el asiático, se origina en la reducción de los ingresos por publicidad y circulación. El informe de WAN-IFRA (2017b) con datos de 2016 calcula que la prensa diaria en España, tanto la de pago como la gratuita, ha visto reducida la circulación de diarios hasta en un 34% respecto al año 2012 con una media de circulación de 49 y de 2,70 ejemplares por cada 1000 habitantes. El gasto de publicidad en prensa ha disminuido casi en 200 millones de dólares desde 2012 hasta 2016 (2017b:68-80).

Parte mayoritaria de estas pérdidas corresponden a la circulación y publicidad de la prensa en papel. Según el informe 'Digital News Report .es 2017' sobre el consumo de noticias digitales de la Universidad de Navarra coordinado por el Reuters Institute for the Study of Journalism la disminución de ingresos por la circulación de los diarios impresos se produce, principalmente, en la compra de los diarios en los quioscos mientras que las suscripciones a los hogares consiguen mantenerse (Vara Miguel, Negrodo y Amoedo, 2017:6). En base a las previsiones de la consultora PwC, la disminución de la difusión de la prensa en papel provocará de cara a 2021 una reducción de 6,5% de los ingresos por circulación de la prensa en el país (PwC, 2017a:62). Con respecto a la prensa gratuita en España, esta ha sufrido la misma evolución que en el resto de Europa, del éxito inicial, muy pronunciado en este país, a la desaparición de muchas de las cabeceras. El sector en el país se ha visto recucido al monopolio del diario gratuito 20 Minutos, único diario gratuito que consigue sobrevivir con relativo alcance, aunque muy inferior al de su circulación precrisis, y a los casos de los diarios gratuitos locales que se mantienen en los mercados de proximidad (Bellón Rodríguez y López García, 2016).

Con todo, el mercado de la prensa española ha adoptado una estrategia de negocio que tiene que ver con la digitalización de sus contenidos basada en el modelo 'freemium' con el que espera contrarrestar la pérdida de ingresos del soporte en papel (Casero Ripollés y Izquierdo Castillo, 2013). Un modelo de negocio que está presente, por otra parte, en los mercados de otros países como Francia, Alemania y Reino Unido (Ferrerías Rodríguez, 2012). Este modelo se basa en ofrecer contenido online gratuito y constantemente actualizado, pero con menos profundidad, continuando con la cultura de la gratuidad enraizada en España, junto con contenido de pago más enriquecido Casero Ripollés y Izquierdo Castillo, 2013:74). Las empresas periodísticas que han

optado por esta estrategia en España han sido los tres grandes grupos mediáticos que agrupan, además de otros medios, periódicos entre su oferta: Unidad Editorial-El Mundo-, Vocento-ABC- y Prisa⁶³-El País-. Para Casero-Ripollés y Izquierdo-Castillo (2013:76) esta estrategia de negocio llevada a cabo por estos grandes grupos editoriales supone, por un lado, una alianza entre los grandes grupos que incluye la comercialización digital para permitir la supervivencia del modelo de negocio, pero, por otro lado, acentúa la concentración de la prensa en España estableciendo una competencia menos plural. Los diarios online y el contenido digital que producen los periódicos en España se enfrentan a grandes retos para lograr la atención de los lectores (Marcos Recio, Edo Bolós, Parra Valcarce, 2018). Por un lado, los diarios deben constantemente actualizarse con la última hora para poder competir con la inmediatez de las redes sociales como Facebook o Twitter (Marcos Recio, Edo Bolós, Parra Valcarce, 2018:55-56). Sin embargo, no se constata esta realidad en un estudio que analiza el grado de actualización del contenido digital en tres diarios generalistas nacionales y en tres regionales. Entre los diarios, se incluyen las cuatro cabeceras que componen nuestra muestra en España: El País, el ABC, El Periódico de Catalunya y La Vanguardia. La investigación concluye que la información publicada online es actualizada en pocas ocasiones y durante la tarde-noche y los tres primeros días de la semana mientras que el resto del tiempo el contenido nuevo y renovado es más pobre. Los tres factores que determinan, según los autores, este escenario son el estado general de los medios, la reducción de periodistas en plantilla y el descenso en los ingresos por publicidad (Marcos Recio, Edo Bolós, Parra Valcarce, 2018:68). Así, sugieren como posible estrategia de negocio para acceder al contenido online el desarrollo de los sistemas de alertas para que los lectores accedan por esta vía a la información de última hora y no a través de otras plataformas digitales y adaptar la información en forma y contenido, textos cortos y con contenido multimedia, al estilo de las redes sociales (2018:55-58).

Las redes sociales, como recalca el informe de 2017 sobre el consumo de noticias digitales de la Universidad de Navarra, aumentan su relevancia como fuente de noticias en perjuicio de los medios digitales tradicionales, aunque estos últimos gozan de mayor confianza. En concreto, se destaca la labor de los medios tradicionales y digitales para mantener la veracidad frente a las noticias falsas, o el conocido fenómeno de las *fake news* en inglés, que está muy extendido en la información publicada por las redes sociales (Vara Miguel, Negrodo y Amoedo, 2017:3-4). No obstante, el mismo informe destaca que los ingresos del pago por el acceso a contenido online digital que

⁶³ Vocento y Prisa crearon en 2011 'Kiosko y más' una plataforma digital a través de la cual ofrecen acceso a sus publicaciones y que cuenta con varias modalidades de pago por el servicio. La noticia publicada por El País que contiene esta información se puede consultar en: https://elpais.com/diario/2011/07/15/sociedad/1310680808_850215.html Recientemente, los dos grupos mediáticos han comenzado un proceso de integración de su proceso productivo tras lo que se advierten nuevas sinergias, como apunta el siguiente artículo de El Español: https://www.elespanol.com/economia/medios/20171115/262224711_0.html

promueven importantes diarios en España se mantiene invariable, es decir, no hay una evolución al alza, y disminuye, además, la intención de pago en el futuro. La movilidad, la diversidad de contenido y el bajo precio son las cualidades más destacables de pagar por la información digital mientras que la gratuidad que ofrecen otros medios digitales y el poco valor añadido que se concede a la información digital está entre las principales reticencias (Vara Miguel, Negrodo y Amoedo, 2017:6-7).

Otro de los análisis que se han realizado respecto a la prensa española y que tiene que ver con una parte de su financiación, es el realizado por Solís Baena (2016) sobre la prensa como soporte publicitario. En su investigación, volcada en una tesis doctoral, Solís Baena analiza la conveniencia del medio impreso y el digital con respecto a la publicidad. El autor considera que sí existe una relación positiva en España entre el descenso de la publicidad en el soporte en papel y el aumento en el espacio digital, aunque como apunta, este proceso no es tan simultáneo debido a los bajos costes con los que los diarios comenzaron a distribuir la publicidad en este medio. Los diarios impresos han aumentado de manera significativa la cantidad de publicidad insertada en sus páginas para hacer frente a la reducción de ingresos con la consecuente saturación y la publicidad en este medio, además, se caracteriza por una baja segmentación. La publicidad en el medio digital, por su parte, viene determinada por campañas publicitarias más segmentadas y mayor capacidad que la prensa en papel por potenciar el mensaje publicitario, la afinidad de ciertos sectores por invertir en publicidad digital como el turismo, la tecnología, la banca o la automoción y la valoración del propio medio por sus potencialidades (personalización, velocidad etc.). Aunque también se resalta que la publicidad en los medios digitales necesita una mayor planificación y desarrollo y que todavía su efectividad es difícil de medir. En el caso de poder contar con grandes presupuestos, el autor defiende, no obstante, que una estrategia publicitaria basada simultáneamente en el medio impreso y digital se traducirá en un mayor rendimiento y efectividad de la inversión realizada en publicidad (Solís Baena, 2016: 381-394).

Añadimos a este estudio sobre la prensa como soporte publicitario, uno de los obstáculos que recoge el informe 'Digital News Report .es 2017' sobre las noticias digitales en España de la Universidad de Navarra que señala el uso que hacen los usuarios de diarios digitales de los bloqueadores de publicidad. Según el informe un 28% de los usuarios emplea bloqueadores publicitarios aunque un 48% lo desactiva temporalmente en la lectura de las noticias. Unos datos que desde el punto de vista publicitario son más favorables que otros años cuando su uso estaba más extendido (Vara Miguel, Negrodo y Amoedo, 2017:7). En base a las estimaciones con vistas al año 2021 de la consultora PwC, los ingresos por publicidad de la prensa se mantendrán estables en España. Los ingresos de la prensa en papel disminuirán un 2,8% anualmente hasta el 2021 mientras que los ingresos por publicidad digital aumentarán anualmente un 7,6% (PwC, 2017a:62).

Con respecto a la audiencia de la prensa en España, el barómetro del CIS más actual que incluye referencias a la lectura de los periódicos en el país se publicó en septiembre de 2016. En base a los resultados, casi un 40% lee en este año periódicos a diario o casi todos los días en todas las modalidades y soportes (impreso/ digital, de pago/gratuitos) pero un 30% no lo hacen nunca o casi nunca. Entre los lectores de diarios, el soporte preferido de manera habitual es el papel para un 60% y solo un 7% combina ambos soportes. Según otro barómetro de la Federación de Gremios de Editores de España el periódico, en cualquiera de los soportes, es para los lectores y entre todos los medios y soportes de lectura, el que mayor incidencia trimestral presenta, casi un 75% de los lectores leen diarios trimestralmente por encima de la incidencia de lectura de libros, revistas o lecturas a través de otros medios digitales que realizan los lectores al trimestre. El perfil mayoritario del lector de diarios es un perfil masculino, con una edad comprendida entre los 35 y 44 años y con estudios universitarios. El informe también destaca que algo más de la mitad de la lectura total que se realiza de los periódicos se hace en soporte digital, un dato que difiere del proporcionado por el barómetro del CIS de 2016 que se decanta por el soporte en papel como soporte prioritario.

En el resumen general de medios que lleva a cabo la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) correspondiente al periodo entre abril de 2017 a marzo de 2018, los diarios tuvieron una penetración en España del 24,2%, solo por encima de los suplementos que suelen distribuirse junto con los propios diarios y del cine. Los medios restantes, las revistas, la radio, el medio exterior, internet y la televisión obtienen un porcentaje de penetración mayor, logrando estos dos últimos medios un 76% y un 85% de penetración respectivamente. La evolución que ha tenido la penetración de la prensa a lo largo del tiempo es decadente pasando de un 37% de penetración en 1997 al 24% actual. Se observa una clara mejoría entre los años 2003 y 2008, coincidiendo con el periodo de crecimiento de la prensa gratuita en España (Bellón Rodríguez y López García, 2016), llegando en este último año a alcanzar hasta un 42% de penetración. En cuanto a la evolución del resto de medios, todos han reducido la tasa de penetración desde el año 1997 excepto el medio exterior y, como es evidente, internet. La reducción de la penetración relativa a la televisión y la radio, no obstante, tan solo es de un 5% y un 4% en cada caso. La penetración de los diarios en base a las características sociodemográficas como el sexo, la edad y el índice socioeconómico, nos permiten observar una diferencia del 10% entre hombres y mujeres, con mayor penetración de los diarios entre los hombres, una penetración creciente conforme se aumenta la edad cuya disparidad oscila sobre los 10 puntos entre los jóvenes adultos y de mayor edad-en el séptimo y último capítulo nos centraremos en la cuestión relativa a la penetración de la prensa entre los jóvenes- y, finalmente, mayor acogida de los diarios a cuanto mayor índice socioeconómico, aunque la diferencia es muy sutil entre los grupos de mayor índice y los de nivel medio (AIMC, 2018).

En el plano normativo, como ya hemos mencionado, en España, a diferencia de lo que ocurre con los medios audiovisuales, no existe una legislación restrictiva que regule la concentración del mercado de la prensa. No obstante, al menos desde una perspectiva teórica y más o menos aplicable según la norma, existen numerosas disposiciones con rango de ley o de carácter no preceptivo que regulan su funcionamiento. Desde la Constitución Española donde se promulga el derecho a la información, pasando por las leyes que regulan su acceso, la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal que introduce castigos por insulto, calumnias, injurias y desacato, la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de Mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, la Ley 14/1966, de 18 de Marzo, de Prensa e Imprenta-específicamente para el sector de prensa aunque derogados algunos artículos del texto original-, y, sin duda, la Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección de la seguridad ciudadana-conocida en el argot periodístico y popular como ley mordaza - componen el marco normativo que determina el funcionamiento de la prensa y la labor de los periodistas en el país. Un marco normativo general que afecta al resto de medios de comunicación además de la regulación específica en el caso del sector audiovisual.

Estas normas que influyen en la rutina periodística intervienen, del mismo modo, para garantizar y, en algunas ocasiones como veremos a continuación, menoscabar el estatus de libertad de prensa y de libertad de expresión en el país. El informe de 2017 de RSF (2017a) dedicado a España, por un lado, se centra en Cataluña y destaca en relación con las deficiencias en el ejercicio de la libertad de información, el cuestionamiento por parte del gobierno catalán hacia las informaciones publicadas por el diario El Periódico de Cataluña-parte de nuestra muestra-, el ciberacoso que han sufrido los periodistas en torno al proceso independentista catalán, las agresiones por parte de las fuerzas de seguridad durante la cobertura del referéndum del 1 de octubre, la intimidación policial y judicial a algunos medios catalanes y, en definitiva, las situaciones de acoso a periodistas y medios, tanto independentistas como constitucionalistas o unionistas. Como señalábamos en el apartado anterior, España se encuentra en la posición 30 de la clasificación de 2018 elaborada por RSF sobre la libertad de prensa en el mundo (RSF, 2018a).

El ambiente político es una de las cuestiones destacadas también por Freedom House para definir el grado de libertad de prensa en el país en el año 2017. En general, España recibe 28 puntos sobre 100 en el estatus sobre libertad de prensa, siendo 0 el mayor grado de libertad y 100 el menor. Por ámbitos, los aspectos legales y económicos son más favorables que el contexto político. No obstante, sobre los aspectos legales se resalta la sanción a periodistas bajo la Ley de seguridad ciudadana⁶⁴, que citábamos en

⁶⁴ Una plataforma integrada, entre otros gremios, por periodistas interpuso en 2015 una demanda contra La Ley de seguridad ciudadana ante el Tribunal Europeo de Derechos Humanos cuya sentencia está aún sin resolver en el momento de escribir estas líneas. Véase el artículo de el diario El País que contiene esta noticia en: https://politica.elpais.com/politica/2015/12/12/actualidad/1449951619_073020.html

el párrafo anterior, y los obstáculos que interpone esta ley en el ejercicio de la profesión. El informe acaba poniendo el foco en la autocensura que claman los trabajadores de los medios ante el marco legal y las conexiones con el poder de los altos cargos de los grupos mediáticos (The Freedom House, 2017b). Asimismo, Lucía Méndez, periodista del diario El Mundo, sostenía en 2015 en la revista de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) que la publicidad institucional, como hemos expuesto, puede suponer una herramienta de los poderes públicos que, al beneficiar ciertos medios en detrimento de otros, aplican una censura indirecta a los medios favorecidos por este tipo de publicidad (2015:14). Méndez ante la crisis que sufre el sector de la prensa en España considera igualmente que la subordinación hacia los poderes económicos también supone una amenaza cada vez mayor para la libertad de prensa y la autonomía periodística (2015:12-13). La audiencia, por su parte, tampoco es ajena a la dependencia de los medios hacia los poderes públicos y económicos como recoge el informe de la Universidad de Navarra (Vara Miguel, Negrodo y Amoedo, 2017:5).

Las situaciones que describe Méndez y el marco legal que constringue la libertad de prensa en España que denuncia The Freedom House se recogen, además, en el informe sobre el estado de la libertad de prensa en España de 2015 del International Press Institute (IPI) (IPI, 2015). Finalmente, el Centre for Media Pluralism and Media Freedom del European University Institute (EUI) publicaba en 2016 un informe sobre el pluralismo mediático en algunos países. En el informe sobre España los autores señalaban un riesgo medio para el pluralismo de los medios en el país y distinguen como principales desafíos los problemas ya mencionados por los demás organismos: la necesidad de realizar reformas legales para no coartar la libertad de expresión, mayor independencia política de los medios, tanto públicos como privados, y poner freno a la precariedad laboral que predomina en la profesión. El informe también apunta a la importancia para la pluralidad de los medios de la igualdad entre hombres y mujeres en el acceso laboral a los medios y en sus condiciones laborales (Masip, Ruiz, Suau, García Castillejo, 2016).

3.2.1.1 El País

Podríamos sostener que El País es un referente de la prensa española por varios motivos. Su trayectoria, su difusión, su influencia para participar en el debate público y su capacidad de adaptarse a la convergencia digital que lo mantiene líder de difusión como periódico de información general a pesar de la crisis en el sector.

Este periódico nace sin cumplirse un año del fin de la dictadura franquista en España, en 1976, al comienzo de la transición española. Su primer director es Juan Luis Cebrian, hasta mayo de 2018 presidente del grupo Prisa al que pertenece el periódico, y desde junio de 2018, la nueva directora es Soledad Gallego Díaz que sustituye al anterior director del periódico Antonio Caño. El País es un diario de información general con una periodicidad diaria y, principalmente, de ámbito nacional- aunque con marcado carácter internacional- que comercializa su edición impresa y digital y que, al mismo tiempo,

ofrece contenido gratuito y en abierto a través de su página web y otras plataformas digitales como blogs, redes sociales etc. Digitalmente, la edición impresa del diario se puede obtener a través del sitio web ' Kiosko y más', antes mencionado, y mediante su página web donde ofrece varias modalidades de suscripción junto con descuentos en actividades culturales y de ocio. La sede central de El País está en Madrid, aunque cuenta con delegaciones repartidas por varios puntos del país así como ediciones regionales en soporte impreso en España y ediciones digitales en castellano para América Latina, en catalán para Cataluña, en portugués para la edición brasileña y en inglés para la edición internacional. Peña Fernández, Lazkano Arrillaga, García-González (2016) sugieren que la transición digital ha supuesto en el caso del diario El País una transformación del propio medio hacia la internacionalización que ha llevado a la apertura de las ediciones digitales en inglés y en portugués y a un cambio de eslogan en 2007 del tradicional 'Diario independiente de la mañana' a el 'El Periódico Global' (2016:31). En base al Mapa de Medios 2018 que publica anualmente la agencia Ymedia Vizeum, El País factura 161 millones de euros. El País pertenece a uno de los mayores grupos mediáticos por volumen de negocio de España y de toda Hispanoamérica. Prisa engloba cadenas de radio como la Cadena Ser y los 40, diarios como el deportivo AS, productoras audiovisuales, editoriales como Santillana y hasta agencias de publicidad y tecnológicas (Ymedia Vizeum, 2018).

El promedio de tirada de el diario El País durante el año 2017 es según datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) de 226.077 ejemplares y tiene un promedio de difusión de 175.041 copias. Es el diario de pago con mayor tirada y difusión del país, incluso por encima de la prensa deportiva y el segundo diario, en cualquier modalidad de distribución, de mayor difusión después del diario gratuito 20 Minutos. Según AIMC en su estudio general de medios, en el año móvil de abril de 2017 a marzo de 2018, El País es el segundo diario que concentra más lectores diarios, 1.128.000 según estimaciones de la AIMC y sólo por debajo del diario Marca, del grupo mediático Unidad Editorial, que supera al diario El País en algo más de 700 lectores al día durante este periodo. En el plano digital, como recoge el propio diario sobre los datos económicos y de explotación en el año 2017, la página web del periódico, Elpaís.com: "En términos de navegadores únicos, ha alcanzado los 108 millones, lo que le sitúa en la primera posición de webs de noticias en español y décima en el ranking mundial" (El País, 2018, 28 de febrero). El ingreso por la publicidad insertada en el espacio digital ha crecido en 2017 un 3% y representan durante este año el 46% de los ingresos totales por publicidad. No obstante, el mismo diario reconoce que el crecimiento de la publicidad digital no llega a compensar la caída de la publicidad en papel. Este desajuste se compensa, afirma el artículo de El País, con un estricto control de los costes (El País, 2018, 28 de febrero). En efecto, durante los últimos años el diario ha puesto en marcha ciertas medidas para resarcir la caída generalizada de ingresos provenientes de la venta de diarios y de la publicidad. Entre las más destacadas, la reducción de plantilla y la bajada salarial que afrontó el diario en 2012 (El País, 2012, 5 de octubre) y, recientemente, en diciembre de

2017, El País anunciaba que cerraba sus rotativas y que externalizaba el servicio de impresión (Nogueira Calvar, 2017, 17 de diciembre).

El País ha tenido una línea editorial que tradicionalmente se ha considerado cercana a la izquierda ideológica en el país o a la centroizquierda, para los que lo consideran un medio más conservador. Durante los gobiernos socialistas se ha mantenido afín a las líneas de este partido y crítico con la oposición del Partido Popular y durante el mandato de este. No obstante, en los últimos años hay quien observa una tendencia de El País hacia posiciones más conservadoras, sobre todo, a raíz de en una carta del anterior director de El País, Antonio Caño, enviada al por aquel entonces director del grupo Prisa, Juan Luís Cebrian, que fue filtrada por el medio Infolibre y en la que Caño es crítico con la labor del periódico y admite una crisis de falta de credibilidad del medio y un estancamiento ideológico (Sáenz de Ugarte, 2014, 25 de febrero; Torrús, 2014, 18 de febrero; Soteras, 2014, 16 de febrero). El propio diario también se ha hecho eco del giro ideológico atribuido y lo ha recogido en artículos de opinión (Torreblanca, 2016, 14 de julio), en informaciones sobre la marcha de periodistas y la relación de esta salida con el giro ideológico del diario (Delclós, 2013, 19 de mayo) y también es notable en las editoriales del periódico que critican al actual presidente del gobierno, el socialista Pedro Sánchez-y que recogen la crítica de este hacia el diario- (El País, 2016a, 2 de noviembre, 2016b, 1 de octubre).

Desde el punto de vista de la audiencia, El País es el quinto medio de comunicación elegido como principal fuente de información por los participantes en el estudio llevado a cabo durante 2017 por el Pew Research Center para evaluar las actitudes políticas y la relación con los medios en 8 países europeos. Es el único diario mencionado a este respecto, junto con otros medios como cadenas de televisión y plataformas de internet. Entre los lectores del País, un 6% de los participantes que optan por el diario como fuente principal de la información se posicionan ideológicamente a la derecha y un 7% a la izquierda. En contraste con lo que tradicionalmente se ha sostenido sobre El País y quizá en parte como consecuencia de este giro ideológico percibido por parte de los lectores, tanto los participantes de izquierdas como de derechas coinciden en afirmar que El País es un medio mayoritariamente de derechas, aunque los participantes de derechas lo creen con mayor firmeza. Solo un 20% de participantes de derechas y un 22% de participantes de izquierdas lo define como un medio de izquierdas frente a los más de 50% y 40%, respectivamente, que lo sitúan como un medio de derechas. Algo más de un 20% de participantes de derechas y algo más de un 30% de participantes de izquierdas considera que es un diario que está posicionado al centro del espectro ideológico (Pew Research Center, 2018a).

El País, al igual que nos proponemos en nuestra investigación, ha sido objeto de análisis académico por el tratamiento informativo que realiza sobre diversas cuestiones. En este ámbito, El País ha recibido críticas por la cobertura que realiza de ciertas realidades como la venezolana (Mosquera, 2014), su posicionamiento a favor de determinados

líderes políticos en beneficio del interés empresarial (De Pablos Coello, 2008) e incluso por su propuesta y recomendaciones literarias, más dirigidas al consumo y a la mercantilización que a la calidad literaria (García Viñó, 2006). Estas investigaciones centran su reprobación en los intereses económicos y políticos de esta empresa periodística en detrimento de la veracidad y honestidad, valores a los que debería ajustarse. No obstante, estas críticas conviven con medidas que ha tomado el periódico a lo largo de su trayectoria para asegurar la calidad, pluralidad y transparencia de la información que difunde. Fue un diario pionero en adoptar un Libro de Estilo en España (García, 2016, 5 de febrero), en crear la figura del Defensor del Lector (Gutiérrez del Álamo Llodra, 2015), que cuenta hoy con un blog propio, y en formar un Estatuto de Redacción y un Comité de Redacción encargado de regular las relaciones entre la redacción, el director del diario y el grupo mediático al que pertenece El País (El País, 1980, 21 de junio).

A pesar de que los ingresos no acompañen o parezcan no ser suficiente, no tanto por el propio diario en sí sino por la crisis generalizada que afecta al medio impreso y la incertidumbre en las estrategias de negocio en el ámbito digital que no consiguen revertir la bajada de ingresos del diario en papel, la repercusión del País como medio impreso se ha trasladado al espacio digital y se han sucedido transformaciones tanto de contenido como de estructura y en la rutina periodística. La creación de blogs (Sánchez Vigil, Marcos Recio y Olivera Zaldúa, 2010), los cambios en el diseño digital que son una constante y que se producen bajo la norma de ensayo y error y el desarrollo de nuevo lenguaje narrativo con la incorporación de vídeos, infográficos, mayor importancia de la fotografía etc. (Cea Esteruelas, 2014), el desarrollo de la hemeroteca digital (Guallar, 2012), el cambio de reglas en la participación de los lectores entre uno y otro soporte que han dado lugar a una mayor concisión, hostilidad y anonimato como características de la participación (Pastor Pérez, 2012), el valor periodístico que conceden los periodistas de la redacción de El País a la red social Twitter (Marta Lazo y García Idiakez, 2014) o como esta red y los motores de recomendación de noticias, *News Recommendation Engine's* (NRE's) en inglés, afectan la agenda setting del diario digital (Tous Rovirosa, Rivero Santamarina, Meso Ayerdi, Larrondo Ureta, 2015) o el funcionamiento de la perspectiva cultural y social a la hora de interpretar los cambios producidos (Luengo, 2014), son algunos análisis que se han realizado tras las mutaciones en el diario El País a raíz de la convergencia digital- en algunos casos también en comparación con los medios que forman parte de nuestra muestra-.

En esta investigación hemos optado por el diario El País como parte integrante de la muestra española por ser el diario informativo generalista con mayor difusión y lectores en España y por su posicionamiento ideológico que abarca, tradicionalmente, a un sector de la población, a pesar de la abstracción ideológica que se le atribuye recientemente desde algunos ámbitos, en contraposición con la línea editorial del siguiente medio, el diario ABC.

3.2.1.2 El ABC

El diario ABC es uno de los diarios más antiguos de España, fundado en 1903 cuenta con más de 100 años de historia. Desde 2010 su actual director es el gallego Bieito Rubido Ramonde. Al igual que El País, el ABC es un diario de información general con un periodicidad de publicación diaria que ofrece su contenido en la modalidad de pago a través de la edición en papel y la edición digitalizada del diario a la que se puede acceder desde varios soportes-al igual que El País se puede obtener tramite la plataforma ‘Kiosko y más’ y mediante la propia página web del diario con varias modalidades de pago que ofrece, además, junto con otras ofertas en actividades de ocio- y, al mismo tiempo, de forma gratuita mediante el contenido de libre acceso que publica en su página web y en sus otras plataformas digitales. El ABC cuenta con diversas ediciones territoriales de su diario impreso y en su página web con una edición nacional y otra para Sevilla. En este sentido, la edición sevillana del diario destaca por su gran relevancia y autonomía. Es destacable, en este sentido, que durante la guerra civil la edición sevillana y la madrileña optaran por bandos opuestos. La edición sevillana se posicionó a favor del bando nacional franquista y la edición madrileña fue partidaria de la república (Gabino Campos, 1999). Hoy en día, ABC Sevilla es una empresa con razón social propia e independiente del diario ABC de Madrid, aunque ambas pertenecen al mismo grupo editorial.

ABC pertenece actualmente al grupo Vocento creado tras la fusión en 2001 del grupo Correo y Prensa Española, grupo editorial al que pertenecía hasta entonces el diario ABC. El grupo Vocento, al igual que Prisa, engloba diversas empresas mediáticas. Vocento tiene participación, sobre todo, en diarios regionales o locales como El Correo en Vizcaya, La Voz de Cádiz o el diario Hoy de Extremadura y también en varios medios interactivos como infoempleo, la página inmobiliaria pisos.com etc. además de en revistas y empresas que distribuyen contenido audiovisual (Ymedia Vizeum, 2018). El diario ABC factura 60 millones de euros según la agencia Ymedia Vizeum (2018).

La media de tirada del diario ABC que recoge la OJD para el año 2017 es de 115.291 ejemplares entre los cuales la media total de difusión es de 79.892. La OJD, a diferencia de lo que sucede con El País, recoge también el promedio de circulación de la publicación digital del ABC, de pago, que cuenta en 2017 con una circulación de 7.211 ejemplares en la edición digital. El diario ABC cuenta con 437.000 lectores diarios según estimaciones de la AIMC para el periodo entre abril de 2017 y marzo de 2018. Es el séptimo periódico con más lectores diarios de España, por debajo de El País y La Vanguardia y por encima de El Periódico de Cataluña aunque con poca diferencia de lectores. En términos económicos, según recoge el propio diario ABC las ventas por ejemplares del periódico en 2017 caen respecto al año anterior mientras que los ingresos por publicidad se mantienen estables. Como el diario El País, el ABC apuesta por una reducción de costes para hacer frente a la disminución de ingresos. El ingreso bruto por explotación del diario, un indicador económico conocido por EBITDA, en sus

siglas en inglés, ha descendido un 5,6% respecto al 2016 pero, al mismo tiempo, el diario ABC consigue reducir sus gastos en un 5,5%. El ABC también destaca el aumento de su difusión ordinaria, suscripciones y ventas por cada número y no en bloque o a colectivos, en la comunidad de Madrid que atrae gran parte de la difusión total nacional (ABC, 2018a, 27 de febrero). Es muy característico del ABC la importancia que se concede al periódico en soporte en papel que según recoge el propio diario todavía supone el 86% de los ingresos totales (ABC, 2018b, 18 de abril). Como ya hemos visto en el caso de El País, los ajustes en los costes del diario ABC guardan relación con medidas de ajuste que pasan por la reducción de la plantilla a través de Expedientes de Regulación de Empleo (ERE) en 2009 (Público, 2009, 3 de marzo) y en 2017 (Cano, 2017b, 31 de octubre).

El ABC ha sido siempre un periódico conservador, dentro de los cánones de prensa que marcó la dictadura franquista y, después, durante la transición a la democracia y en la actualidad. Rodríguez Martínez, Tulloch y Guillamet Lloveras (2016) realizan una comparación del diario ABC y del diario catalán La Vanguardia, que presentaremos seguidamente, durante el franquismo y señalan que ambos compartían una concepción análoga del estado, los dos eran diarios monárquicos. Sin embargo, tras la muerte de Franco, en la transición y los años posteriores, los dos diarios tomaron caminos distintos. Mientras que el diario La Vanguardia aunque de forma moderada apostó por el cambio político de este periodo, el diario ABC se mantuvo en la línea del régimen que estaba desapareciendo: muestras de dolor tras la muerte de Franco, apoyo a la monarquía como continuación del régimen franquista y escepticismo y críticas a las primeras medidas adoptadas por el gobierno de Adolfo Suárez (2016:604-605). Para Humanes y Martínez Nicolás (2014-2015) el análisis de las publicaciones del diario ABC y de El País durante los primeros años de la década de los 80 demuestran que será durante estos años cuando se instaure en España “[...] las características básicas del periodismo político español: paralelismo político y dependencia del sistema político” (Humanes y Martínez Nicolás, 2014-2015:87). De esta forma, ABC y El País otorgaban prioridad a los espacios institucionales y a otros espacios fuera de las instituciones en función del gobierno del momento: Unión de Centro Democrático (UCD) y el Partido Socialista Obrero Español (PSOE).

En la actualidad, el diario ABC además de un diario conservador y monárquico, es también un diario católico que podríamos situar a la derecha en el espectro ideológico, tal y como se sitúan los lectores del diario, como concluye un análisis del perfil ideológico de los lectores de prensa llevado a cabo por MRI Universidad de Navarra, the Media, Reputation and Intangibles center (Pujol, 2015, 9 de diciembre). En el estudio de Pew Research Center (2018a), sin embargo, la ideología de los lectores del diario no es tan contundente. A pesar de que los participantes en el estudio sitúan al ABC muy propenso a la derecha ideológica donde le otorgan un 4,5 sobre 6-el valor extremo de la derecha en la escala-, los lectores habituales del diario se posicionan ideológicamente en un valor

cercano al centro ideológico, aunque algo más proclive a la derecha, con un 3,3 en la escala (Pew Research Center, 2018a).

Como en el caso del diario El País, el periódico ABC ha sido ampliamente cuestionado por el marcado carácter ideológico de sus informaciones, por citar solo algunos ejemplos., relativas a la cuestión vasca (López de Marutana Diéguez, 2007) o catalana (Ballesteros Herencia, 2015, Gili Ferré, 2017), sobre el tratamiento informativo dedicado a asuntos como las protestas en educación de las que se concluye la criminalización por parte del diario (Carratalá, 2013), la intencionalidad del periódico, también junto a El País, en la cobertura del hundimiento del barco Prestige en 2002 (Antolínez Merchán, 2007) o acerca de la cobertura sobre Latinoamérica (Igartua et al., 2004) y Venezuela, en particular (Urdeneta García, 2010), junto con otras cabeceras de la prensa española de las que se incluyen de nuestra muestra El País y La Vanguardia.

Como empresa periodística, a pesar de la importancia del soporte impreso para el diario, el ABC también ha sabido adaptarse a los cambios tecnológicos y en su apuesta por el entorno digital, ha introducido novedades de contenido y cambios en la relación con sus lectores como ya hemos visto también en el apartado de El País, con la apertura de blogs (Sánchez Vigil et al., 2010), la apuesta por la hemeroteca digital (Guallar, 2012), en una nueva definición de la participación de los lectores en el espacio digital (Pastor Pérez, 2012) o en la influencia que plataformas como Twitter y otras herramientas pueden tener en el contenido que publica el diario (Tous Rovirosa et al., 2015). En lo que respecta al proceso de producción y las rutinas periodísticas, según la empresa Protecmedia dedicada a prestar servicios de optimización a empresas periodísticas, el diario ABC ha integrado su redacción digital y de papel y ha logrado dotar a su redacción de autonomía para controlar todos los procesos de producción y publicación de contenido (Protecmedia, 2018).

Por nuestra parte, hemos decidido incluir el diario ABC en la muestra de la investigación por su marcada línea editorial respecto al tratamiento informativo que realiza sobre diversas cuestiones y por situarse, tradicionalmente, en el extremo ideológico del diario El País. También por contar con una larga trayectoria y por un número significativo de lectores en el país, por lo que viene a ocupar, de esa forma, el horizonte ideológico de un sector de la población.

3.2.1.3 La Vanguardia

El diario La Vanguardia es el diario con mayor solera de los que componen nuestra muestra y uno de los decanos de la prensa en España. Fundado en 1881 en Barcelona por la familia Godó, nombre también del conglomerado mediático del que forma parte el diario, es un diario de información general que pese a editarse en Barcelona y centrar su atención en Cataluña, sin ser un diario de alcance completamente nacional tampoco es un diario regional al uso, ya que también realiza una amplia cobertura de los asuntos nacionales. De hecho, como recogen recientemente algunas informaciones el diario está

fortaleciendo su redacción de Madrid con tal de ampliar la difusión de noticias de ámbito nacional (Cano, 2018, 20 de marzo). El actual director de La Vanguardia es Màrius Carol. La Vanguardia se asemeja en cuanto a distribución de su contenido a El País y el diario ABC. Distribuye su edición impresa y la edición impresa digitalizada en modalidad de pago a través de su página web-junto con otras actividades y servicios como incentivos de la suscripción- y mediante la plataforma 'Kiosko y más' y ofrece contenido abierto y gratuito a través de su página web y otras plataformas del diario. Sin embargo, a diferencia de los otros dos diarios, La Vanguardia restringe parte de su contenido publicado en la web para lectura exclusiva de sus suscriptores. El diario cuenta con una edición en castellano y otra en catalán, tanto del diario en soporte impreso, en catalán solo a partir de 2011 (Camps, 2016, 16 de mayo), como en digital a través de su página web.

La Vanguardia pertenece, como ya hemos dicho, al grupo mediático de comunicación catalán Godó que cuenta también con participación en diarios deportivos editados en Cataluña como El Mundo Deportivo, cadenas de televisión locales como BTV de Barcelona, canales de radio como RAC1, medios interactivos, una empresa de producción audiovisual y una agencia de publicidad. También tiene un 18% de participación en las cadenas de radio, Cadena Ser y los 40, ambas del Grupo Prisa al que pertenece el diario El País (Ymedia Vizeum, 2018). El periódico La Vanguardia factura 98 millones de euros tal y como recoge el Mapa de Medios de la agencia Ymedia Vizeum en 2018, por tanto, una facturación superior a la del diario ABC.

La Vanguardia es el cuarto diario de pago con mayor tirada y difusión en 2017 después de El País y los dos diarios deportivos Marca y As. Tiene una tirada media de 132.766 ejemplares y una difusión de 105.813 según la OJD. La Vanguardia es el quinto diario de el país que concentra mayor número de lectores, 437.000 según estimaciones de la AIMC entre abril de 2017 y marzo de 2018. Supera al diario ABC en número de lectores y es el diario de carácter regional, aunque de distribución y alcance nacional, más leído en el país durante este periodo. Su página web también consigue captar a un elevado número de lectores y según recoge el grupo Godó es el tercer diario digital, por detrás del diario digital de El Mundo y El País, más leído en España, por encima del diario digital del ABC. La audiencia de su página web es, además, la que más crece (Grupo Godó, 2018). Los ingresos que acumula el diario han tenido altibajos los últimos años. Por un lado, acababan el año 2015 con ganancias y el año 2016 con pérdidas (A.G.Z., 2017, 19 de julio). Durante 2017 los ingresos por publicidad aumentaban un 8%, una tendencia contraria a la que han experimentado otros medios del sector y que algunos achacan a la postura mantenida por el medio durante el proceso soberanista catalán (Cano, 2017c, 10 de septiembre). No obstante, La Vanguardia también ha implementado ajustes de sus costes y en 2018 aprueba un convenio colectivo que prevé reducciones salariales de sus trabajadores (A.G.Z., 2018, 9 de febrero).

La Vanguardia es, quizá, el diario con mayor nivel de adaptación a los procesos políticos ocurridos en el país. Nació como un diario partidista del Partido Liberal de Barcelona para más tarde independizarse de dicho partido y, al inicio de la guerra civil española, quedó en manos del gobierno de la Generalitat, primero, y del gobierno de La República, después (La Vanguardia, 2006, 9 de octubre). Durante el régimen franquista se mantuvo con una línea editorial moderada y conservadora. Lo adelantábamos en la presentación del diario ABC que La Vanguardia, reconvertida en La Vanguardia española durante el franquismo, volvió a reconfigurar su posicionamiento ideológico durante la transición a la democracia apostando por los cambios políticos en el país (Rodríguez Martínez et al., 2016): “El diario apoyará desde sus páginas el cambio democrático, la instauración de la monarquía y el restablecimiento del autogobierno para Cataluña” (La Vanguardia, 2006, 9 de octubre).

En la actualidad continúa siendo un diario conservador y, también, catalanista. Recientemente, sobre el proceso independentista catalán, el director del diario se pronunciaba a favor del diálogo y las negociaciones entre el gobierno central y catalán y en contra de la judicialización que se está llevando a cabo del proceso (Carol, 2017, 26 de junio). La Vanguardia es para la mayoría de lectores que se posicionan en la derecha ideológica un diario de derechas, así lo sostienen un 48% de lectores de derechas. Para aquellos lectores que se sitúan a la izquierda, un 39% de lectores considera que es un medio que se sitúa al centro del espectro ideológico, aunque muy de cerca, un 37% de lectores de izquierdas también considera que es un diario de derechas. Sin embargo, cuando observamos la posición ideológica con la que se identifican sus lectores habituales en una escala del 0 al 6 donde el 0 supone el extremo del posicionamiento de izquierdas y el 6 el extremo del posicionamiento de derechas, los lectores de La Vanguardia se posicionan cerca del centro de la escala, con un 2,8, por tanto, con una pequeña inclinación hacia la izquierda. Estos son los resultados sobre La Vanguardia del estudio de Pew Research Center (2018a).

Castro Sanz (2003) en su tesis doctoral sobre la reconversión tecnológica en La Vanguardia considera que la innovación tecnológica ha supuesto un factor necesario para la viabilidad del periódico, aunque no es suficiente como elemento explicativo. El autor concluye que La Vanguardia ha podido mantener su posición a través de la correlación entre el lugar que ocupaba en el mercado previo a la revolución tecnológica, sus ingresos publicitarios, una discreta disminución de la plantilla, el desarrollo de las estructuras organizativas del diario, la ruptura con la impresión industrial para terceros y, finalmente, gracias a una estrategia prudente hacia el cambio de forma y contenidos que aunque retrasaron su apuesta por la innovación respecto a sus competidores, evitó la apropiación por parte del diario de estrategias fallidas (2003, 681-683). Recuperando uno de los elementos tratados en el apartado referente a la prensa española, véase apartado 3.2.1, sobre los principios editoriales (Iglesias y Blanco Leal, 2004) y la necesidad de que estos sean operativos en todos los procesos de la empresa

periodística, Mas y Lacasa Mas (2015) tras una encuesta a usuarios de La Vanguardia sostienen que los principios editoriales no son suficientemente visibles en el diario. El estudio revela que, a pesar de la buena reputación del diario, los lectores no consideran la identidad y el objetivo de la empresa como uno de los elementos más reconocidos del periódico. Un resultado que para los autores se traduce en que La Vanguardia como marca no aporta a sus lectores un valor diferencial y que, por tanto, la fidelidad puede no estar garantizada en el futuro.

Se incluye el diario La Vanguardia en la muestra de esta investigación de manera que, solo en el caso español por cercanía de la investigadora con el contexto que se pretende estudiar y por los límites de la investigación que impiden hacer lo mismo en el resto de contextos para no dilatar la muestra, pudiéramos también observar el tratamiento informativo de la prensa de carácter regional, aunque en el caso de la Vanguardia con marcado alcance en todo el país. Se incluye, por tanto, este diario como referente de la prensa de ámbito catalán, mediterráneo, y su amplia difusión también en el resto del estado español y por su postura conservadora en contraste con el diario, también catalán, que presentamos a continuación.

3.2.1.4 El Periódico de Catalunya

El Periódico de Catalunya es, junto con El País, una de las grandes cabeceras que surgió en la transición a la democracia española. Su primer ejemplar se publicó en 1978, tras el éxito que cosechó la revista *Interviú* del mismo grupo editorial, grupo Zeta (Rivasés y S. Palomares, s.f)⁶⁵. El Periódico de Catalunya, cuyo nombre corto el Periódico se ha extendido como forma de nombrar al diario, es un periódico de información general editado en Cataluña y dirigido desde 2010 por Enric Hernández. El Periódico ofrece la posibilidad de acceder a sus contenidos online de forma gratuita a través de su página web y entornos digitales relacionados y, por otro lado, en su modalidad de pago se puede adquirir la edición impresa del diario, y a través de su página web la edición impresa digital a la que se puede acceder desde múltiples plataformas-la suscripción viene acompañada de ofertas y descuentos en actividades de ocio y culturales-. Está presente, en la plataforma 'Kiosko y más, como el resto de diarios que componen la muestra española,' y en la plataforma análoga 'Orbyt'. En la modalidad de pago, como La Vanguardia, este diario, ofrece, además, a sus suscriptores la posibilidad de acceder a contenido premium online que no está disponible para todo el público de forma gratuita. En el caso de El Periódico de Catalunya esta ventaja se basa en la estrategia *web first* que consiste en volcar la mayor parte del contenido que se publicará en la edición impresa del diario, primero en la web para que los suscriptores puedan acceder en primicia a este contenido. De igual forma, para el lector no suscriptor, pero sí registrado en la web del diario, El Periódico ofrece acceso gratuito a un máximo de 30 artículos y noticias al mes publicadas bajo esta modalidad (Puig, 2014, 15 de noviembre).

⁶⁵ Véase: <http://www.grupozeta.es/nuestra-historia> Consultado el 05/06/2018

El Periódico de Catalunya es un diario primordialmente de ámbito catalán a pesar de la deriva reciente hacia la información de ámbito nacional, al igual que ocurre con La Vanguardia, como apuntan algunas informaciones (Cano, 2018, 20 de marzo). Cabe recordar que, en sus inicios, El Periódico publicaba una edición para Barcelona y otra edición en Madrid. Los obstáculos tecnológicos de entonces, sin embargo, impidieron que la edición madrileña saliera adelante (Rivasés y S. Palomares, s.f). Actualmente, publica una edición impresa en castellano y otra en catalán y en su página web cuenta con dos ediciones, la edición de Cataluña, centrada en informaciones sobre la región, y la edición global. Ambas ediciones se pueden consultar en castellano y en catalán.

Este periódico pertenece, como adelantábamos, al Grupo Zeta, aunque en la actualidad no al 100% como en el caso del resto de diarios en relación al grupo mediático al que pertenecen. El Grupo Zeta tiene una participación del 86% en el diario, el resto de participaciones pertenecen a la familia Lara, del grupo Planeta, al propio Antonio Asensio a título personal, fundador del Grupo Zeta, y al empresario mexicano Domingo Muguirra, como se indica en el diario La Vanguardia (2015, 13 de noviembre). El Grupo Zeta se caracteriza por agrupar dentro de este grupo mediático diarios regionales como Diario Córdoba o Diario Extremadura, otras publicaciones especializadas y una agencia de publicidad (Ymedia Vizeum, 2018). El Periódico de Catalunya tiene una facturación de 60 millones como publica la agencia Ymedia Vizeum (2018).

La OJD estima que en el año 2017 El Periódico de Catalunya tuvo un promedio de tirada de 95.689 copias y una difusión media de 72.787. En base a los datos que proporciona la AIMC para el periodo comprendido entre abril de 2017 y marzo de 2018, El Periódico de Catalunya cuenta con 416.000 lectores diarios. Es el octavo diario más leído en el país, el tercero de carácter regional, después de La Vanguardia y La Voz de Galicia, con mayor número de lectores y es el que agrupa el menor número de lectores de los cuatro diarios que componen nuestra muestra. La tendencia respecto a los ingresos por publicidad de El Periódico sigue la línea de los demás diarios estudiados. Caen los ingresos por publicidad en soporte en papel y aumentan los ingresos por publicidad en la edición digital. En el caso de El Periódico en 2017 los ingresos en el entorno digital con una subida del 16,8% superan la caída en papel del 12,5% (Cano, 2018, 20 de marzo). No obstante, al igual que el resto de diarios españoles que hemos presentado, los ajustes en los costes han llevado al grupo mediático a reducir la plantilla del periódico en 2018 a través de un ERE (La Vanguardia, 2018, 22 de enero). Por otro lado, en abril de 2018 La Vanguardia y El Periódico de Catalunya comenzaban negociaciones con la intención de imprimir ambos diarios en las rotativas del grupo Godó (CatalunyaPress, 2018, 16 de abril), un acuerdo aun sin confirmar en el momento de escribir estas líneas. Otra información publicada también en abril de 2018 apunta a la compra del diario por parte del grupo Vocento, propietario del diario ABC (Surroca, 2018, 9 de abril).

La línea editorial de El Periódico de Catalunya se ha situado tradicionalmente a la izquierda del espectro ideológico de su principal competidor, el diario La Vanguardia,

generalmente más conservador. En relación con su posicionamiento sobre el proceso soberanista catalán, a juicio de las editoriales sobre el asunto publicadas por el diario, ha mantenido una postura más crítica con el independentismo. Al tiempo que sitúa el origen del conflicto en el inmovilismo del gobierno central y condena la represión policial ocurrida durante la celebración del referéndum del 1 de octubre de 2017 en Cataluña, cuestiona la legitimidad y las acciones del gobierno catalán durante el proceso (el Periódico, 2017a, 4 de octubre, 2017b, 9 de octubre, 2018, 2 de junio).

El Periódico ha sido uno de los diarios pioneros en España en valerse de la reconversión tecnológica. Desde su nacimiento, gracias a su moderno diseño en papel (Rivasés y S. Palomares, s.f) y, más adelante, en 1994 fue el primer diario en volcar contenido a la red y el primero en 1995 en abrir una página web (Gordillo, 2014, 15 de noviembre). El mismo año incorporó otra novedad tecnológica conocida como 'NewsPad', una forma de acceder al diario de forma multimedia en un soporte electrónico similar a las tabletas electrónicas, pero antes del uso masivo de estas, y también es conocida su estrategia de insertar códigos QR en el diario (José Moya y Gràcia, s.f.; Gordillo, 2014). En la actualidad, ya hemos visto la importancia que concede el diario al contenido en soporte digital en base a la filosofía *web first* (Puig, 2014).

Se apuesta por la inclusión en la muestra de esta investigación de el Periódico de Catalunya como un referente de la prensa catalana cuya incorporación atiende al deseo de reflejar, solo en el caso español por los límites de la investigación, la cobertura que realiza la prensa enraizada en un entorno de proximidad. Unas razones expuestas también en el apartado anterior. Se opta por El Periódico de Catalunya, en concreto, por ser el segundo diario generalista catalán con mayor número de lectores y por diferir en su orientación editorial con el diario generalista catalán de mayor difusión, La Vanguardia.

3.2.2 La prensa en Italia

El sistema mediático en Italia, como país euromediterráneo, se reconoce como un sistema donde prevalece la diversidad de medios acordes con los diferentes partidos políticos y un rol del estado a medio camino entre el intervencionismo del estado y el liberalismo, acorde a las aportaciones de Hallin y Mancini (2004) y, más tarde, de Blum (2005). Más allá de estas generalizaciones, las diferencias entre países sitúan la prensa italiana entre el modelo español marcado por la descentralización y el francés caracterizado por la defensa del pluralismo y las libertades ciudadanas, como recogen Sanmartí Roset, Aguado Guadalupe y Magallón Rosa (2009:74). Las mismas autoras destacan, además, dos particularidades de la prensa en Italia: las diferencias existentes entre el Norte y Sur del territorio italiano en cuanto al número de lectores y número y compra de diarios- unos valores que son más altos en las regiones del Norte del país y disminuyen en las regiones centrales y, sobre todo, al Sur del país donde se registran los valores más bajos (FIEG, 2014:4)- y, por otro lado, un amplio abanico de cabeceras

territoriales para cubrir las informaciones regionales (Sanmartí Roset, Aguado Guadalupe y Magallón Rosa, 2009:74). El informe 'Digital News Report 2017' que elabora anualmente el Instituto Reuters de la Universidad de Oxford en su apartado sobre Italia sostiene que el panorama de la prensa en Italia se basa en periódicos de calidad comercialmente débiles que se dirigen a una tipología de lector de élite y políticamente delimitado (Cornia, 2017:78). Ciertamente, el mismo autor en una publicación del 2014 afirma que el periodismo político en Italia está muy influenciado por una cultura política altamente competitiva y polarizada que ha tendido a radicalizarse y que ha afectado en ese mismo sentido al periodismo político del país (Cornia, 2014). En cualquier caso, el intervencionismo del estado en la prensa del país, como afirman Sileoni y Vigevani (2016), se produce desde 1981 a través de fondos directos e indirectos a la prensa, y a otros medios, que se han ido reduciendo a lo largo del tiempo. En 2016, la ley 198/206 que aprueba un fondo para el pluralismo en la información e innovación asienta nuevos criterios, más equitativos, para el reparto de fondos a los medios. Elimina los fondos a los medios de los partidos políticos, sindicatos etc. y se espera que estos fondos beneficien, sobre todo, a diarios y otros medios locales que no tengan ningún otro interés en otro ámbito comercial y que estén afectados por la crisis del sector (Sileoni y Vigevani, 2016; Brogi, 2016).

El informe de 2017 de la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA) (2017b) con datos de 2016 estima que se ha reducido la circulación de diarios en Italia algo más de un 38% en comparación con la circulación media de diarios en el año 2012. En 2016 la media de circulación es de 59, superior a España, pero inferior a este país en cuanto al número de ejemplares por cada 1000 habitantes, de media cerca de los 2 ejemplares en Italia. El gasto de publicidad en prensa se ha reducido cerca de los 400 millones de dólares desde 2012 hasta 2016 como señala el informe 2017 de WAN-IFRA) (2017b:68-80). Como recoge una publicación de 2017 elaborada por la Associazione stampatori italiana Giornali (ASIG) sobre el mercado de los diarios en Italia durante los años 2015 y 2016 la difusión de los diarios en papel en el país cayó cerca del 20% y sufrió un descenso similar la difusión de los diarios y las ediciones digitales aunque en este caso, el descenso podría ser todavía mayor, como señala el informe, debido a la suscripción a estos ejemplares digitales por parte de grandes empresas (ASIG, 2017:13). Como apunta Audipress (2018a) casi el 60% de los ejemplares que leen los lectores provienen de fuentes no de pago como del préstamo del ejemplar por parte de otro usuario, de los ejemplares que se encuentran los usuarios y por otras vías. Un 37,5% de los ejemplares son adquiridos previo pago por el lector o sus familiares y la suscripción representa un 3,7%. Por tanto, poco más del 40% de la lectura que se realiza de los diarios proviene de una fuente más o menos directa de pago.

En el ámbito digital, como recoge el informe de 2017 del Instituto Reuters, en Italia solo el 12% de los lectores paga por recibir información online (Cornia, 2017:78). No obstante, entre los lectores que pagan y las cabeceras que adquieren, ya sea de ediciones

impresas o digitales, se crea una fuerte unión que da lugar a la centralidad del lector, a un sentimiento de pertenencia, identidad y fiabilidad y reconocimiento del medio por parte de los lectores y unos hábitos de lectura más consolidados, según un estudio con lectores de diarios de pago en Italia de Audipress y Episteme (2017). Una relación que se afianza gracias a que a los valores atribuidos al medio impreso (intervención sensorial, posesión, comodidad postural etc.) se le añade la oportunidad multicanal del entorno digital (Audipress y Episteme, 2017).

La publicidad en la prensa italiana si atendemos a la evolución que ha tenido a lo largo de los años registra valores muy negativos. El informe de ASIG de 2017 estima una caída en la publicidad de la prensa del 54% entre el año 2010 y 2016, pasando de ocupar una cuota en el mercado publicitario mediático del 18% al 26% en 2016 (ASIG, 2017:18-19). En el periodo de un año, entre abril de 2017 y 2018, la Federazione Concessionarie Pubblicità (FCP), encargada de medir la inserción de la publicidad en la prensa italiana, estimaba la caída de la publicidad respecto al total facturado en un 7,7% en los diarios comerciales de difusión nacional. El estudio de 2014 de la Federazione Italiana Editori Giornali (FIEG) sobre la prensa en Italia confirma esta caída y señala que a pesar de que se ha registrado un caída también en la difusión de los periódicos en Italia, la disminución de la publicidad ha sido mayor hasta el punto que si en 2006 los ingresos por la venta representan el 74% del total facturado estos llegan en 2013 hasta el 83% a raíz de la caída de la publicidad que pasa de representar el 25% del total de facturación en 2006 al casi 17% en 2013 (FIEG, 2014:3). Cae la publicidad en el medio impreso y aumenta en el digital, una tendencia que se observa en todos los contextos estudiados, a pesar de que, en 2013, como indica FIEG, en Italia la publicidad digital solo representa el 6,4% del total de facturación de los diarios, aunque el pronóstico es de aumento en los años posteriores al estudio (2014:7).

Respecto a esta caída en los ingresos por publicidad, recuperamos el informe de ASIG donde se concluye que la viabilidad de la prensa no debería fundamentarse exclusivamente en su sostenibilidad en el mercado teniendo en cuenta el interés público que está en juego a la hora de recibir información de calidad y verificada y ante el riesgo que suponen los bulos, *fake news*, y las campañas de desinformación que a menudo se difunden por las redes sociales (ASIG, 2017:21). Por ello, la asociación italiana de editores de periódicos sostiene que las sinergias y alianzas productivas entre empresas del sector y la capacidad de reunir las cabeceras en grandes grupos mediáticos son estrategias necesarias para la prensa italiana (ASIG, 2017:28), tal y como ha ocurrido, como hemos visto, con los ejemplos de la prensa en España.

Brüggemann et al. (2016) en un análisis comparativo entre diversos países de la UE sobre los discursos que emergen sobre la crisis de la prensa en cada país, consideran que en Italia, también en Francia, el discurso predominante entre los propios editores es el de una crisis ya pronunciada del sector de la que hacen responsable al estado por una política sobre medios que no regula la posición dominante de las emisoras de televisión

en el mercado publicitario⁶⁶ y, por tanto, que va en detrimento de los periódicos. Esta mala práctica o innación por parte del estado es, para los editores italianos, el principal motivo por el que se ha frenado la innovación en el sector que ha prolongado la crisis, aunque también reconocen que se está extendiendo en estos países, como parte del paradigma internacional, la idea de que la búsqueda de soluciones está en el mercado y no tanto en la labor del estado. Una idea central en los discursos dominantes en el resto de países estudiados para este análisis: Reino Unido, Finlandia, Alemania y EE. UU.. La consultora PwC (2017b) pronostica de cara al año 2021 que los ingresos de los periódicos en Italia sufrirán pérdidas, pero de un valor muy reducido, tan solo del-0,3%. A esta pérdida relativa contribuirán positivamente los ingresos por el contenido online y el aumento del precio de los ejemplares. Eso sí, el sector, predicen, estará cada vez más unificado y será, por tanto, más pequeño y menos plural (PwC, 2017b:12).

Audipress daba a conocer en mayo de 2018 datos sobre la penetración de la prensa en Italia. En base a estos datos, más de 16 millones de italianos habían leído, al menos, un periódico de periodicidad diaria, en soporte digital o en papel, al día. Esta cifra supone algo más del 31% de la población mayor de 14 años. La disminución de lectores a lo largo de los últimos años es visible en comparación con los datos de 2014 cuando la estimación era de más de 19 millones de lectores. Por características sociodemográficas, la diferencia entre hombres y mujeres en cuanto a lectores de diarios es mayor de 20 puntos. Casi un 63% de los lectores son hombres frente al 37% de las mujeres. Son las personas de 55 años o más el grupo etario que más diarios lee, representan el 42% de los lectores totales, y los jóvenes entre 14 y 34 años los que menos, suponen el 20% del total de lectores. Entre medio, las personas entre 35 y 54 años representan el 37% de los lectores de diarios. Por estudios alcanzados, la mayoría de lectores, un 40%, ostenta un diploma profesional, no universitario, medio o superior, aunque un 32% tiene una titulación inferior y un 8% no tiene formación o un nivel educativo elemental. Las personas con un título universitario representan cerca del 19% de los lectores de diarios (Audipress, 2018a).

Por ámbito geográfico, como ya apuntaban Sanmartí Roset, Aguado Guadalupe y Magallón Rosa (2009) y el FIEG (2014), las regiones septentrionales en Italia son las que más lectores congregan mientras que las regiones del sudoste italiano reúnen menos del 25% de lectores, a excepción de Cerdeña, cuyo índice de lectura de diarios es superior. Entre las diferentes profesiones, aquellas personas que ostentan un trabajo de más alto rango, como los directivos, los emprendedores o los profesionales liberales suponen la mitad del total de lectores. Los estudiantes, empleados del hogar y pensionistas se encuentran entre los que menos diarios leen, suponen un 26% del total de lectores (Audipress, 2018a). Si comparamos estos datos con las características sociodemográficas que presentan los lectores de diarios en España, se observan

⁶⁶ Como recoge el informe del FIEG (2014:6) en Italia la televisión ocupa más de la mitad de la cuota de mercado publicitario, algo que no ocurre en el resto de países de economía avanzada.

circunstancias muy parecidas con una diferencia en cuanto al nivel educativo del perfil de lectores en España con mayor tendencia que en Italia a ostentar un título universitario. La frecuencia de lectura de diarios entre los lectores italianos es casi un 70% alta, es decir, los italianos leen diarios entre 4 y 7 días a la semana (Audipress, 2018a). Por contrastar estos datos con los que aporta el ISTAT en 2017, el instituto estadístico italiano, con datos de 2016 el organismo calcula que cerca del 44% de la población lee periódicos, al menos, una vez a la semana. Un dato que no difiere del proporcionado por Audipress en tanto la frecuencia de lectores calculada por este último es menor, diaria, a la utilizada por el ISTAT. Con respecto a los perfiles sociodemográficos, el ISTAT coincide con Audipress en que el perfil mayoritario de los lectores se configura preferentemente en torno a hombres, entre 60 y 64 años y que viven en las regiones del norte del país (ISTAT, 2017b:358-359).

La legislación vigente en cuanto al funcionamiento de la prensa en Italia comienza tras la caída de Mussolini en 1943 cuando entra en vigor en 1948 la Constitución italiana que ya contempla la libertad de prensa (Sanmartí Roset, Aguado Guadalupe y Magallón Rosa (2010b:131). Ese mismo año aparece también la ley de prensa italiana, válida en la actualidad con diversas modificaciones, que recoge los requisitos que han de cumplir los diarios impresos y establece las penas por calumnias, la responsabilidad civil de los directores de las publicaciones y demás cuestiones. Posteriormente, han entrado en vigor leyes que regulan la inscripción de los periodistas en un registro para poder ejercer la profesión y la que regulaba la obligatoriedad de las publicaciones a inscribirse en un registro nacional de prensa (2010b:135-136). Recientemente, en 2016 se aprueba un decreto legislativo sobre transparencia que regula el derecho al acceso de documentos públicos por parte de todos los ciudadanos, conocido por el FOIA (Freedom of Information Act) italiano, una medida que es bien recibida por los defensores de la libertad de los medios (The Freedom House, 2017c).

Tiempo después, a finales del 2017, se hacía efectiva la ley sobre las intervenciones telefónicas que prohíbe hacer públicas las grabaciones telefónicas, ni sus transcripciones, que no sean penalmente relevantes. Esta disposición, por su parte, no ha sido bien acogida por los periodistas italianos y como recoge un artículo publicado en el periódico italiano La Stampa desde el sindicato de periodistas Federazione Nazionale Stampa Italiana (FNSP) consideran que el hecho de que una grabación no sea relevante penalmente no comporta que no sea relevante para el interés público y critican que el ciudadano no esté en disposición de conocerla (Grignetti, 2017, 30 de diciembre). En el aspecto económico y sobre la concentración de medios, como recuerda The Freedom House (2017c), por ley ningún teleoperador o grupo de radiodifusión puede copar más del 20% de las cadenas de televisión y de radio ni tampoco más del 20% de total de ingresos del sector mediático, sin embargo, la sinergia entre estas cadenas y el medio impreso está permitido desde 2012.

Tanto el plano normativo italiano como la naturaleza partidista de la prensa, y de los medios italianos en general, se denuncian en el informe 2017 de RSF en el que respecto a Italia se destaca la coacción de los políticos a periodistas, hecho que ha supuesto un aumento de la autocensura en el país. Del plano normativo se subraya la legislación sobre difamación a representantes públicos que contempla penas de cárcel de hasta nueve años. Por otra parte, otra de las cuestiones resaltadas por el informe son las presiones por parte de la mafia y otras organizaciones delictivas que provocan que muchos periodistas, alrededor de los 200 en el año 2017 estima RSF, tengan que ejercer su profesión con protección policial (RSF, 2017b). Recordamos que Italia ocupa en la clasificación de 2018 sobre la libertad de prensa en el mundo elaborada por RSF el puesto 46, 16 posiciones por debajo de España (RSF, 2018a).

También se sitúa por debajo que España en la evaluación de The Freedom House sobre la libertad de prensa en 2017 que clasifica el estatus de libertad de prensa del país como parcialmente libre, obteniendo 31 puntos sobre 100- el extremo de la falta de libertad. Respecto a la libertad de prensa, el entorno legal es el peor valorado, seguido del político y, finalmente, el más favorable, el económico. Del entorno legal si bien es cierto que se aplaude la ley sobre transparencia citada previamente, aunque con matices con respecto a las excepciones que introduce, se señalan, por otra parte, otros casos donde la legislación sobre difamación ha resultado excesiva. Del aspecto legal también se destaca la concentración de sector mediático en Italia y la circunstancia de que parte de los miembros del principal organismo regulador que debe velar por la competencia y la pluralidad en los medios, la Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), sean fruto de la política partidista, al ser designados por el gobierno y las dos cámaras representativas. En el ámbito político, The Freedom House subraya los mismos dos aspectos que recoge RSF sobre Italia, la presión sobre los periodistas por parte de los políticos sobre la que The Freedom House añade el conflicto de intereses cuando la propiedad de los medios está a manos de los políticos, como claro ejemplo el del antiguo primer ministro Silvio Berlusconi y el grupo mediático de su propiedad Mediaset, y los ataques a periodistas por parte del crimen organizado y otros grupos de presión (The Freedom House, 2017c).

El informe sobre el pluralismo mediático en Italia elaborado por el Centre for Media Pluralism and Media Freedom del European University Institute (EUI) (Brogi, 2016), que también contemplamos en el apartado sobre la prensa en España (Masip, Ruiz, Suau, García Castillejo, 2016), señala algunas de las fortalezas y debilidades encontradas tras su análisis del estado del pluralismo en los medios de comunicación del país. Ensalza, por un lado, que el avance tecnológico ha impulsado la pluralidad en el mercado y destaca las dos medidas, ya citadas, que permitirán crear un ambiente más favorable para el periodismo: la ley 198/2006 que aprueba un fondo para el pluralismo en la información e innovación (Sileoni y Vigevani, 2016) y el FOIA, Freedom of Information Act, italiano (The Freedom House, 2017c). Como elementos negativos, el estudio

advierte sobre la pérdida de profesionalidad y las deterioradas condiciones laborales de los periodistas y acerca de la concentración de la propiedad de los medios que puede hacer peligrar el pluralismo mediático en el país. Pone especial énfasis, finalmente, en la importancia de desarrollar programas de alfabetización digital a raíz de las limitadas habilidades digitales observadas por el estudio y la falta de un entendimiento crítico por parte de la audiencia (Brogi, 2016).

3.2.2.1 Il Corriere della Sera

Il Corriere della Sera, fundado en 1876, es un diario de información general italiano de una periodicidad diaria que, por su larga trayectoria y relevancia durante todos los periodos, también por su amplia difusión y posición en el mercado, así como por ser uno de los referentes del debate público que avivan los medios y, en especial, del periodismo político, es considerado uno de los diarios italianos más importantes del país. Su actual director desde el año 2015 es Luciano Fontana. Il Corriere della Sera ofrece contenido a sus lectores en múltiples formas, modalidades y soportes. De forma gratuita, pone a disposición contenido en abierto a través de su página web y otros entornos digitales relacionados como redes sociales etc. y amplía su oferta en la modalidad de pago. Además del diario en soporte impreso, se puede adquirir la edición digital del diario a la que se puede acceder desde varias plataformas y entornos y ofrece también una modalidad de suscripción a través de la cual se accede a contenido online en exclusiva y a primera hora de la mañana, una variante del *web first* que veíamos en el caso de El Periódico de Catalunya. Todo ello se ofrece mediante diversas modalidades de pago y junto con otras ventajas y descuentos en otros productos y servicios. Il Corriere della Sera, es un diario de difusión nacional, editado en Milán, aunque concede especial importancia a las ediciones regionales, tanto que además de publicar en papel las ediciones regionales del diario, en su página ofrece también espacios clasificados por regiones donde presenta contenido diferenciado de cada lugar. Como elemento adicional al diario, el periódico ha creado CorriereTV. Un espacio que recoge vídeos, con contenido propio o ajeno, sobre muy variadas temáticas. Algo similar a lo que ofrecen también otros diarios, como el español El País, por ejemplo, que emite entrevistas que se producen en la redacción del diario o vídeos en directo de comparencias a través de las redes sociales etc. En el caso de Il Corriere della Sera, además, el diario produce su propia webserie titulada 'Una Mamma imperfetta' disponible a través de CorriereTV, un espacio que está enlazado a la página web del diario. Por tanto, una apuesta más allá del contenido puramente informativo que ofrecen la mayor parte de diarios.

Il Corriere della Sera ha contado con numerosos propietarios desde su creación. Actualmente, pertenece al grupo mediático RCS MediaGroup que es propietario a su vez del diario deportivo La Gazzetta dello Sport, revistas, cadenas de televisión y radio, una editorial, varias agencias publicitarias y patrocina eventos de diversa índole como el deportivo 'Il Giro d'Italia' (RCS MediaGroup, 2017). Un grupo con gran volumen de negocio que está presente también en otros países y, sobre todo, tiene una gran

presencia en España. Al igual que ocurre con la prensa española y, como venimos diciendo, como parte de una tendencia mundial de concentración de la propiedad de los medios para hacer frente a la crisis del sector, se han producido importantes sinergias entre varios periódicos del sector en Italia y también a nivel transnacional. El grupo RCS Media Group, grupo al que pertenece Il Corriere, es a la vez el mayor accionista del grupo español Unidad Editorial, uno de los grandes grupos mediáticos de España, que edita, entre otros, el periódico El Mundo, el diario Marca o el periódico económico Expansión.

Il Corriere della Sera es el diario italiano de mayor tirada y difusión media del país, por encima de cualquier otro diario generalista o deportivo y el único que de media suele superar los 300.000 ejemplares de tirada y las 200.000 copias de difusión y ventas. Según los datos que proporciona la Accertamenti Diffusione Stampa (ADS), organización que certifica los datos sobre tirada y difusión de la prensa italiana, en abril de 2018 la tirada media de Il Corriere della Sera era de 310.832 ejemplares, la difusión media, teniendo en cuenta la difusión en Italia y en el exterior, de 219.875 y el total de ventas de 212.070 copias. Si a estas cifras que corresponden al soporte en papel, le añadimos la difusión y las ventas también en soporte digital, la difusión aumenta hasta las 290.980 copias y las ventas totales a 249.640 ejemplares vendidos. Por tanto, las ventas por la edición digital suponen de media unos 37.500 ejemplares (ADS, 2018). Una cifra reducida en comparación con las cifras sobre las ventas del diario en papel. En cuanto al número de lectores del diario, Audipress estima que en el tercer trimestre de 2017 Il Corriere della Sera, sumados los lectores en soporte en papel y en digital, tenía cerca de 2.100.000 lectores diarios. Por soporte, el diario en papel cuenta con 1.961.000 y la edición digital con 140.000 lectores diarios de media (Audipress, 2018b).

Según recoge el estudio 'Digital News Project' de 2016 del Instituto Reuters (Cornia, Sehl y Kleis Nielsen, 2016) en el que se compara el sector privado de los medios en Europa en relación con la información digital, en el plano digital Il Corriere della Sera recibe alrededor de tres cuartas partes de sus ingresos a través de publicidad que inserta en el espacio digital y solo una cuarta parte mediante suscripción. Por tanto, pese a su apuesta por la multiplicidad de canales y modalidades de pago, los ingresos provenientes del pago de los lectores por el contenido digital todavía son limitados. En general, los ingresos totales del diario provienen primordialmente del soporte en papel y los ingresos que aporta el entorno digital, ya sea a través de la publicidad o a través de suscripciones, son todavía reducidos (2016:21). El informe de ASIG sobre la industria de la prensa en Italia estima que en el año 2016 el espacio web de Il Corriere della Sera reúne diariamente un promedio de 1,1 millones de usuarios (ASIG, 2017:15). El grupo mediático RCS Mediagrop propietario del diario también ha llevado a cabo medidas para el control de gastos, al igual que en los demás ejemplos vistos hasta ahora. Una de las decisiones más notables ocurrió en el año 2013 cuando se despidieron 800 trabajadores y se cerraron diversas cabezeras del grupo. Una medida que también afectó al grupo

español Unidad Editorial del que es propietario la empresa italiana. Respecto a Il Corriere della Sera los ajustes supusieron un cambio de su sede central en Milán (Scott Jovane, 2013, 11 de febrero).

La línea editorial de Il Corriere della Sera es algo difusa en tanto cambiante en función del momento político y las tendencias de cada director y periodista. Aunque quizá no tenga sentido aplicar la dicotomía ideológica izquierda-derecha en el caso de este diario, tradicionalmente ha sido considerado un diario liberal con mayor propensión hacia la derecha que hacia la izquierda. El fundador del diario que es su principal competidor, La Repubblica, considera que Il Corriere della Sera pese a los giros ideológicos ha tenido siempre un trasfondo liberalista, en el sentido de defensor del capitalismo, conservador y moderado (Scalfari, 2016, 6 de marzo). La inexactitud de su línea editorial también se ve reflejada por parte de los lectores. Desde su perspectiva, en el estudio elaborado por Pew Research Center en 2017 sobre los medios y las actitudes políticas en ocho países europeos, se observa que la opinión acerca de la posición ideológica de Il Corriere della Sera difiere entre los participantes manifiestamente de izquierdas y de derechas. Mientras que los participantes de derechas consideran mayoritariamente el diario como un medio ideológicamente de derechas, la mayoría de los participantes de izquierdas lo catalogan prioritariamente como un medio en el centro del espectro ideológico (Pew Research Center, 2018b).

En cuanto a la transformación que han supuesto los avances tecnológicos y la digitalización de los contenidos para el periódico y su modelo de negocio, Il Corriere della Sera fue el primero entre los principales diarios italianos en introducir en 2016 una suscripción de pago para acceder a contenidos online exclusivos, también ha dirigido su modelo de negocio hacia el desarrollo de contenido de marca creando nuevos proyectos relacionados con la narración multimedia- un ejemplo de ello es la webserie citada al comienzo- y ha adaptado su contenido a un formato de presentación para teléfonos móviles, como algunas innovaciones destacadas (Cornia et al., 2016:).

Il Corriere della Sera es incluido en la muestra de esta investigación por ser, como ya hemos dicho, uno de los principales referentes de la prensa italiana en cuanto a su trayectoria y por su rol de articulador de la opinión pública en el país. Se busca también la distancia ideológica que mantiene respecto al otro diario italiano incluido en la muestra y rival inmediato, La Repubblica, que seguidamente presentamos.

3.2.2.2 La Repubblica

La Repubblica es un diario generalista italiano que nace en 1976. Por el periodo de nacimiento del diario y también por las similitudes con la línea editorial que ha ocupado tradicionalmente La Repubblica, como ahora veremos, guarda cierto parecido con el diario español El País. Desde 2016 su actual director es Mario Calabresi. La estrategia de negocio de La Repubblica en cuanto a su oferta de contenido es similar a la del resto de diarios. En la modalidad gratuita, se puede acceder a la mayor parte de los contenidos

online del diario a través de su página web y otras plataformas relacionadas. En la modalidad de pago, sus contenidos están disponibles en la edición impresa del diario y en digital, a través de dos principales modalidades. 'Rep:', una modalidad de suscripción por un precio reducido por la que se puede acceder a contenido online en diversos formatos y con mayor profundidad que en el contenido gratuito (artículos en audio, contenido multimedia, recomendaciones personalizadas, navegación offline...) y, por otro lado, 'R+', la suscripción a la edición digital a la que se puede acceder a primera hora de la mañana y, además, incluye acceso gratuito al servicio 'Rep:', entre otras ventajas. La Repubblica es un diario de difusión nacional y editado en Roma que, al igual que Il Corriere della Sera, ofrece ediciones regionales en su soporte impreso y también en digital donde publica contenido diferenciado para cada edición local. Como Il Corriere della Sera, concede especial importancia al contenido audiovisual y una de las secciones del diario es 'Reptv' que contiene informaciones en vídeo también clasificadas según las ediciones locales del diario. Como vemos, la importancia que conceden a la información territorial los dos diarios italianos analizados es superior a la que realizan los diarios españoles de difusión nacional que componen la muestra. Algo que, sobre todo, es notable en el entorno online.

La Repubblica pertenece al grupo editorial GEDI Gruppo Editoriale desde 2016 después de que el grupo editorial L'Espresso, editor de La Repubblica, se fusionará con el grupo Itedi formando así el actual conglomerado mediático (Pons, 2016, 2 de marzo). GEDI Gruppo Editoriale es un grupo que está especialmente presente en el mercado de las publicaciones diarias y periódicas del país pero que también tiene actividad en el sector de la radio, publicidad y entorno digital. En cuanto al sector de la prensa, es propietario del diario La Stampa, considerado el tercer diario más relevante del país por detrás de los dos diarios que presentamos, del diario online Il Secolo XIX o del semanal L'Espresso además de otras publicaciones regionales. Es propietario también de 6 canales de radio con cadenas de televisión musicales, una agencia de publicidad y una empresa que se encarga de la presencia digital de todas las marcas que comercializa (GEDI Gruppo Editoriale, 2018).

La Repubblica es el segundo diario, después de Il Corriere della Sera, con mayor tirada, difusión y ventas de Italia, aunque le sigue de cerca el diario deportivo Gazzeta Sport. En base a los datos de la sociedad ADS en abril de 2018 La Repubblica en soporte en papel tiene una tirada media de 255.020 ejemplares, una difusión de 169.116 y unas ventas de 165.248 copias. La edición digital tiene de media una difusión bastante más reducida, cercana a los 43.000 ejemplares y se venden de media algo más de 29.000 ejemplares de la edición digital (ADS, 2018). Según los datos que proporciona Audipress para el tercer trimestre de 2017 La Repubblica cuenta con algo más de 2 millones de lectores de media diarios. Si atendemos a la media de lectores por soporte, el diario en papel cuenta con 1.882.000 lectores diarios de media y el digital con 144.000 lectores diarios. El número de lectores de la edición digital de la Repubblica supera, por tanto, a

los obtenidos por la edición digital de *Il Corriere della Sera* durante el mismo periodo y la edición digital de la *Repubblica* es la única que supera el umbral de los 140.000 lectores de promedio al día (Audipress, 2018b). Además de la edición digital, la página web de la *Repubblica* es según el informe 'Digital News Report 2017' del Instituto Reuters el espacio web más consultado entre las páginas web de los medios de comunicación en Italia (Cornia, 2017:79). El informe de ASIG corrobora este dato y fija en 1,6 millones los usuarios diarios de la página web de la *Repubblica* (ASIG, 2017:15). No obstante, su posición online destacada representa un porcentaje modesto del total de facturación del diario. El informe de 2016 del Instituto Reuters (Cornia, Sehl y Kleis Nielsen, 2016:21) estima que los ingresos procedentes del entorno digital suponen entre el 13% y 15% de los ingresos totales del diario. De los ingresos digitales, el informe destaca la publicidad que se inserta en los vídeos que publica el diario y que supone entre el 20% y 25% de los ingresos totales por publicidad digital del diario (Cornia et al., 2016:47). En términos globales, *La Repubblica* y su inmediato rival, *Il Corriere della Sera*, los dos juntos alcanzan cerca del 40% del total de ingresos del sector (Cornia, 2017:78). Una de las mayores medidas de ajustes que ha afectado recientemente al diario ha sido la fusión con la editorial Itedi, antigua editorial de los diarios *La Stampa* y *Il Secolo XIX*, y la creación así del grupo mediático GEDI Gruppo Editoriale con el que poder hacer frente a las tendencias del sector de la prensa desde una posición más sólida y competitiva (Pons, 2016, 2 de marzo).

En palabras del fundador del diario, Eugenio Scalfari, *La Repubblica* es un diario liberal y democrático que siempre ha apostado por el bien común, la justicia social, la igualdad y el laicismo y considera que partidos políticos con diversas ideologías, como algunos democristianos y algunos comunistas, se han podido sentir identificados con el diario (Scalfari, 2016). Esta descripción de la línea editorial del diario *La Repubblica* más propensa a la izquierda ideológica por su apuesta por los valores laicos, de igualdad y justicia social, es afín a la ideología que señalan procesan sus usuarios según el estudio de Pew Research Center. En este estudio, *La Repubblica* aparece como el sexto medio más usado por los participantes en el estudio como principal fuente de información. Entre los participantes solo el 2% de los participantes declarados de derechas elige la *Repubblica* como principal medio de información al tiempo que un 12% de los participantes de izquierdas lo elige. A diferencia de lo que ocurre con la percepción sobre el posicionamiento ideológico de *Il Corriere della Sera* en función de la ideología de los participantes en el estudio, tanto los participantes de izquierdas como de derechas califican mayoritariamente a *La Repubblica* como un medio de izquierdas, aunque con matices. Mientras que más de la mitad de los participantes de izquierdas creen que es un medio enteramente de izquierdas, un 30% de los participantes de derechas lo considera de izquierdas al tiempo que otro 30% cree que es de derechas. Un 28% de los participantes de derechas lo sitúa al centro de la escala (Pew Research Center, 2018b).

Ante las oportunidades de negocio que introducen las tecnologías y el entorno digital, La Repubblica ha sacado partido de esta realidad y se ha convertido en uno de los medios más exitosos en cuanto a su oferta online y digital que consigue superar a su edición impresa en el alcance que obtiene entre los lectores en competencia con el resto de medios. Entre otras innovaciones, la sección 'Reptv' ya citada pero también ha adaptado su contenido y el diseño del diario al entorno móvil y ha traspasado el universo de lo puramente informativo ofreciendo contenido audiovisual que cubre asuntos de entretenimiento como el programa musical Webnotte, dentro de la sección de espectáculos del diario y que se difunde también a través de las redes sociales, llegando a alcanzar un importante número de visitantes (Cornia et al., 2016).

Se opta por incluir el diario La Repubblica por su posición destacada en la prensa del país, segundo diario por difusión y lectores en su edición en papel y líder en el entorno digital, y por distinguirse en su posicionamiento ideológico con Il Corriere della Sera, que, a pesar de su abstracción ideológica, tiende a ser más conservador que el diario La Repubblica, generalmente, más progresista.

3.2.3 La prensa en Marruecos

Como ya hemos visto en el apartado 3.2 sobre el paisaje comunicativo y la prensa en el Mediterráneo, Blum (2005) basándose en la clasificación sobre los sistemas mediáticos elaborada por Hallin y Mancini (2004) considera que, en algunos países árabes, entre ellos Marruecos, predomina un modelo mediático intervenido por parte del estado, donde prevalece la censura y dependiendo de cada contexto donde se pueden dar signos de menor intromisión y mayor pluralidad. Para Bellefqih (2012) la prensa marroquí convencional tiene una serie de fortalezas y debilidades que la caracterizan. Entre las fortalezas, el autor sostiene que hay una significativa pluralidad de publicaciones en el país, también de prensa independiente y en diversas lenguas, por lo que se ha ido reduciendo el monopolio que antes ocupaba en el mercado la prensa propiedad de partidos políticos. El autor también menciona como aspectos positivos un convenio firmado por el gobierno, sindicato y federación para modernizar el sector y el crecimiento de la publicidad en esta industria (Bellefqih, 2012:98), aunque como ahora veremos los ingresos por publicidad han disminuido en los últimos años. En cuanto a las debilidades, este autor considera que el marco legal no acompaña el desarrollo de la prensa, tampoco la ausencia de un código ético o deontológico, como tampoco es favorable para el sector la fragilidad y el reducido tamaño de las empresas, las bajas ventas y el bajo índice de lectura que en algunos casos hace depender enteramente de la publicidad a algunas publicaciones. El crecimiento de los medios digitales en el país y la difusión de la prensa gratuita o que la prensa económica se publique en francés y vaya dirigida a una élite son otras debilidades del sector (Bellefqih, 2012:99-100). Por parte de los propios diarios, el autor advierte dos predisposiciones de la prensa marroquí: por un lado, algunas publicaciones independientes tienden hacia el sensacionalismo o el contenido morboso y, por otro lado, la prensa afín a los diferentes partidos políticos

emplea en exceso las informaciones de las agencias de noticias sin desarrollar en profundidad la información con el ánimo de no incomodar al gobierno u otros actores políticos (Bellefqih, 2012:101-102). Las subvenciones a los diarios son algo habitual en el país y han sido objeto de críticas y reclamos por parte de los editores por lo que consideran un reparto injusto de las ayudas. Bellefqih confirma que gran parte de estas ayudas van dirigidas a la prensa propiedad de partidos políticos o grupos editoriales concretos en detrimento de otras publicaciones (Bellefqih, 2012:108).

El Kadoussi (2016) al referirse a la prensa independiente en Marruecos, es decir, a los diarios de titularidad privada, considera que su existencia está caracterizada por diferentes etapas. En el nacimiento de los diarios privados en la década de los 90 el funcionamiento de los periódicos estuvo marcado por una época de transición con la apertura de nuevas cabeceras sin líneas ideológicas demasiado delimitadas y lideradas por jóvenes periodistas con deseos de modernizar el sector. Desde el año 2000 y hasta el comienzo de las revueltas en la región árabe en 2011, el autor sostiene que la prensa privada en Marruecos se ha fundamentado en el traspaso de ciertas líneas rojas y el tratamiento de asuntos polémicos con tal de aumentar la circulación y resaltar su independencia económica y política. Sin embargo, El Kadoussi (2016) defiende que no se puede hablar de una prensa realmente independiente en Marruecos puesto que los diarios privados reciben financiación por parte del gobierno, están sujetos a la regulación por parte del estado y todos expresan su inclinaciones ideológicas y políticas. A partir del 2011 para el autor la prensa en Marruecos “[...] ha entrado en una fase de autocensura, de normalización del *statu quo* y de simbiosis con las autoridades” (El Kadoussi, 2016:305)⁶⁷.

La prensa en francés es uno de los rasgos característicos de la prensa marroquí que también recoge el estudio sobre concentración de los medios en Marruecos llevado a cabo por el equipo alemán de Reporteros Sin Fronteras, Reporters without Borders en inglés, y Le Desk, un espacio de información online marroquí. El estudio sostiene que con la popularidad alcanzada por los diarios en lengua árabe en el país y la difusión del darija, el dialecto árabe que se habla en Marruecos, la notoriedad de la prensa en francés ha disminuido a pesar de mantenerse gracias al sustento de personalidades económicas y políticas del país (RSF y Le Desk, 2017). En cuanto al alcance territorial de la prensa, Benchenna, Ksikes y Marchetti (2017) exponen que en Marruecos destaca la prensa de difusión nacional, ya que, aunque existen diarios regionales, estos se caracterizan por una trayectoria irregular y la mayor parte del sector se concentra en la ciudad marroquí de Casablanca y, en menor medida, en la capital Rabat (Benchenna, Ksikes y Marchetti, 2017:8).

⁶⁷ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] entered a phase of selfcensorship, normalization with the status quo, and symbiosis with the authorities.” (El Kadoussi, 2016:305).

La industria de la prensa en Marruecos, además de una industria joven en lo que respecta a la incursión de los diarios privados en el país, es una industria pequeña, aunque es resiliente en el mercado mediático marroquí. En la publicación 'Arab Media Outlook 2016-2018' el pronóstico para 2018 es que la prensa ocupa el 29% del total del mercado mediático en el país, solo por detrás de la televisión que ocupa el 30%. La evolución de la cuota de mercado que ocupa la prensa, eso sí, ha bajado del 37% en 2014 al porcentaje actual. De hecho, mientras que la publicación prevee un crecimiento general del 4% del mercado mediático en Marruecos entre el 2014 y el 2018 gracias a la televisión y el entorno digital, el sector de la prensa, en concreto, disminuye (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017:144).

En base al último observatorio publicado por la Oficina de Justificación de la difusión en Marruecos, Organisme de Justification de la Diffusion (OJD Maroc), en 2015 con datos de 2014 la organización registra una media constante de 61.933.710 ejemplares de prensa en el país. Entre ellos, el 95% son de pago y el 5% restante se trata de prensa gratuita. Los diarios de pago alcanzan una media constante de ejemplares en 2014 de 175.760 ejemplares, con una reducción del 8% respecto al año 2013. La misma reducción que ha sufrido la difusión de la totalidad de la prensa en Marruecos respecto al año 2009. Por ejemplares, los periódicos en papel de periodicidad diaria como los que incluimos en nuestra muestra ocupan el 93% del mercado de la prensa, con 15 cabeceras contabilizadas en 2014, frente a otras publicaciones como semanales o de periodicidad mensual con porcentajes mucho más reducidos en cuanto a ejemplares y con menos cabeceras, 10 en el caso de los semanales y 9 en el caso de la prensa con periodicidad mensual⁶⁸. En el caso de la prensa de pago, casi un 94% del total de difusión corresponde a la venta de números individuales y el resto de modalidades de difusión son muy reducidas. La difusión en diferido no alcanza el 5%, por portes el 1,1% y por debajo del 1% las suscripciones individuales o realizadas por terceros (OJD Maroc, 2015).

La Northwestern University de Qatar y el Doha Film Institute en su investigación sobre la industria de medios en la región MENA en el año 2016 calculaba que del total de la circulación de diarios en la región MENA, los diarios marroquíes solo representan el 2% del total de circulación en la región, una característica que comparte con países vecinos como Túnez y otros como Jordania y El Líbano y, en contraste, con otro vecino como Argelia o con Egipto con mayores porcentajes de circulación de diarios. Marruecos en 2015 tenía además la circulación de diarios per capita más reducida de la región MENA junto con Yemen (Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute, 2016). En 2018 la publicación 'Arab Media Outlook 2016-2018' prevee que los ingresos por ventas de los diarios marroquíes supondrán el 69% de los ingresos totales mientras que los ingresos por publicidad representarán un 31%. En ambos casos, se observa una bajada

⁶⁸ Debemos de tener en cuenta que el análisis de la OJD Maroc no incluye algunas publicaciones regionales o más independientes y de menor alcance por lo que se intuye que el número de las cabeceras en el país es superior a las auditadas por la OJD marroquí.

de un 2% en los ingresos por ventas y de un 8% en los ingresos por publicidad (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017:145).

En base al estudio de 2017 llevado a cabo por RSF y Le Desk solo un 1% de la población marroquí lee diarios (RSF y Le Desk, 2017). Una penetración tan reducida debido a la tasa de analfabetismo de la población (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017:145) que en 2014 según los últimos datos que proporciona el Haut Commissariat au Plan (HCP) es del 32% entre la población mayor de 10 años (HCP, 2017, 8 de septiembre). Para Bellefqih (2012) a excepción de sectores sociales específicos o de categorías profesionales concretas, un marroquí medio difícilmente va en busca de información de alta calidad o un periodismo de investigación por lo que concluye que los ciudadanos marroquíes medios están mal y escasamente informados (2012:113). Benchenna, Ksikes y Marchetti (2017), por su parte, sostienen que los lectores habituales de la prensa en Marruecos se reducen a un pequeño *target* demográfico que ostenta un alto capital económico y cultural y que vive en el entorno urbano, principalmente, en las regiones de Rabat, Salé, Kénitra y en la provincia de Casablanca-Settat (Benchenna, Ksikes y Marchetti, 2017:20).

El estudio de RSF y Le Desk contabiliza en el año 2017 44 títulos de periódicos en Marruecos y estima que los diarios propiedad de partidos políticos ocupan el 6,4% del mercado de prensa. Un porcentaje este último que está en línea con la reducción de la prensa partidista que menciona Bellefqih (2012) y que es reducido en comparación con la mayor titularidad pública o partidista en el caso de otros medios de comunicación como la televisión o la radio. Entre los diarios contabilizados en el estudio de RSF y Le Desk, 23 se publican en lengua árabe y 21 en francés. Pero esta diversidad en los títulos de los diarios no es aplicable desde la perspectiva de la audiencia. 4 grupos editoriales ocupan el 75% del total de la audiencia en el país: Massae Media que acumula algo más del 23% de los lectores totales de diarios-editor del diario Al Massae contemplado en nuestra muestra-, la empresa pública Ecomedias que obtiene cerca del 23% de la audiencia- editor de As Sabah, también incluido en la muestra, y del L'Economiste-, Awal Media con un 21% de lectores-editor del diario Al Akhbar- y, finalmente, Media21 ya con un 7% del total de lectores - empresa que edita Akhbar Al Youm Al Maghribiya- (RSF y Le Desk, 2017).

El vínculo que observamos entre la prensa en papel y la prensa digital en Marruecos difiere de la correlación entre ambos soportes desarrollada por la prensa en España y en Italia donde los diversos canales y plataformas a través de las que los periódicos vuelcan su contenido se consideran parte de una misma empresa periodística y de un mismo mercado en el que los diarios consiguen ser competitivos. En Marruecos, sin embargo, la prensa convencional a pesar de que en la mayoría de los casos ha desarrollado su contenido también digitalmente y en el entorno online, no ha conseguido transferir, de igual forma que en otros contextos, el posicionamiento que ocupan los diarios en papel al espacio menos tangible de internet, por lo que se

establecen sectores más rígidos de la prensa tradicional en papel y de los diarios digitales u otras plataformas de información a través de internet. Algunas medidas que se han impuesto recientemente han dificultado esa transición. En enero de 2018 La Fédération Marocaine des Éditeurs de Journaux (FMEJ) denunciaba el impuesto establecido a las publicaciones digitales por la publicidad en sus medios. La medida contempla que el mismo impuesto que hasta entonces se dirigía solo al sector del audiovisual se aplique también a los espacios digitales que contienen publicidad, entre ellos, los diarios online. Así, los diarios que inserten publicidad en su medio online deberán abonar mensualmente el 5% de esos ingresos en forma de impuestos (Le Matin, 2018, 30 de enero).

Además del déficit de una convergencia sólida de los medios tradicionales con el entorno digital, otros factores, algunos ya mencionados, han ido agravando la crisis de la prensa en Marruecos, como recoge el periodista Javier Otazu (2013, 6 de septiembre) en un artículo publicado en el diario El Mundo⁶⁹. Se han ido cerrando periódicos en francés conforme el idioma va perdiendo relevancia en el país, en algunos puntos de venta de diarios se mantiene la costumbre de alquilar, en lugar de vender, los ejemplares de diarios a un precio más reducido- también compartir los diarios en el espacio público (Rothwell, 2016, 8 de junio)-, el analfabetismo y los bajos índices de lectura siguen afectando la circulación y lectura de diarios, por otro lado, en los entornos digitales se está dando cabida a contenidos de entretenimiento y de ocio pero menos a contenidos tratados en profundidad o que inviten a la reflexión de los lectores y, finalmente, la transcendencia de la oralidad en el país que ensalza otras vías de información, son todos factores que recrudecen el estado de la prensa en Marruecos (Otazu, 2013, 6 de septiembre).

Como recoge el estudio llevado a cabo conjuntamente por RSF y Le Desk (2017) el marco normativo sobre los medios de comunicación en Marruecos está caracterizado por una estricta regulación de los medios privados que no se aplica de igual forma a los entes públicos por lo que da lugar a la monopolización del sector por parte de los medios de titularidad pública. Algo que ocurre especialmente en el caso de las cadenas de televisión o de radio y, en menor medida, en la prensa donde se observa mayor pluralidad de medios de titularidad privada e independientes, aunque no sin falta de obstáculos por parte de las autoridades, como ahora veremos. En el caso de la prensa, actualmente, además de, en el plano genérico, la reforma de la Constitución en 2011 que garantiza la libertad de expresión o la necesidad de obtener la pertinente acreditación para poder publicar, la ley específica que regula el funcionamiento de la prensa en Marruecos es la Ley No. 88-13 relativa a la Prensa y la Publicación de 2016 (OMPI, 2018) que en base al estudio de RSF y Le Desk trae como principal novedad respecto a la legislación previa la eliminación de las penas de prisión por difamación a periodistas, aunque como

⁶⁹ El Mundo publica este artículo el 06/09/2013, en la sección de Medios de su edición online. El artículo está escrito por Javier Otazu, de la Delegación de la Agencia EFE en Rabat.

señalamos a continuación el encarcelamiento de periodistas es una realidad que se sigue produciendo en el país. En relación con la concentración de los medios en el sector de la prensa, la Ley relativa a la Prensa y la Publicación prohíbe que un teleoperador pueda invertir en el capital de más de una compañía que sea propietaria de publicaciones impresas. La Ley prevee que las acumulaciones de capital y propiedad que sobrepasen ciertos porcentajes tendrán que ser, además, declaradas al Consejo de Prensa Nacional, Le Conseil National de la Presse (CNP). Un Consejo que en el momento de escribir estas líneas está pendiente de establecerse (LesEco.ma, 2018, 1 de mayo). Estas medidas sobre concentración de medios no afectan, sin embargo, a los medios de titularidad pública (RSF y Le Desk, 2017).

En el ámbito de la libertad de prensa y la libertad de expresión, el informe anual de 2017 de RSF (2017c) sostiene que la libertad de prensa en Marruecos se ha visto mermada en el último año a raíz de las presiones a periodistas y medios independientes para no dar cobertura a ciertos asuntos relacionados con el régimen, la religión o el conflicto con el Sahara Occidental. El informe considera, además, que la situación ha empeorado respecto al año 2016, año en el que no había ningún periodista en prisión en el país. En el año 2017, sin embargo, se han sancionado, encarcelado y hostigado a periodistas y medios por cubrir informaciones relacionadas con las protestas en el Rif, región al norte del país, por destapar casos de abuso de la autoridad y corrupción o por organizar una actividad formativa sobre periodismo ciudadano (RSF, 2017c). Marruecos que se incluye junto con la región del Sahara Occidental, pero distinguiendo por su nombre cada territorio, ostenta en el ranking mundial de libertad de prensa de 2018 elaborado por Reporteros Sin Fronteras la posición 135 de entre 180 países⁷⁰ (RSF, 2018a).

Otro de los referentes en cuanto a evaluación de la libertad de prensa es la clasificación que lleva a cabo la organización The Freedom House. En el año 2017 Marruecos es considerado no libre en cuanto al estatus de libertad de prensa en el país. El entorno político se considera el elemento menos favorable para la libertad de prensa, seguido del entorno legal y del económico, de los tres contextos el más positivo. En el plano político, The Freedom House subraya el control por parte de la monarquía marroquí y el estado sobre los medios públicos y las presiones ejercidas por ambos hacia los medios de titularidad privada. La autocensura, los obstáculos para ejercer la profesión y los arrestos son habituales en el país cuando se da cobertura a ciertos temas sensibles como el conflicto del Sahara Occidental, los derechos de la comunidad LGTB etc. Una práctica que se avala a través del marco legal que pese a la revisión del código de prensa en 2016 que elimina las penas de prisión a periodistas por difamación, como ya hemos visto, no impide que se siga empleando el código penal para este fin cuando se relaciona el

⁷⁰ El Ministro de Cultura y Comunicación marroquí ha rechazado la clasificación elaborada por esta organización alegando que la posición de Marruecos en la clasificación no se ha realizado de forma objetiva ni imparcial y que no se han tenido en cuenta los indicadores positivos en cuanto al clima de apertura y libertad en el país (Kasraoui, 2018, 19 de mayo).

trabajo periodístico con ataques a la monarquía, el islam, las autoridades o la integridad territorial, entre otras cuestiones. De los aspectos económicos que están afectando el estado de libertad de prensa en el país, la organización pone el foco en el uso que realiza el estado de la publicidad institucional, los subsidios y las multas como forma de control sobre la prensa privada y también advierte acerca de la corrupción entre los periodistas que está incentivada por la baja remuneración e inseguridad laboral de esta profesión (The Freedom House, 2017d).

Tayebi (2015) en su reflexión sobre la libertad de prensa y el estado de las publicaciones en Marruecos argumenta que a pesar del proceso de democratización que se ha llevado a cabo en el país, a raíz de las reformas de la Constitución en 2011 y otras medidas que han acompañado este cambio en el país después de las revoluciones árabes, no se puede hablar de libertad de expresión en Marruecos en tanto los discursos que cuestionan el poder establecido y el funcionamiento de la monarquía son ilegales y mientras existan, como está ocurriendo, penas de cárcel y sanciones económicas dirigidas a medios independientes y a periodistas. Tayebi denuncia como una muestra de esta falta de libertad de expresión la tendencia hacia el amarillismo por parte de algunos diarios- predisposición que también señalaba Bellefqih (2012)-, y por lo que “Para vender bien, los periódicos independientes de gran formato han recurrido a la tabloidización, reemplazando de manera poco ética las noticias duras con noticias suaves” (Tayebi, 2015:11)⁷¹. Por ello, el autor resalta la importancia de la alfabetización en el país tanto en su denotación más esencial como la alfabetización mediática que permita a los ciudadanos comprender e interactuar con los discursos de los diferentes medios.

Concluimos este apartado, enumerando los principales resultados relacionados con la prensa marroquí del estudio ya citado llevado a cabo por Reporteros Sin Fronteras y Le Desk (2017) sobre la propiedad de los medios en Marruecos. El estudio concluye que el mercado de la publicidad en la prensa tanto por parte del estado como de las compañías privadas no es transparente por lo que en muchas ocasiones se ha empleado como arma arrojadiza para hacer boicot a algunos diarios. Por otro lado, también destaca la inversión externa que reciben algunas cabeceras en el país, como los diarios en lengua francesa que sobreviven a pesar de su escasa rentabilidad gracias a su cercanía con ciertos sectores económicos y políticos del país que buscan así legitimar sus intereses. Finalmente, el estudio señala la falta de transparencia por parte de los medios a la hora de recabar datos acerca de la propiedad de los mismos, especialmente, en el sector impreso donde denuncian que hay que recurrir a información a menudo desactualizada (RSF y Le Desk, 2017).

⁷¹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “To sell well, independent broadsheets have resorted to tabloidization, unethically superseding hard news with soft news.” (Tayebi, 2015:11).

3.2.3.1 As Sabah

As Sabah, La Mañana en su traducción al castellano, es un diario de propiedad privada, aunque como veremos a continuación con una estrecha vinculación con las autoridades del país. Es un diario relativamente joven, fundado en el año 2000 a raíz de la liberalización del mercado de la prensa a partir de la década de los 90 en Marruecos (El Kadoussi, 2016). Es un diario en lengua árabe y, según afirma su grupo editor, el primero en publicarse en esta lengua en el país (Eco-medias, 2018). El director general del diario es Khalid Belyazid. As Sabah se basa en una manera simple de ofertar su contenido. En la modalidad de pago, se puede adquirir la edición impresa del diario, y gratuitamente, se puede acceder a todo el contenido que vuelca en su página web y en entornos digitales relacionados. En 2013, en el periodo de recogida de la muestra, el diario también ofrecía a través de su página web la posibilidad de poder descargarse la edición impresa del diario en formato pdf, sin embargo, en el momento de escribir estas líneas esta opción ha desaparecido. Si atendemos al formato y periodicidad, existen dos diferencias principales entre este diario y los diarios españoles e italianos ya presentados en cuanto a la frecuencia de actualización de los espacios online y la cantidad de contenidos que se ofrecen en la edición impresa. La actualización del contenido online de As Sabah es menos frecuente y la edición impresa del diario es también más reducida. As Sabah es un diario que difunde información general y tiene un alcance nacional.

As Sabah pertenece actualmente al grupo mediático Eco-medias, creado en 1991 que, además de editar el diario As Sabah, es propietario de otros 2 medios, una empresa de imprenta y una escuela de periodismo: el diario L'Économiste -un periódico económico publicado en francés-, Atlantic radio-radio que emite tanto en francés como en lengua árabe y con gran difusión de contenido económico -Ecoprint- empresa especializada en la impresión de diarios donde se imprimen As Sabah y L'Économiste-y, finalmente, l'Ecole Supérieure de Journalisme et de Communication (ESJC)- escuela creada en 2008 cuyo título es reconocido por el Ministerio de Educación marroquí. La propiedad de el grupo mediático Eco-medias está dividida entre varias agrupaciones propiedad de distintos empresarios que tiene un porcentaje de capital diverso en este grupo mediático. Como recoge el estudio de RSF y Le Desk (2017) alrededor del 68% del capital del grupo pertenece al matrimonio Borrut-Dilami, que también ejercen de periodistas en las dos publicaciones del grupo, la compañía de análisis de mercado Sunergia y la empresa Global Communication, que pertenece a su vez a la Société Nationale d'Investissement (SNI) propiedad de la familia real marroquí, cuenta con un 11,5% de participación en el grupo mediático Eco-Media. El resto de capital se divide en pequeñas participaciones de diversas figuras empresariales del país (RSF y Le Desk, 2017).

El OJD Maroc que recoge los datos de tirada y difusión de la prensa en Marruecos estima que en el periodo de 2017 As Sabah es el segundo diario con mayor tirada y difusión total en el país (OJD Maroc, 2018a). Tiene una tirada media mensual de 49.239

ejemplares y una difusión de pago de 28.406 que subía a los 28.928 ejemplares contando la difusión total. La evolución de la difusión muestra una tendencia a la baja llegando a superar los 70.000 ejemplares de difusión durante los años 2009 y 2010 mientras que en el año 2017 no llega a las 30.000 copias como vemos, el año con peores cifras registradas hasta el momento. Estas cifras son un fiel reflejo de la debilidad, desde el punto de vista de la empresa periodística, del sector de la prensa en Marruecos en comparación con el mercado de la prensa en España o Italia. El canal mayoritario de difusión de As Sabah es la venta por número que supone casi el 100% de difusión del diario. Otras modalidades de difusión, como las suscripciones o por portes no alcanzan el 1% sobre la difusión total (OJD Maroc, 2018a). Estos datos sobre las modalidades de difusión en una característica de la prensa en Marruecos que ya avanzábamos en el apartado anterior (OJD Maroc, 2015).

En base a los datos del estudio conjunto entre RSF y Le Desk (2017) As Sabah es el tercer diario más leído en el país, por detrás de Al Massae-también incluido en nuestra muestra- y Al Akhbar, y tiene una penetración en la audiencia del 15,23%. Benchenna, Ksikes y Marchetti (2017) sostienen que a pesar de que diarios como As Sabah o sus dos principales competidores acumulen mayor difusión y lectores, esta popularidad no se traduce en una mayor inversión publicitaria y, paradójicamente, son los diarios en lengua francesa, entre ellos, L'Économiste, propiedad del mismo grupo mediático, quienes acumulan mayores ingresos publicitarios (Benchenna, Ksikes y Marchetti, 2017:19).

Desde su creación, As Sabah se erige como un medio que concibe un nuevo modelo de prensa en lengua árabe (El-issawi, 2016:16) y dirigido a un público de masas, a diferencia de la prensa partidista o la prensa en francés que se dirige tradicionalmente a un público específico o elitista. As Sabah ha traspasado líneas rojas y se ha mantenido, al menos explícitamente, al margen de las versiones oficiales del gobierno. Sin embargo, se le achaca su inclinación hacia las fuerzas de seguridad o ser generador de un clima de miedo por sus informaciones acerca de los islamistas que representa como una amenaza para el país (RSF y Le Desk, 2017). Algo que lo diferencia, según Douai (2009), del diario Al Massae al que se le suele acusar, por el contrario, de favorecer a los islamistas (Douai, 2009:18). Teniendo en cuenta el conglomerado de propietarios que forman el grupo mediático Eco-Media propietario del diario As Sabah, entre ellos la monarquía marroquí y otros actores económicos del país, su arbitrariedad e imparcialidad se ha puesto en muchas ocasiones en entredicho. La teoría de Tayebi (2015) sobre la tendencia de los diarios marroquíes hacia la conversión en tabloides que citábamos en el apartado precedente forma parte de la conclusión a la que llega el autor tras realizar un análisis de contenido al diario As Sabah y a otro diario marroquí, Al- Ahdath Al- Maghribya. El amarillismo del diario es para el autor consecuencia del problema, ya citado, acerca de la ausencia de libertad de expresión en el país que coharta a los periodistas a tratar asuntos políticos y otras informaciones en profundidad (Tayebi, 2015:11). Un ejemplo

de estas presiones y de las consecuencias a las que se enfrentan los periodistas es, por ejemplo, el despido en 2012 de Redouane Hafiane, periodista del diario As Sabah. Un despido motivado según el propio Hafiane por sus apoyos a Rachid Nini, fundador y antiguo director del diario Al Massae, cuando este fue encarcelado en 2011 o por ser partidario del diálogo con el movimiento 20 de Febrero en Marruecos-véase apartado 2.5- (Flah, 2012, 9 de enero).

Si en la presentación de los diarios italianos y españoles incluíamos informaciones acerca del proceso de convergencia digital que han tenido estos diarios, en el caso del diario As Sabah no se encuentran datos encaminados a dibujar este proceso y es que además de la inclusión de contenido audiovisual en el entorno digital y la extensión de su contenido por diversas redes sociales, entre las principales estrategias, no se advierten incorporaciones tecnológicas e innovadoras destacables en el diario As Sabah. Cabe contemplar, no obstante, que el lugar que ocupan los diarios españoles e italianos en el sector y el sector en sí en estos países difiere notablemente de la posición en el mercado de As Sabah y, en general, de la industria de la prensa en Marruecos.

As Sabah se incluye como parte de la muestra de la prensa marroquí por ser uno de los principales diarios en el país en cuanto a difusión y lectores y por la rivalidad que mantiene respecto a su línea editorial y afinidad política con el diario Al Massae y las diferencias también entre ambos diarios en cuanto a su propiedad.

3.2.3.1 Al Massae

Al Massae que en su traducción al castellano significa 'La Tarde', en contraste con el significado de As Sabah, es un diario de información general más joven todavía que As Sabah. Fundado en el año 2006 por dos conocidos periodistas marroquíes, Taoufik Bouachrine y Rachid Niny, tuvo hasta 2011 a Rachid Niny como director hasta que este fue encarcelado por difamación en 2011 (Flah, 2012, 9 de enero). Entonces, la dirección del diario pasó a manos de Mohamed Asli quien a la vez ayudo a financiar en su día el nacimiento del diario. Rachid Niny, fundador y hasta entonces director de Al Massae, fundó en 2012 el diario Al Akhbar, principal competidor en la actualidad tanto de Al Massae como de As Sabah. Al Massae es un diario que difunde información general y tiene un alcance nacional. A diferencia de los diarios españoles e italianos, ni Al Massae ni As Sabah publican ediciones regionales. Ya hemos visto en el apartado 3.2 referente a la prensa en Marruecos que la mayoría de lectores de diarios se concentran en unas zonas específicas de la geografía marroquí y tienen una escasa penetración en las zonas rurales (Benchenna, Ksikes y Marchetti, 2017). Al Massae comercializa su edición en papel y en el periodo de recogida de la muestra, en marzo de 2013, ofrecía información online a través de su página web y otros entornos digitales. También se podía descargar la edición digital impresa a través de su página web. Sin embargo, en el momento de escribir estas líneas, la dirección habitual del diario ha sido cancelada, aunque la página

oficial del periódico en Facebook sigue estando activa y comparte información que enlaza con el sitio web de información Nonpresse.ma.

El diario Al Massae es propiedad de Massae Media cuyo capital corresponde al 100% a Mohamed Asli, el actual director y propietario del diario (RSF y Le Desk, 2017). Esta compañía editorial fue creada junto con el diario en 2006 y su objetivo es el de editar este periódico y, a diferencia de los periódicos analizados hasta ahora cuyos grupos mediáticos son propietarios además de otros medios de comunicación, Massae Media solo comercializa el diario Al Massae.

Como recoge OJD Maroc en el periodo de 2017 (OJD Maroc, 2018b), Al Massae tenía una tirada media mensual de 61.389 ejemplares, aunque su difusión de pago desciende hasta los 27.332 y su difusión total a las 27.432 copias. Si lo comparamos con los datos que obtienen el resto de diarios marroquíes en el mismo periodo se observa que a pesar de que Al Massae es el diario con mayor tirada del país, en cuanto a difusión total se encuentra en tercera posición, por detrás de Al Akhbar y As Sabah. La evolución de su difusión muestra que el diario ha experimentado una caída muy significativa. En cuanto a difusión total, el diario en 2017 registra sus peores cifras, incluso por debajo de las registradas en su año de nacimiento, en el 2006. Al Massae llegó a superar entre los años 2008 y 2012, a partir del que empieza a descender, una difusión que superaba los 100.000 ejemplares de media mensuales, convirtiéndose en el diario de mayor difusión en el país durante ese periodo y posteriores hasta el año 2014 aproximadamente cuando le comienza a aventajar el diario Al Akhbar y posteriormente también As Sabah. La modalidad de difusión del diario Al Massae en el año 2017 se realiza íntegramente a través de las ventas por número individual. Ni las suscripciones ni ningún otro tipo de modalidades para acceder al diario se contemplan en este periodo (OJD Maroc, 2018b). La de Al Massae es la realidad más visible de los resultados del último observatorio de la OJD Maroc (2015) que reflejan la escasa diversidad de modalidades de difusión alternativas a la venta individual por cada número en el sector de la prensa en Marruecos.

Como publican RSF y Le Desk (2017) en el 2017 el diario Al Massae ocupa una cuota de audiencia del 23,70%, unos 8 puntos por encima de la que ocupa As Sabah según el mismo estudio. No obstante, las cifras sobre difusión que recoge OJD Maroc, más actualizadas, apuntan a que esta diferencia entre ambos diarios es más reducida actualmente. Sobre los ingresos por inversión publicitaria en el diario, Benchenna, Ksikes y Marchetti (2017: 19), como hemos mencionado en el apartado anterior, señalan que la prensa en francés acumula mayores ingresos publicitarios a pesar de contar con menor número de ventas y de lectores que Al Massae y otros diarios generalistas en lengua árabe. A la pérdida de difusión y lectores de Al Massae durante el 2017 le ha acompañado el despido de periodistas del diario y un conflicto entre el director Mohamed Asli y el editor en jefe del diario Abdellah Damoune, como recoge el sitio web de noticias Alaoual.com (2017, 24 de noviembre).

Al Massae es el diario referente de la nueva corriente de periodismo en lengua árabe que se desarrolló en Marruecos, sobre todo, a partir del nacimiento del diario As Sabah. Como hemos visto llegó a atraer a muchos lectores, según afirman Benchenna, Ksikes y Marchetti (2017:8) gracias al éxito de las columnas escritas por Rachid Niny, antiguo director del diario. El diario se ha caracterizado por emplear un nuevo estilo de escritura que mezcla el árabe estándar con el darija (Zaid y Ibahrine, 2011:27). Al Massae se distingue, junto con otros diarios independientes del país, y también, aunque en menor medida, junto con As Sabah, de tratar asuntos polémicos en el país, por una línea editorial que contrasta con la de los diarios propiedad de partidos políticos (Tayebi, 2015) y por convertirse en una plataforma de denuncia de abusos de la autoridad y casos de corrupción (El Issawi, 2016:16). Elyazale (2014) resalta, en concreto, la importancia de la editorial 'Chouftchouf' publicada por el diario Al Massae que emplea según el autor una amplia variedad de estrategias argumentativas que demuestran su poder de influencia. Debido a su éxito y su rol de opositor a las versiones oficiales del gobierno, Al Massae y sus trabajadores también han sufrido presiones y persecuciones en el ejercicio de su profesión. Un momento crítico fue el encarcelamiento en 2011 del por aquel entonces director y redactor del diario, Rachid Niny, por sus críticas hacia las fuerzas de seguridad, sus denuncias por la celebración de juicios injustos contra islamistas-por lo que se le supone al diario una línea editorial cercana a estos partidos (El Issawi, 2016:17)- y por señalar casos de corrupción en el gobierno y círculo cercano al rey marroquí Mohamed VI (Tayebi, 2015:7).

Sobre el proceso de convergencia digital que ha experimentado el diario, a pesar de que en el momento de escribir estas líneas no se puede acceder a la página web oficial del periódico⁷², al tiempo que su edición impresa llegó a convertirse en el diario más leído en el país, la página web de Al Massae proporcionaba de entre todos los diarios marroquíes en lengua árabe el espacio web más avanzado del país como recoge el informe de Open Society Foundation sobre los medios digitales en Marruecos en 2011 (Zaid y Ibahrine, 2011). Como señala el informe el diseño de su página web es moderno y ofrece servicios interactivos y una amplia galería de contenido audiovisual que le hacen estar a la cabeza respecto a los espacios en internet del resto de la prensa generalista convencional (Zaid y Ibahrine, 2011:24).

Hemos seleccionado Al Massae como parte de la muestra de Marruecos por ser, al menos en el momento de recogida de la muestra y a pesar de la caída actual, el diario con mayor difusión de Marruecos, también por su tendencia, más evidente respecto a As Sabah, por tratar asuntos controvertidos en el país, por la distancia que mantiene con los diarios partidistas y por no ser propiedad de grupos relacionados con el poder establecido.

⁷² No se alcanza a comprobar si se trata de una medida temporal y puntual y si es consecuencia de la crisis por la que atraviesa el diario con motivo de la caída en su difusión, el despido de periodistas y el conflicto entre el director del diario y su editor en jefe del que se hacen eco algunos medios (Alaoual.com, 2017).

3.2.4 La prensa en Egipto

El sistema mediático en Egipto corresponde según la clasificación de Blum (2005) elaborada a partir de la distribución que desarrollan Hallin y Mancini (2004) al modelo árabe-asiático caracterizado por el control del estado sobre los medios y algunos reductos de pluralidad dependiendo del contexto. En relación con la prensa, Dawoud y Nelson (2011) sostienen que existen tres tipos de periódicos en Egipto: los diarios propiedad del gobierno, los diarios partidistas, es decir, propiedad de partidos políticos, y los diarios calificados como independientes. En todas las modalidades, según los autores, la relación de estos diarios con los poderes políticos en Egipto es estrecha. En las dos primeras modalidades de periódicos, el vínculo es directo y manifiesto y, en el caso de los diarios independientes, aunque menos aparente, también existe una relación con los poderes políticos debido a que la propiedad de muchos de estos diarios recae en importantes figuras empresariales del país o por que con el tiempo estos mismos propietarios han ido involucrándose en política (Dawoud y Nelson, 2011:39). Otra muestra del intervencionismo del estado en la prensa es el empleo de la publicidad para ejercer presión sobre los diarios ya no solo a través de la restricción de la publicidad institucional en ciertos diarios independientes sino mediante la coacción a empresas privadas para que no inserten publicidad en algunos de ellos (Dawoud y Nelson, 2011:46).

Según el estudio realizado por Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute que revisa la industria de los medios en la región MENA, el mercado de la prensa en Egipto se caracteriza por contener en una amplia mayoría diarios en lengua árabe, tanto por número de títulos como por el porcentaje de circulación de estos diarios en comparación con los diarios publicados en otras lenguas (Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute, 2016). Según este estudio, Egipto es el país con mayor circulación de diarios en 2015 de toda la región MENA. Este año la circulación de diarios en Egipto representaba el 37% del total de circulación de diarios en toda la región, muy por encima del resto de países y, en especial, de Marruecos cuya circulación supone tan solo un 2% del total de circulación en la región. Sin embargo, a pesar de la alta circulación de diarios la circulación por habitante es baja teniendo en cuenta la población en el país. La circulación per capita en Egipto ese mismo año era del 0.07, por debajo de los países del Golfo o de Argelia y El Líbano, aunque por encima de países como Túnez o Marruecos (Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute, 2016). La prensa en Egipto ocupa en el mercado de los medios de comunicación de pago, gracias a la venta de sus ejemplares, el 55% del total de gasto por consumo de medios en 2014, aunque para el 2018 se espera que esta cifra se reduzca hasta ocupar el 46% según la publicación 'Arab Media Outlook 2016-2018'. En general, se prevee que el mercado de la prensa en Egipto crezca solo un 1% en 2018 y ceda su cuota en el mercado a otros medios como la radio o los espacios digitales. En cualquier caso, la prensa mantiene en 2018 una cuota de mercado del 37% respecto al total del mercado mediático, es el segundo medio con

mayor cuota de mercado solo por detrás de la televisión que ocupa un 38% (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017:135).

La lectura de diarios en Egipto disminuye a un paso constante en el tiempo. La Northwestern University in Qatar realizaba en 2017 una encuesta en varios países de Oriente Medio, incluido Egipto, donde afirma que la lectura de diarios entre los participantes egipcios era solo del 16% en 2017 mientras que en el año 2013 entre los participantes egipcios los lectores de diarios suponían un 25% (Northwestern University in Qatar, 2017:124). No obstante, en cuanto a uso de los diarios como fuente de información se obtienen datos algo más favorables. En base a la encuesta realizada en 2016 a nivel de la región MENA como parte del estudio ya citado llevado a cabo también por la Northwestern University in Qatar junto con el Doha Film Institute, el 38% de los participantes egipcios en 2016 accedía a las noticias a través de los periódicos. Un porcentaje algo menor al que llega la misma encuesta, pero realizada en 2014 donde se observa que el porcentaje de egipcios participantes que acceden a las noticias a través de los diarios son en 2014 un 43% de media. Egipto tiene el porcentaje más bajo de lectores de diarios, como medio para acceder a información de actualidad, registrado por la encuesta durante ambos periodos de todos los países de la región MENA analizados- además de Egipto, algunos países del Golfo junto con El Líbano y Túnez- (Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute, 2016).

Divididos por características sociodemográficas, en Egipto son los hombres los que más tienden a emplear los diarios, aunque la diferencia con las mujeres es reducida, y las personas entre 35 y 44 años, aunque tampoco en este caso se observan grandes diferencias y en contraste con lo ya señalado en los otros contextos donde la mayoría de lectores se sitúa en edades más avanzadas. Tampoco hay diferencias notables entre el nivel de conservadurismo y el uso que realizan de los diarios los egipcios participantes. El nivel educativo, sin embargo, sí resulta clave a la hora de emplear los diarios en el país. A mayor nivel educativo mayor es la elección de este medio para informarse. Mientras que un 62% de egipcios con título universitario acceden a las noticias a través de los periódicos, lo hacen solo un 5% de egipcios con educación primaria o inferior (Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute, 2016).

En cuanto al espacio de lectura de diarios priorizado, si en el caso de Marruecos, citábamos el hábito de leer diarios en espacios públicos como uno de los factores que agrava la crisis del sector de la prensa en Marruecos, en el caso de Egipto los datos que refleja el 'Arab Media Outlook 2016-2018' señalan que el espacio mayoritario de lectura de diarios en el país es el hogar, en un 43% de los casos, y seguidamente, los espacios de trabajo, en un 31%. Otros lugares para la lectura de diarios como los espacios públicos, en compañía de amigos o familiares etc. son mucho menos frecuentes (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017:136). En cualquier caso, todos estos datos presentados hasta ahora son estimaciones realizadas a partir de diversos estudios sobre la industria de la prensa en Egipto, pero como recogía WAN-IFRA en un informe sobre la

prensa en este país en 2011, no hay ningún órgano independiente en Egipto que recoga datos exhaustivos sobre la difusión, la circulación y el número de lectores de los diarios (Dawoud y Nelson, 2011), como sí ocurre en los otros contextos estudiados.

Los ingresos publicitarios en la industria de la prensa en Egipto han disminuido de manera notable desde 2010 tal y como expone el análisis de la Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute. El estudio estima que en 2010 los ingresos por publicidad en los diarios eran de 357 millones de dólares mientras que en 2015 los ingresos disminuyen hasta los 211 millones. En cualquier caso, los ingresos por publicidad de los periódicos egipcios suponen del total de ingresos publicitarios del mercado mediático en el país un 54% en 2015, mientras que en 2010 alcanzaban el 60% (Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute, 2016). Si atendemos a los datos que presenta el 'Arab Media Outlook 2016-2018' el gasto publicitario que se realizó en el mercado de la prensa en papel en 2014 fue de 22% del total de gasto publicitario en todo el mercado mediático del país. Para 2018 las estimaciones que hace el informe es que este gasto disminuya al 20%. A pesar de esta caída, la publicidad en papel sigue creciendo en Egipto en torno al 5%, aunque el crecimiento se ha reducido de manera significativa del año 2011 en adelante (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017:136). En números totales, los proporcionados por la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA, 2017b:81) en su informe de 2017 Egipto ha pasado de un gasto publicitario en diarios equivalente a los 90 millones de dólares en 2010 a algo más de la mitad de esa cifra en 2016, a los 47 millones de dólares.

Nos centramos ahora en el alcance y la función social que ha tenido la prensa en Egipto durante el desarrollo de algunos acontecimientos recientes en el país. Las revueltas que tuvieron lugar en Egipto son, quizá, el punto de partida de los virajes ideológicos de los periódicos, y de los cambios en sus líneas editoriales y en la evolución de la pluralidad de la prensa tras largos años de inmovilismo durante el régimen de Mubarak. El papel desarrollado por la prensa egipcia durante la cobertura de las revueltas de 2011 se podría clasificar según Hamdy y Gomaa (2012) en dos grandes tendencias, la adoptada por la prensa gubernamental que en los primeros momentos de las protestas adoptó una posición contraria a las manifestaciones y a favor del régimen establecido y, por otro lado, la de la prensa independiente que combina esta postura con la mayoritaria en las redes sociales en las que se apoya la revolución y se describe como un proceso que reclama libertad y justicia.

Sakr (2013), por su parte, que realiza un análisis de las transformaciones que ha experimentado el periodismo en Egipto del año 2005 en adelante considera que las transformaciones que ha sufrido el periodismo no se pueden desligar de los sucesos políticos y sociales ocurridos en el país. A pesar de que calificaba la situación del periodismo en el momento de escribir su libro, ya en el periodo en el que Abdelfatah Al-Sisi ostenta el poder, como parecida a la que se vivía durante el régimen de Mubarak, para la autora se han producido alteraciones en la práctica periodística que no se

pueden subestimar. Sakr en este trabajo, se refiere a las estrategias innovadoras llevadas a cabo por algunos medios convencionales, entre ellos, algunos diarios egipcios, a partir del comienzo de las revueltas en Egipto, de enero de 2011, y que tienen que ver con la integración de las fuentes online y offline y, por tanto, con la convergencia digital. Algunas de estas prácticas pasan por el empleo por parte de los medios convencionales del contenido difundido a través, tanto, de las redes sociales como espacios audiovisuales y que gracias a la presencia en estos medios tradicionales consiguen multiplicar su difusión; también la creación dentro de la estructura organizativa del medio de equipos dedicados a las redes sociales, la importancia concedida al periodismo activo y de verificación a nivel de calle, entre otras acciones.

Elmasry y el-Nawawy (2014) apuntan a que, durante el tiempo de gobierno de los Hermanos Musulmanes, en la era Morsi, los diarios experimentaron mayor diversidad política. Una conclusión a la que llegan los autores tras un análisis de contenido aplicado a tres diarios del país, Al Ahram-incluido en nuestra muestra-, el independiente Al Masry al Yom y Al Wafd- periódico propiedad del partido liberal y nacionalista del mismo nombre Wafd-. Durante este periodo, Al Ahram que durante el régimen de Mubarak había sido fiel a la versión oficial del gobierno se distancia de este rol y los otros dos diarios opositores se mantienen muy críticos con el gobierno de Morsi, incluso en mayor medida, que, con el régimen de Mubarak, argumentan Elmasry y el-Nawawy (2014).

Pero a pesar de la pluralidad en la era Morsi que sostienen estos autores y las transformaciones en el periodismo egipcio de las que da cuenta Sakr (2013), la prensa en Egipto, también junto con otros medios convencionales, ha sido, tras la caída de Mubarak y la entrada en el gobierno de Abdelfatah Al-Sisi, una de las principales vías de oposición a la revolución y un medio de empoderamiento para los actores anti-revolucionarios, según concluye Shehata (2017). El autor que realiza un estudio acerca de la participación política de los jóvenes egipcios y la relación entre su activismo y participación con el uso y alcance diferenciado de los periódicos y las redes sociales, sostiene que mientras que los diarios egipcios se relacionan directamente con la participación política de los jóvenes, ya que al estar controlados por el poder movilizan a sus lectores a participar, las redes sociales aunque también son una importante herramienta de información y un medio movilizador no son capaces de empoderar a los nuevos actores políticos a raíz de la represión por parte de los actuales actores en el poder. Actores que son apoyados por los medios masivos y, en especial, por los diarios egipcios. En la misma línea, Abdulla (2014) considera que los medios ya establecidos, sobre todo, los diarios y las cadenas de televisión en Egipto, han sostenido el discurso oficial del régimen actual y que apenas hay presencia de voces disidentes entre los medios convencionales, teniendo en cuenta que los medios afines a las corrientes islamistas han sido acallados.

La Constitución en Egipto vigente a partir del año 2014 respalda la libertad de expresión en el país. Sin embargo, al igual que ocurre en los tres países analizados con

anterioridad, se han empleado ciertas leyes incluídas en el código penal que pueden deteriorar el grado de libertad de prensa y de expresión en Egipto. La ley contempla penas de prisión por difamación a las figuras de autoridad, por la publicación de noticias falsas o que debiliten las instituciones (Dawoud y Nelson, 2011:45). Por ello, la autocensura está incorporada en el funcionamiento de los diarios: “La mayoría de los editores saben que líneas pueden y no pueden cruzar y monitorean activamente el contenido ellos mismos” (Dawoud y Nelson, 2011:45)⁷³. En cuanto a la regulación de la propiedad y concentración de los medios, aunque existe un importante número de diarios controlados por el estado o sobre los que este ejerce una gran influencia, la industria de la prensa en Egipto es algo más plural que el mercado de la radio y la televisión en Egipto, donde la Unión de Radio y Televisión Egipcia, ERTU en sus siglas en inglés, financiada y controlada por el gobierno, está a cargo de la difusión terrestre de todas las cadenas de radio y televisión nacionales. Las cadenas por satélite que quieren operar en el país están sujetas a la adjudicación de licencias por el organismo de autoridad general de inversión, GAFI en sus siglas en inglés, sin un criterio establecido (Abdulla, 2014:5).

No obstante, la publicación de diarios en el medio impreso también ha estado sujeta a una estricta regulación marcada por la Ley de Prensa 96/1996 que, entre otras obligaciones que deben cumplir los diarios, establecía los requisitos para que un diario pudiera funcionar. La obtención de las licencias necesarias para ello entrañaba en algunos casos, en función de la afinidad política del propietario del diario, el dilatamiento en el tiempo y el desvolso de importantes cuantías económicas. A raíz de estas trabas burocráticas, algunos diarios privados, sobre todo en la década de los 90, imprimían sus publicaciones en el extranjero, especialmente a Chipre, para no tener que pasar por el proceso de obtención de licencia para publicar en el país. Una vez impresos, estos diarios volvían a Egipto y se vendían como prensa extranjera (Dawoud y Nelson, 2011:39-45). Recientemente, en junio de 2018 está en proceso de aprobarse una nueva ley de medios que incluye, entre otras medidas, penas de cárcel o económicas por insultos a periodistas en el ejercicio de su profesión, la prohibición de que se ejerza presión sobre los periodistas para que revelen las fuentes, la regulación de los medios online-una de las principales novedades- y la creación de tres organismos reguladores: The Supreme Council for Media Regulation (SCMR)-para todos los medios-, The National Press Authority-para los diarios propiedad del gobierno y privados- y The National Media Authority-para los medios audiovisuales- (El-Sheikh, 2018, 14 de junio).

Reporteros Sin Fronteras (RSF) es contundente en su crítica al gobierno actual egipcio. En el apartado sobre Egipto del informe mundial de 2017 (RSF, 2017d) sostiene que el gobierno está persiguiendo duramente a los periodistas que puedan tener alguna

⁷³ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “Most editors know the lines they can and cannot cross and actively monitor content themselves” (Dawoud y Nelson, 2011:45).

afinidad con el ilegalizado partido de los Hermanos Musulmanes, también denuncia la ley de terrorismo aprobada en 2015 que obliga por el bien de la seguridad nacional a sustentar las versiones oficiales del gobierno cuando se comete algún atentado o advierte sobre la creación del Consejo Supremo para la regulación de los medios, SCMR en sus siglas en inglés que acabamos de citar, al considerar que supone otra forma de control a través de la supervisión de los medios por parte de este consejo designado por el presidente. El informe RSF (2017d) pone además de relieve la encarcelación preventiva a periodistas sin existir un cargo oficial, los bloqueos a medios digitales críticos con el gobierno, el ataque a medios catariés, entre ellos, la cadena Al Jazeera, tras la ruptura de las relaciones diplomáticas entre Egipto y este país, o la nacionalización de algunos medios privados. La situación no parece haber variado en el año 2018 y en la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa de 2018 elaborada por RSF Egipto ocupa el puesto 161, el mismo que en 2017, de entre 180 países (RSF, 2018a).

The Freedom House, otro de los organismos que evalúa la libertad de prensa en distintos países, estima que Egipto no es un país libre en cuanto a su estatus de libertad de prensa y de 100 puntos, la máxima puntuación que representa la total falta de libertad, Egipto obtiene 77. El entorno político es el entorno que más influye negativamente a esta situación seguido del marco legal y, finalmente, del económico. The Freedom House acusa al poder político en Egipto de un intento de supresión de cualquier atisbo de crítica hacia el gobierno mediante detenciones a periodistas y censura directa a los medios. En el plano legal, aunque se resaltan algunos aspectos positivos sobre la libertad de expresión que se incluye en la Constitución aprobada en 2014, también se señalan sus ambigüedades junto con otros puntos del código penal, por ejemplo, en el caso de incitación a la violencia, difamación, blasfemia o daño a la unidad nacional, que han sido *de facto* empleados para el encarcelamiento de periodistas. Finalmente, del aspecto económico, The Freedom House se refiere a la opacidad en cuanto a propiedad, gastos y beneficios de los medios y a la flaqueza económica del país que ha derivado en el cierre de medios, despido de periodistas o interrupciones de los contenidos (The Freedom House, 2017e). Egipto es de los cuatro contextos analizados el país con menor libertad de prensa y el peor valorado por los dos organismos empleados para ese fin en este apartado.

3.2.4.1 Al Ahram

Al Ahram, Las Piramides en su traducción al castellano, es probablemente el diario en activo más antiguo de Egipto y el más popular del país atendiendo a las estimaciones sobre su circulación y difusión y debido a su trayectoria como diario pionero de un nuevo estilo de escritura en lengua árabe. Fue fundado en 1875 por los hermanos de apellido Taqla. En sus inicios el diario se vendía no solo en Egipto sino en toda la región del Levante hasta que después de la revolución del país en 1952, con el gobierno del presidente Nasser en el poder, el diario se nacionalizó. El actual director del periódico es desde 2017 Abdel-Mohsen Salama (Ahram Online, 2017, 31 de mayo). Al Ahram es

un diario generalista en lengua árabe y de difusión nacional cuya modalidad de distribución de contenidos es muy variada y se asemeja a la que ofrecen los diarios españoles e italianos ya presentados. En la vertiente de pago, pone a la venta la edición impresa del diario con tres ediciones diarias locales y la edición digital impresa se puede adquirir a través de su página web mediante suscripción, con diferentes periodicidades, o mediante dos plataformas de adquisición y lectura de diarios al estilo de la plataforma en español 'Kiosko y más': la plataforma árabe Kotobi y la internacional Pressreader. Al Ahram publica además en soporte en papel una edición internacional en inglés para su distribución en el extranjero y otra en árabe para su distribución en los países del Golfo. En la modalidad gratuita, Al Ahram ofrece también un amplio contenido a través de su página web y redes sociales y espacios digitales asociados. Aunque la principal cabecera del periódico tiene una periodicidad diaria y se publica en lengua árabe, Al Ahram también publica semanalmente, en soporte impreso de pago y digital en abierto, Al Ahram Weekly y Al Ahram Hebdo, dos semanarios publicados en inglés y francés respectivamente que tienen un espacio digital propio enlazado en la web principal del diario. Al Ahram cuenta, además, con un espacio web en inglés, Ahram Online, al que se puede acceder también mediante la página principal del diario, que ofrece noticias, contenido multimedia, diversas secciones, tiene sus propias redes sociales asociadas, una actualización constante etc. y que funciona como una página web de noticias con absoluta autonomía del diario principal. Al Ahram traspasa, por tanto, las fronteras nacionales y pretende ser un diario de referencia sobre los acontecimientos en Egipto también a nivel internacional y, sobre todo, en la región MENA.

Al Ahram pertenece a la compañía propiedad del estado Al Ahram Establishment que además de publicar el diario Al Ahram, distribuye también en el país otros diarios y revistas internacionales y locales. Como recoge Zawya, el espacio con información financiera propiedad de Thomson Reuters, la compañía es operativa en otros sectores además del sector mediático y ofrece servicios informáticos y tecnológicos como el desarrollo de software y la distribución de equipamiento relacionado con las tecnologías de la información, servicios de impresión y traducción y también organiza eventos e invierte capital en compañías financieras e instituciones de educación superior (Zawya, 2017).

Según publica el estudio sobre la industria mediática en la región MENA llevado a cabo en 2016 por la Northwestern University in Qatar y el Doha Film Institute, Al Ahram Establishment, la compañía propietaria del diario, ocupa el 22% del total de circulación de prensa en el país en el año 2015. Es el grupo con mayor circulación de prensa en Egipto, pero solo a un punto de distancia de otras dos compañías públicas: Dar Akbar El Yom, editorial que publica Al Akhbar diario propiedad del estado, y de la empresa Dar Al Tahrir Publishing. & Printing, editor del diario también estatal Al Gomhuria. Como vemos, la prensa propiedad del gobierno ostenta más de la mitad de la circulación total en el país. Dawoud y Nelson (2011) sostienen que parte de la gran circulación de Al

Ahram proviene de lo que califican como distribución forzada ya que muchos empleados del gobierno están obligados a disponer diariamente de uno o más periódicos propiedad del estado (Dawoud y Nelson, 2011:41). Las cifras de circulación se trasladan al mercado de los ingresos publicitarios donde Al Ahram destaca con más fuerza incluso que en términos de circulación, obteniendo según este mismo estudio el 44% del total de ingresos publicitarios de diarios en el país en el año 2014. El siguiente diario en cuanto a ingresos publicitarios, Al Akhbar, obtiene un 23% del total de ingresos (Northwestern University in Qatar y el Doha Film Institute, 2016).

Como diario propiedad del gobierno, la línea editorial de Al Ahram está estrechamente alineada con las acciones y versiones oficiales del estado. No obstante, ya hemos visto en el apartado anterior que durante el periodo en el que Morsi ostentaba el poder, Al Ahram parecía distanciarse de la tendencia del medio a ser propaganda del gobierno (Elmasry y el-Nawawy, 2014). También en un periodo más reciente, ya con Al Sisi en el gobierno, el diario ha adoptado en ocasiones posturas más críticas y se ha visto perjudicado por ello. En 2015 el diario publicaba un informe donde se relataba la violencia policial (Nader, 2015, 26 de abril), un año más tarde en 2016 el diario escribía una editorial donde cuestionaba las actividades de las fuerzas de seguridad y ese mismo año una de las columnas que iba a ser publicada en el diario fue censurada (Mansour, 2016, 5 de mayo). También en las 2016 dos periodistas del diario fueron sentenciados, con pena de cárcel para uno y sanciones para el otro, acusados de publicar información falsa (Daily News Egypt, 2016, 1 de agosto).

A pesar de la tradición que ostenta la edición impresa del diario y su gran circulación, como estiman algunos estudios, como se puede apreciar a través de un repaso a la web del diario y al contenido que se publica en la misma y en otras plataformas relacionadas, la digitalización de los contenidos y la apuesta por el entorno digital es visible en el diario Al Ahram gracias a una amplia oferta de contenidos divididos en diversas secciones, la posibilidad de acceder al archivo digital de la edición impresa, su oferta de ediciones con distinta periodicidad y en distintas lenguas etc. En definitiva, una propuesta acorde con el desarrollo que experimentan los ejemplos de la prensa española e italiana analizados.

En esta investigación hemos optado por incluir el diario Al Ahram como parte de la muestra de Egipto por su trayectoria y popularidad en el país y por ser un diario propiedad del estado, con lo que esta realidad implica en términos de línea editorial.

3.2.4.2 Al Dostur

Al Dostur, cuyo significado en castellano es Constitución, es el diario de propiedad privada y de difusión masiva más antiguo de Egipto (El-Bendary, 2010), es decir, los diarios que existían previamente a Al Dostur o bien eran de propiedad gubernamental o de partidos políticos o si existía anteriormente algún diario de propiedad privada su alcance era reducido y no masivo. No obstante, a pesar de ser el diario más antiguo con estas características es un diario joven puesto que comenzó a publicarse en 1995. En sus

inicios se publicaba con periodicidad semanal y desde Chipre, como parte de la tendencia ya citada durante la década de los 90 entre algunos diarios de propiedad privada en Egipto, también calificados como prensa independiente, que se imprimen desde el extranjero para evitar, así, el largo proceso burocrático, y a veces fallido, en la obtención de la licencia que permite publicar desde el país (Dawoud y Nelson, 2011:39-45). El director actual del diario es Mohammed Al-Asiri. La modalidad de distribución del diario es más básica que en el caso del diario Al Ahram y apuesta en mayor medida que este por la gratuidad de los contenidos ya que a excepción de la edición impresa del diario, a través de la página web se puede acceder a todo el contenido en abierto y hasta se puede descargar la edición digital impresa del diario. Al Dostur es un diario que difunde información general de alcance nacional, aunque también concede importancia a las informaciones locales y en su página web publica información diferenciada por regiones. Al igual que el diario Al Ahram, aunque de forma algo más modesta, desde la página web del diario se puede acceder a otro espacio digital de carácter internacional llamado International Club, en árabe y también cuenta con su edición en inglés, donde se publican informaciones relacionadas con la política exterior de Egipto y asuntos de Oriente Medio.

A diferencia del resto de diarios que componen la muestra, hasta donde hemos podido conocer debido a la escasez de información publicada al respecto, Al Dostur no pertenece a un grupo mediático o editorial que tenga actividad en otras industrias mediáticas u otros sectores. El diario es propiedad de la Fundación Al Dostur para la Prensa y las Publicaciones, empresa creada con el fin de editar y publicar este diario. El diario cambio de propiedad en el año 2010 y paso a manos de Al Sayed Al Badawy, empresario y líder del partido político nacionalista Wafd (Nafaa, 2010, 9 de octubre). Desde entonces, se le atribuye un giro en la línea editorial del diario y es uno de los ejemplos que ponen Dawoud y Nelson (2011:39) cuando se refieren a que los diarios privados en Egipto no llegan a ser del todo independientes ya que no están exentos de las relaciones de dependencia con figuras de poder.

Como hemos citado anteriormente, no hay en Egipto ningún organismo independiente que audite la tirada, difusión y circulación de los diarios en el país (Dawoud y Nelson, 2011) por lo que no estamos en disposición de ofrecer datos actualizados y fiables sobre el grado de popularidad de este diario. No obstante, al igual que ocurre con Al Ahram, algunos análisis realizan estimaciones aproximadas y publican algunas cifras al respecto. Aunque no se incluye en el último informe de Arab Media Outlook, Al Dostur sí se menciona en el informe anterior publicado en 2012 donde se presenta como el quinto diario más leído en Egipto que aumento su popularidad del 5% en 2009 al 11% en 2012 (Dubai Press Club y Deloitte, 2012:29).

A pesar de su joven recorrido como periódico, Al Dostur ha sufrido varias recaídas consecuencia de ser el diario opositor por excelencia durante el régimen de Mubarak (Benaziz, 2015), aunque los recientes cambios de propiedad han transformado su

tradicional posicionamiento opositor. En 1998 el gobierno egipcio cierra el diario y le acusa de incitación sectaria por publicar una carta de un grupo islamista que contenía amenazas de muerte dirigidas a algunos empresarios cristianos (Al-â€™sar, 2010, 10 de agosto). Al Dostur vuelve a editarse en 2005 ya con licencia del país y pasa de ser un semanario para convertirse en un periódico de periodicidad diaria en 2007 (Rizk, 2016). Durante el régimen de Mubarak con Ibrahim Eissa como editor en jefe de Al Dostur, el diario alcanza una gran popularidad. Entre otras razones, por su particular estilo de escritura, por congregarse aclamados periodistas y por tratar temas controvertidos y ser uno de los medios más críticos con el gobierno y otros poderes en Egipto. Como apunta el propio Eissa en una entrevista recogida por Benaziz (2015) el diario con su carácter moderno, irreverente, escrito en dialecto egipcio y cargado de humor e ironía ha logrado forjar un vínculo estrecho con sus lectores. Un estilo el del Al Dostur que según Eissa ha sido el mismo que han empleado los jóvenes durante la revolución en el país, con sus lemas burlones y críticos (Benaziz, 2015:38). Este autor también sostiene que parte del éxito del diario se debe a que ha sido lugar de escritura habitual para grandes escritores y periodistas egipcios que no podían expresarse a través de sus medios habituales. Durante el régimen de Mubarak, Eissa ha sido varias veces condenado por perjudicar la seguridad nacional y alterar el orden público (CPJ, 2008, 29 de septiembre). En 2010, después del cambio de propiedad del diario, tras el que poco después fue despedido Eissa, al diario se le atribuye un giro en su línea editorial que le distancia de su tradicional rol opositor, sobre todo, en la actualidad, con posiciones cercanas a Al Sisi.

Recuperamos el análisis que hace Abdulla (2014), citado en el apartado sobre la prensa en Egipto, cuando afirma que actualmente entre los medios ya establecidos en Egipto apenas se observan voces disidentes. No obstante, tanto en la era Morsi como con el actual gobierno de Al Sisi el diario también se ha visto cohartado en el ejercicio de su labor. Por poner algunos ejemplos, en 2012 un número de Al Dostur fue retirado alegando que contenía insultos al presidente Morsi (Ali, 2012, 12 de agosto). En 2014, la periodista del diario Mayada Ashraf murió mientras cubría unas protestas entre las fuerzas de seguridad y los simpatizantes de los Hermanos Musulmanes (CPJ, 2014, 28 de marzo). En 2015, arrestaron al periodista del diario, Abdel Halim, acusado de delitos que el diario defiende que no cometió y que considera consecuencia de las críticas del diario a las fuerzas de seguridad (Youssef, 2015, 20 de abril) y, ese mismo año, arrestarán al fotoperiodista de Al Dostur Mohamed Alaa tras una disputa con un miembro de las fuerzas de seguridad (Khater, 2015, 28 de octubre).

En cuanto a las transformaciones experimentadas por el diario a raíz del desarrollo de nuevas tecnologías, la apuesta por el entorno digital en el caso del diario Al Dostur es más que evidente. Una muestra de ello es, al igual que hace el diario Al Ahram con el espacio de Ahram Online, la creación de espacios alternativos a la página web principal del diario a los que se puede acceder a través de esta página y que funcionan como espacios web de información con plena autonomía respecto al diario principal. De

hecho, cada espacio tiene un editor diferente, aunque todos ellos están bajo la dirección del presidente de la empresa editorial Mohamed El Baz. Al Dostur cuenta, en concreto, con 6 espacios de este tipo, el ya citado International Club sobre política exterior y la región MENA y otros dedicados al deporte, la educación, el islam político, un espacio dedicado a entrevistas y otro que contiene información sobre los países del Golfo. Cada espacio administra, además, sus propias redes sociales. Se observa, por tanto, en el grupo editorial de Al Dostur una tendencia que apuesta por la especialización y la separación de contenidos en el entorno digital que va más allá de la división que ofrecen las tradicionales secciones de los diarios.

Hemos optado por incluir el diario Al Dostur en la muestra de esta investigación por la naturaleza privada o independiente de su propiedad, por ser uno de los diarios de oposición referentes en Egipto-a pesar del mutismo o discreción más reciente- y por liderar un estilo periodístico cercano a la crítica ácida empleada por los jóvenes durante las revueltas de 2011 en el país.

Capítulo 4

El género periodístico, la construcción social de la realidad aplicada a la información periodística y la teoría de la agenda temática, tres fundamentos teóricos

A lo largo de este capítulo trataremos de abordar tres de los aspectos teóricos en la investigación en periodismo y comunicación que fundamentan los análisis que expondremos a continuación sobre el tratamiento informativo de los jóvenes en la prensa. Por un lado, realizaremos una revisión de los géneros periodísticos, de sus características, principales elementos y evolución en el periodismo actual, y nos referiremos, en especial, a los géneros informativos e interpretativos y a su aplicación en el ámbito de la prensa; como principios que conducen a la elección de las piezas periodísticas que componen nuestra muestra. En segundo lugar, describiremos la teoría de la construcción social de la realidad aplicada a la información periodística de manera que podamos entender cómo funcionan los fenómenos descritos por esta teoría en relación con la información mediatizada sobre los jóvenes. Finalmente, atenderemos la noción de la agenda temática y su establecimiento desde donde partir, para interpretar después, de qué forma los jóvenes y las informaciones relacionadas con ellos forman o no parte y de qué forma de la agenda temática de los medios seleccionados y que relevancia puede tener este hecho más allá del propio medio.

4.1 El género periodístico: de la información a la interpretación

Mejía Chiang (2012) en su análisis sobre los géneros periodísticos realiza un exhaustivo repaso sobre el origen de estos y las funciones asociadas en base a las teorías desarrolladas por diferentes autores. Así, gracias al trabajo de Mejía Chiang (2012:202-204) distinguimos entre la definición de género periodístico que propone Kayser (1966) para el que los géneros surgen más a raíz de la experimentación con diversas estructuras del discurso que por la intención de crear un sistema riguroso, la importancia que concede Martínez Albertos (2004) a los géneros periodísticos que los considera principios fundamentales que hacen que el periodismo se base en un fundamento científico, los géneros como las posibilidades estéticas y creativas que describe Gutiérrez Palacio (1984), como informadores de la percepción de los hechos que propone González Reyna (1999), como elementos ordenadores entre la forma y contenido según Armañanzas y Díaz Noci (1996) o desde el punto de vista del receptor como elementos de utilidad para interpretar diferentes textos (Rodríguez Pastoriza, 2006) y, finalmente, desde el punto de vista del profesional y estudiante de periodismo como componentes que dotan de credibilidad la labor del periodista (Casals Carro, 2005) y como principios básicos para el estudio de la profesión (Gomis, 1991; Santamaría, 1994; Martínez Albertos, 2004; Rodríguez Betancourt, 2004).

Al referirnos a la teoría de los géneros periodísticos y, en concreto, sobre el género informativo se genera el ya conocido debate sobre la objetividad de la información periodística. Para Saad Saad (2010) a través de la información que difunden los medios se construye un reflejo de la realidad, que el autor llama “para-realidad”, que al percibirla como única y verdadera se desprende del proceso en la que fue creada y llega a sustituir esa existencia previa por la que se genera la información, es decir, llega a convertirse en el hecho previo, en la propia realidad. Para el autor la idea sobre la objetividad instalada en algunas corrientes del periodismo se basa más en una visión sobre la objetividad desde el punto de vista deontológico, entendida como el deber ético del periodista por ser fiel a la verdad, que, desde el punto de vista epistemológico, como una reflexión que cuestiona qué verdad, cómo se crea, de donde proviene, etc. (Saad Saad, 2010:22).

Saad Saad (2010) argumenta que esta noción de la objetividad se origina como parte del desarrollo de la prensa y de las prácticas que se popularizaron en torno al ideal sobre como redactar una noticia: la necesidad de adaptarse a la teoría de las 5W-que más tarde se convertirán en 6 al añadirse el Cómo al Qué, Quién, Cuándo, Dónde y Por qué- coartando la escritura libre del periodista y la despersonalización de la información o el hecho de tener que sustraer el yo del informador negando así la subjetividad e interpretación del periodista. En definitiva, unas prácticas que apuntaban a esa noción de objetividad periodística como forma de aproximación ideal a la hora de informar sobre los hechos (Saad Saad, 2010:23). No obstante, el autor, apoyándose en las ideas de diversos teóricos apuesta por una noción de objetividad alejada de estos supuestos. El autor presenta la idea de que en base a esta forma de entender la objetividad se describen los hechos separados de las relaciones de clase en los que se producen (Rodrigo Alsina, 2005). Unas relaciones de clase, enumera Saad Saad, que se fundamentan en la distancia respecto al acontecimiento, una distancia que cada vez es menos geográfica y que está más motivada por otros vínculos de carácter no espacial, y en otros factores- algunos ya tratados en el capítulo anterior- como las directrices de los propietarios y gerentes sobre los periodistas, los vínculos con los publicistas que pueden guiar el tratamiento de los contenidos u otros intereses políticos y económicos que pueden subyacer detrás de esa aparente objetividad.

Por tanto, de esta forma, para el autor se acostumbra a confundir la objetividad con la neutralidad y “[...] mientras la primera es deseable, la segunda no es ni tan siquiera posible” (Saad Saad, 2010:24). Por todos estos motivos, el autor defiende que el periodismo que busca la información desligada de la sensibilidad del periodista, de su ejercicio de interpretación de los hechos, logrará crear una información esterilizada que no apelará al lector. Saad Saad (2010) considera que el periodismo actual ha logrado evolucionar hasta rechazar en algunos casos esa pretendida objetividad. Como antítesis de esta noción, por ejemplo, nombra el estilo o corriente periodística conocido como periodismo narrativo o literario que apuesta por alejarse de la difusión de una noticia

para pasar a contar una historia. Ejemplos de este periodismo narrativo son los reportajes y las crónicas que posibilitan para el autor la introducción de otros enfoques y perspectivas, en la línea de la narración no solo de unos acontecimientos realistas sino de la historia que los envuelve (2010:26-27), como ahora veremos. Casualmente, Saad Saad (2010) considera apoyándose en Martín Vivaldi (1987) que es labor de los periódicos, precisamente, ahondar en el porqué de la historia, en su complejidad, tirando de la subjetividad como mecanismo interpretativo, puesto que la mayoría de las informaciones que se publicarán en el diario, sobre todo impreso, ya han sido tratadas con anterioridad por otros medios de comunicación más inmediatos como la televisión o la radio. Para el autor “De la aldea global se pasó, a ritmo de vértigo, a la esquina mediática” (2010:30) y en esta esquina, la pretendida objetividad tal y como la describe en su trabajo es incapaz de ahondar en el por qué y para qué de los hechos. Esta distinción entre los diarios y otros medios de comunicación en cuanto a la capacidad interpretativa de los primeros es también desarrollada por otros autores (Moreno Espinosa, 2000; Mejía Chiang, 2012).

Mejía Chiang (2012), por su parte, establece que el periodismo interpretativo se desarrolla durante la segunda mitad del siglo XX con la llegada de la televisión como medio masivo, a raíz de lo cual se reestructuran los géneros periodísticos y comienza a emplearse una configuración de la información más interpretativa y explicativa. El propio Mejía Chiang basado en el estudio de Martínez Albertos (2001) recoge la transformación que ha experimentado la redacción periodística que se distingue en tres principales fases: el periodismo ideológico, donde predominan las valoraciones y apreciaciones, el periodismo informativo, donde se enfatiza la objetividad de los hechos en línea con la pretendida objetividad que reprueba Saad Saad (2010), y, finalmente, el periodismo explicativo o interpretativo, un periodismo que hace gala de la información en profundidad y del que surgen los géneros de la crónica y el reportaje (2012:206).

Podríamos señalar que de la fase del periodismo informativo en adelante surge la moderna clasificación de los géneros periodísticos que divide en tres grupos el contenido periodístico: el género informativo, de opinión e interpretativo. Hasta entonces, como afirma Peñaranda (2000) predominaba la división de tradición anglosajona que diferenciaba entre las noticias, *news*, y los comentarios, *comments* y fue, sobre todo, como apunta el autor, gracias al desarrollo de la categoría de interpretación que abanderó la revista estadounidense Time- Fernández Parratt (2008) menciona también las revistas Newsweek y Reader’s Digest-, cuando se asentó un tercer género, el interpretativo, y se añadió a los hasta entonces diferenciados géneros informativos y de opinión. Fernández Parratt (2008) sitúa el auge del género interpretativo, también llamado género híbrido, durante la época conocida como Nuevo Periodismo que tuvo lugar a partir del crecimiento de la televisión, de los años 60 en adelante. La autora, además, añade una nueva etapa al periodismo que se inicia en la década de los 80 con el periodismo de servicio o periodismo social que complementa el

tipo de periodismo desarrollado hasta el momento ofreciendo a los lectores información de carácter más práctico y cotidiano.

No obstante, la clasificación de los géneros periodísticos y, sobre todo, la descripción de cada una de las categorías de la clasificación y los límites de las mismas no es algo consensuado tampoco en la actualidad atendiendo a las diversos análisis y autores que se han pronunciado al respecto. Fernández Parratt (2008) considera que los contrastes entre las diferentes clasificaciones se deben principalmente a tres motivos: la falta de precisión del periodismo como ciencia no exacta, las variaciones espaciotemporales que transforman el periodismo en función del tiempo y de cada contexto geográfico y la óptica subjetiva del autor que elabora cada clasificación. Yanes Mesa (2003) sostiene, por ejemplo, que algunos autores no distinguen entre el género de opinión y el interpretativo argumentando que la interpretación de ser explícita equivale a la opinión y la interpretación implícita ya está presente en todas las piezas periodísticas.

Volvemos a citar a Mejía Chiang (2012) para recuperar el análisis que realiza el autor sobre las diversas clasificaciones en torno a los géneros periodísticos. Según el autor, estas clasificaciones atienden a tres grandes grupos. En primer lugar, Mejía Chiang agrupa a los autores que realizan su clasificación sobre los diferentes géneros periodísticos en base al grado interpretativo de las piezas periodísticas. Así, bajo esta perspectiva, se distingue entre tres niveles interpretativos, desde un primer grado que se refiere a la reproducción de las fuentes, pasando por un segundo grado que corresponde a la exposición crítica de los hechos donde se describe el cómo y porqué y un tercer grado donde el periodista habiendo pasado por los dos grados anteriores procede a realizar un análisis en profundidad. Dentro de esta visión, Mejía Chiang agrupa a autores como Gomis (1987), Edo (2003) y Fernández Parratt (2008).

Una segunda modalidad en cuanto a clasificación de los géneros periodísticos es la que apuesta por una serie de piezas híbridas que contienen características tanto informativas como valorativas. Los autores que apuestan por esta categorización incluyen, por ejemplo, dentro del género híbrido, la crónica y el reportaje (Martín Vivaldi, 1998; Hernando Cuadrado, 2000; Yanes Mesa, 2004). Mejía Chiang (2012) distingue entre un tercer modelo, el que plantea Martínez Albertos (2001) quien, más allá de los modelos típicos de los géneros periodísticos, detalla una serie de subgéneros en base al estilo y modalidad de escritura y la función psicológica que cumple cada subgénero. Así, por nombrar algunos ejemplos, en un primer nivel informativo se situaría el reportaje de acción o reportaje de citas, la entrevista, cuya función es informar y donde predomina una modalidad de escritura narrativa y descriptiva. En un segundo nivel informativo coloca el reportaje interpretativo o la crónica que se distingue por una función interpretativa y una modalidad de escritura basada en la exposición de los hechos y de las razones.

En esa misma línea, congrega Mejía Chiang (2012) a los autores Casals Carro (2005) y Ulibarri (1994) que elaboran, por su parte, otras clasificaciones de los subgéneros periodísticos basándose en otros aspectos como el tratamiento lingüístico, las fuentes empleadas, los recursos expresivos etc. Finalmente, Mejía Chiang (2012) cita las taxonomías elaboradas por otros autores bajo el epígrafe de 'Otros esquemas'. En este apartado, agrupa las clasificaciones que se alejan de la división convencional de los géneros periodísticos en los que incluye los trabajos de autores como Borrat y Muñoz (citados por Abril Vargas, 1999) quienes enumeran diversos subgéneros apoyados en la hibridación de las técnicas narrativas, de Sánchez y López Pan (1998) que abogan por alejarse de la dicotomía entre objetividad y subjetividad para la clasificación de los géneros periodísticos o Armentia y Caminos (2002) que resaltan en su clasificación los elementos no lingüísticos (Mejía Chiang, 2012:207-214).

Fernández Parratt (2008), por su parte, sostiene que los estudios sobre los géneros periodísticos en el entorno académico se podrían distinguir en torno a las influencias ejercidas desde cuatro contextos geográficos: el estadounidense, el español, el alemán y el francés. Cada contexto está representado por teóricos que según la autora han creado, gracias a sus aportaciones, unas tipologías universales de géneros periodísticos que resultan esenciales a nivel didáctico en el estudio del periodismo. Aunque Fernández Parratt (2008) también reconoce que, sobre todo, tras el desarrollo de los géneros interpretativos y los géneros híbridos se ha instalado un debate sobre la legitimidad actual de los géneros periodísticos ante la dificultad de diferenciar la información de la opinión. La autora defiende, sin embargo, que este no es un debate nuevo, que no es posible rechazar las disparidades evidentes entre algunos géneros y que, en concreto, la misma prensa distingue de forma manifiesta, a pesar de incluir cada vez textos híbridos de difícil clasificación, entre los contenidos informativos y valorativos y apunta a la controversia en torno a la objetividad, que introducíamos anteriormente de la mano de Saad Saad (2010), como base del escepticismo en torno a los géneros periodísticos.

Una de las discusiones surgidas en torno a la hibridación de los géneros que tiene su origen, sobre todo, en la televisión y en la teoría sobre la mercantilización de la información es la aparición de lo que algunos llaman un nuevo género, el infoentretenimiento (Ortells Badenes, 2009), una modalidad periodística que a pesar de contener funciones informativas viene determinada por el entretenimiento como fin último. Para Ortells Badenes (2009) aunque refiriéndose, en particular, a la noticia televisiva, describe el infoentretenimiento como parte de un proceso de mercantilización de la información en el que la información pasa de ser un bien para convertirse en un producto insertado dentro de las industrias culturales. Como el fin último es vender el infoentretenimiento es la apuesta de algunos espacios por atraer a la audiencia decantándose por el aspecto humano de la información, la espectacularización y el sensacionalismo en detrimento de las noticias consideradas, en

términos de la autora, más “duras” (Ortells Badenes, 2009:343). Aunque la autora considera que el infoentretenimiento se produce sobre todo en la televisión, también en la prensa se dan ejemplos de este tipo, incluso respecto a asuntos que podríamos calificar de noticias “duras” como la crisis económica, resultado que se apunta en la investigación de Berrocal Gonzalo, Redondo García y Torres Chico (2015). Morera Hernández (2016), por su parte, considera que el infoentretenimiento es una característica de la prensa digital en España y en su análisis de la edición digital de 5 diarios españoles-entre los que se encuentran parte integrante de nuestra muestra, el diario ABC y El País- acaba concluyendo que los diarios analizados se asemejan más a una revista que a un periódico dada su apariencia, tratamiento informativo y por las consultas destacadas de sus lectores (consulta de noticias llamativas, amarillismo, anécdotas etc.).

Con las innovaciones tecnológicas y la digitalización de los contenidos ya hemos contemplado en el capítulo anterior como la prensa convencional ha optado por diversas estrategias de negocio para revitalizar el sector y reconducir el desvío de los lectores hacia otros medios de comunicación. Estas estrategias también pasan por la actualización de las estructuras narrativas en los diarios digitales apostando por los recursos también a nivel de contenido que ofrece el entorno digital. Bajo esta perspectiva, podríamos concluir que el desarrollo tecnológico ha revolucionado las características de los géneros periodísticos tradicionales y ha conformado, para algunos autores, un nuevo género categorizado como cibergénero (Díaz Noci y Salaverría, 2003; Fernández Parratt, 2008). Para Fernández Parratt (2008) en los medios digitales podemos encontrar los géneros tradicionales de la prensa en papel que se adaptan al nuevo entorno, pero añadiendo, además, otras funcionalidades que no poseen en el medio impreso. Además de la adaptación de los géneros tradicionales, gracias a la red, también se han creado otros géneros propiamente cibernéticos como la crónica de urgencia, los foros de discusión, las entrevistas realizadas por los propios lectores, encuestas online, debates sobre temas de interés o de actualidad e infográficos interactivos.

Una vez revisados los géneros periodísticos, su evolución y las diversas clasificaciones que establecen los autores, pasamos a considerar, algunas de las características de las piezas periodísticas que corresponden, de forma más o menos consensuada por algunos autores, a los géneros periodísticos informativos e interpretativos. En particular, nos centraremos en la noticia, la crónica, el reportaje y la entrevista como subgéneros más populares y los más visibles en nuestro análisis. Comenzamos por la noticia por ser la pieza periodística por excelencia, el modelo prototípico dentro del género informativo y una de las composiciones periodísticas más frecuentes en la prensa, también en nuestra muestra. Moreno Espinosa (2000:173) recoge una de las definiciones de la noticia periodística que concede Martínez Albertos que por su sencillez abarca, a grandes rasgos, el significado de uso común que tiene esta pieza periodística que el

autor define como un suceso ocurrido en la realidad y que por su interés general es recogido e interpretado por un medio de comunicación y difundido a un público más o menos masivo. La noticia, por lo general, suele responder a una serie de interrogantes, la ya mencionada teoría de las 5W (o 6 más recientemente) (Saad Saad, 2012) y como recuerda Moreno Espinosa (2000:173) a una forma de estructurar la información conocida como pirámide invertida, es decir, la información general y esencial se sitúa al inicio de la noticia y conforme se va avanzando en la información se van conociendo otros detalles y datos más particulares. En esa línea, también podemos incluir como propiedad general de la noticia periodística el principio de la relevancia que mencionan van Dijk (1990) en base al cual la información más relevante se sitúa al principio y se va avanzando hacia otros detalles de menor trascendencia. Este principio se relaciona, como afirma van Dijk, no solo con el proceso de producción informativa sino con cómo el lector se aproxima a la información, en un ejercicio de análisis superficial (Dijk, T. van, 1990:254).

En general, de las numerosas definiciones y propiedades atribuidas a la noticia destacamos algunas de las atribuciones más consensuadas por diversos autores, en su mayoría de habla hispana, que aglutina Yanes Mesa (2003) en su trabajo de aproximación a la noticia. Así, la noticia se caracteriza por disponer de una estructura textual diferenciada del resto de piezas periodísticas (Núñez Ladevéze, 1995; Martínez Vallvey, 1996), por un estilo lingüístico determinado (Dijk, T. van, 1990) por contener acontecimientos de interés público (Muñoz González, 1994; Hernando Cuadrado, 2000), actuales, verídicos, novedosos (Martín Vivaldi, 1986; Rodríguez Jiménez, 1991; Hernando Cuadrado, 2000), se distingue también por su brevedad y claridad (Martín Vivaldi, 1986; Rodríguez Jimenez, 1991), por su proximidad e introducción de un conflicto que genere suspense (Warren, 1975), distanciamiento entre el periodista y el receptor (Dijk, T. van, 1990) y como afirma el propio Yanes Mesa (2003) la noticia no debe contener elementos de interpretación explícita, es decir, de valoración subjetiva del periodista (Yanes Mesa, 2003).

En cuanto a la evolución del género de la noticia en el entorno digital, Trillo Domínguez y Alberich-Pascual (2017) plantean que este entorno nos permite pasar de la tradicional pirámide invertida que ha caracterizado la estructura de la noticia a un cubo de Rubik en el que se inserta la teoría de las 5W pero de manera que la respuesta a cada pregunta abra un nuevo camino caracterizado por la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad. En definitiva, los autores apuestan por un nuevo modelo de noticia transmedia que bebe del audiovisual y de la ficción en su formulación para reproducir acontecimientos informativos sin que por ello se reste credibilidad a la información sino más bien se cree una relación de confianza con nuevas audiencias. Para Trillo Domínguez y Alberich Pascual (2017) en el caso de la noticia transmedia que describen, más que considerar que se trata de un nuevo género categorizado dentro de los cibergéneros, creen que se trata más bien de un proceso de deconstrucción de la noticia en el que

estos nuevos recursos como la imagen o el sonido junto con el texto equivalen a la entrada convencional de la noticia en la que se incluyen las 5W (2017:1097). Por tanto, a ese efecto, esta característica tradicional de la noticia seguiría intacta, pero con otra forma y apariencia.

La crónica periodística es otra de las piezas periodísticas que nos encontramos en nuestra muestra de análisis. La crónica que debe su origen a la literatura es un símbolo del periodismo literario y una modalidad narrativa de origen latino (Gil Gonzalez, 2004). Quizá, por ello, la mayoría de autores sitúan la crónica en el contexto latino y menos dentro del periodismo anglosajón (Moreno Espinosa, 2000; Yanes Mesa, 2006; Angulo Egea, 2017). Para Moreno Espinosa (2000) la crónica en su adaptación al periodismo se adecua a la información de actualidad, pero sin perder su naturaleza interpretativa y personal. La crónica estaría así inserta en un género híbrido que tratará de aunar las propiedades informativas con otras más valorativas. Tres son las características que le atribuye la autora a este subgénero periodístico: limitación temporal y espacial de lo narrado, el carácter testimonial del narrador y la presencia de valoraciones por parte de este pero enmarcadas en la presentación de los hechos que se están narrando (Moreno Espinosa, 2000:175-176).

Fernández Parratt (2008) considera que la crónica es un género difícil de describir puesto que su desarrollo y características difieren entre los diferentes contextos geográficos. Dentro del contexto del periodismo español, no obstante, la autora presenta como propiedades de la crónica su base informativa que da lugar a escribirla, su relación con el reportaje interpretativo en cuanto ambas piezas profundizan y analizan los hechos de forma personal, la implicación del periodista que realiza un testimonio directo interpretando los hechos y una continuidad del periodista en su función de cronista que es, además, un especialista en el tema, en el caso de la crónica temática, o conocedor del contexto geográfico sobre el que escribe, en el caso de la crónica local o del corresponsal (Fernández Parratt, 2008).

Rescatamos una cita de la autora Angulo Egea (2017) que entre las múltiples descripciones de la crónica que incluye en su libro hace hincapié en la mirada del cronista y sostiene que: “Una crónica es en primer término una forma de mirar que encuentra un estilo de narrar. Una vez que encuentra esa voz, que reproduce esa particular forma de mirar, digamos que se exploran posibilidades, herramientas, recursos” (Angulo Egea, 2017:25). Del mismo modo, la autora subraya también la importancia de lo se está representando a través de la crónica como elemento característico de la misma: “Lo importante en las crónicas no es el desplazamiento, sino lo que abordan, cómo lo tratan, cómo nos representan un territorio, cómo nos hablan del otro y, por un juego de espejos, de nosotros mismos (Angulo Egea, 2017:23).

En cuanto al reportaje es según Moreno Espinosa (2000) el género que más posibilita al periodista el tratamiento autónomo de la información y la inclusión de diferentes

recursos expresivos. En el reportaje tienen cabida, además, otros subgéneros, como el que veremos a continuación, la entrevista, y está caracterizado según la autora por un mayor nivel de profundización con respecto a otros subgéneros tanto en la descripción como en la interpretación de la información (2000:178-179). Por compararlo con la noticia: “[...] el reportaje lo que intenta no es descubrir noticias, sino profundizar en ellas” (Moreno Espinosa, 2000:178). Para Fernández Parratt (2008) el reportaje interpretativo es necesario como pilar de las sociedades democráticas ya que es indispensable que los lectores no solo lleguen a conocer los hechos, sino que los entiendan de manera profunda y detallada, algo que según la autora no se consigue a través de la brevedad carente de interpretación de los textos rigurosamente informativos. Por su estructura, contenido y lenguaje empleado, como describe Fernández Parratt, por lo general el reportaje da cabida a contenido de carácter más humano, contenido actual pero no estrictamente noticioso y conserva un estilo literario (empleo de recursos expresivos, no sigue la norma de la pirámide invertida para estructurar la información etc.) que le permite cautivar y mantener la atención del lector hasta el final. Claro que como recoge la propia autora citando la aportación de Martín Vivaldi (1998) y la tipología de reportajes que elabora el autor, en la modalidad de reportaje estándar que describe Vivaldi, no hay cabida para las valoraciones y se sigue por lo general la estructura de la pirámide invertida, similar a la noticia, pero con información ampliada. El reportaje en profundidad o reportaje interpretativo, en cambio, tiene una estructura más libre y puede incluir valoraciones y recursos expresivos y se asemeja más con la descripción de las características del reportaje que ofrece la autora.

En esa misma línea, para Echevarría Llombart (2011) el reportaje se caracteriza por “conciliar realidad y creatividad, el apego a los hechos con la capacidad de imaginación, lo utilitario con lo estético” (2011:19), por guardar relación con la actualidad, pero no estar sometido a ella como la noticia, por su visión global de lo narrado, su alcance que va más allá de lo meramente informativo, por su investigación y por la amplitud de recursos expresivos que emplea (Llombart, 2011:19-24). Echevarría Llombart (2011) sobre la conexión que mantiene con la información de actualidad considera que el reportaje, frente a otros géneros periodísticos y medios, aúna dos formas de entender la actualidad. Por un lado, introduce la actualidad en el sentido de la inmediatez por su relación con algún hecho actual y reciente y, por otra parte, el reportaje entiende la actualidad también como permanencia, por el interés y relación con el debate público que despierte el tema o acontecimiento donde se sitúa el reportaje, es decir, debe ser tanto inmediato, permeable al cambio como permanente y estable en cuanto a la consistencia que el acontecimiento narrado tenga en el interés del público. Por todo ello, la autora afirma que “El reportaje es la forma futura del periodismo escrito” (Echevarría Llombart, 2011:19) la forma con la que poder competir con otros medios de comunicación porque ofrece llegar al fondo, conocer las causas y consecuencias, los detalles.

Finalmente, en nuestro recorrido por los géneros informativos e interpretativos nos encontramos con la entrevista periodística. La entrevista periodística se produce tras la reproducción de la conversación interpersonal entre un periodista y la persona entrevistada. No obstante, como matiza Moreno Espinosa debemos tener en cuenta que: “[...] la entrevista es algo más que una simple conversación que agota todos sus objetivos en el propio placer de la interlocución y posee una finalidad concreta que trasciende la efímera satisfacción del momento conversacional” (Moreno Espinosa, 2000:174) y es la de llegar al público. Además, sobre todo en el caso de la prensa, la entrevista no solo engloba la conversación en sí sino se materializa en el texto definitivo que se difunde por los medios posterior a la conversación. La relación de semejanza entre la conversación primera y el texto definitivo posterior puede variar en función de si en la entrevista se sigue el orden y el esquema de la propia conversación o si el periodista se hace valer del recurso expresivo del relato o la narración para variar el orden y la literalidad de la conversación (Moreno Espinosa, 2000:174).

Como recoge Yanes Mesa (2003) tampoco hay consenso respecto a la entrevista en cuanto a su consideración como pieza periodística o como parte o no del género informativo. Con respecto a su valoración como pieza periodística, mientras que algunos autores consideran que es un género auxiliar, por ejemplo, del reportaje (Rodríguez Jimenez, 1991; Diezhandino Nieto, 1994; López Hidalgo, 1997; Fernández Parratt, 2008) para otros es un género periodístico genuino (Quesada, 1984; Martínez Vallvey, 1995; Yanes Mesa, 2003). En cuanto a su pertenencia al género informativo mientras que algunos autores así lo consideran, el propio Yanes Mesa (2003), otros autores argumentan que la entrevista tiene una inminente función persuasiva por lo que podría ser considerada como un género de opinión (Martínez Vallvey, 1995; López Hidalgo, 1997). En base a la relevancia del periodista o entrevistado, Moreno Espinosa (2000) recoge la diferenciación que realiza Quesada (1984) entre la entrevista informativa, donde es el entrevistado y son sus declaraciones las que aportan la validez de la entrevista, y la entrevista de creación, donde, en este caso, los recursos empleados por el entrevistador son los que dotan de vigor la entrevista (Moreno Espinosa, 2000:174), conocida como entrevista creativa (Yanes Mesa, 2003).

No queremos dejar pasar la oportunidad de mencionar otro subgénero periodístico con el que nos hemos topado en nuestro análisis sobre las piezas periodísticas relacionadas con los jóvenes. Uno de ellos es el infográfico, considerado un género informativo más y un recurso empleado en todos los medios de comunicación, también en el medio impreso y en la prensa digital- donde se pueden valer además del infográfico interactivo (Trillo Domínguez y Alberich-Pascual, 2017)-, como forma de presentar la información de manera visual y que en el caso de ser transmitida en palabras resultaría más compleja (García González, 2014). La forma sencilla que tiene el infográfico de presentar la información, favorece, además, la retención de la misma. Un estudio aparte merecería las posibilidades que ofrece el infográfico interactivo y la combinación entre este y las

características del reportaje que le han llevado a constituirse como un género propio en el entorno digital conocido como el reportaje infográfico como describen López de Ramo y Montes Vozmediano (2018).

En nuestra investigación nos hemos decantado por el análisis de las piezas que pertenecen a lo que hemos considerado como géneros informativos e interpretativos, a pesar de las diversas clasificaciones y definiciones que realizan los distintos teóricos. Basándonos en dicho criterio, nuestra muestra estará compuesta, por tanto, sobre todo por su cantidad, por noticias y, en menor medida, por otras piezas informativas e interpretativas como reportajes, crónicas y entrevistas, entre otras. Nuestra apuesta por los géneros informativos e interpretativos en contraposición con el género de opinión, aunque intentamos alejarnos de la pretendida objetividad que se asume a los géneros informativos, sobre todo, en cuanto a la noticia, y de la estricta rigidez que caracteriza algunas clasificaciones sobre los géneros periodísticos, responde a la pretensión de describir las funciones informativas e interpretativas en las informaciones relacionadas con los jóvenes, habida cuenta que es en los espacios informativos e interpretativos, más que en los de opinión pura, que se manifiesta con mayor frecuencia el establecimiento de la agenda temática de los medios y la construcción social, mediante las informaciones relacionadas, que realiza el medio sobre un grupo social.

4.2 La construcción social de la realidad y la información periodística

Si en la sección anterior hablábamos del debate acerca de la objetividad con relación a la teoría del género periodístico, este debate se puede situar, del mismo modo, en un espectro más amplio acerca de la construcción social de la realidad a través de la información periodística. Los sociólogos Berger y Luckmann (1968), autores destacados de la sociología interpretativa y de la fenomenología como corriente de la misma, fueron los principales autores en teorizar acerca de la realidad es un constructo social y en defender que con el objetivo de conocer el alcance de este fenómeno debemos estudiar los procesos a través de los que se produce esta construcción. Para entender la función que juega la información periodística en nuestro conocimiento como espectadores debemos atender a como se produce y sustenta nuestro conocimiento en la vida cotidiana y más allá de la misma. Así Berger y Luckmann (1968) explican que nuestro conocimiento se organiza en base a la organización de relevancias del individuo, unas relevancias que se pueden organizar a partir de propósitos pragmáticos, por la posición general del individuo dentro de la sociedad y también a partir de la organización de relevancias de los otros (1968:62). Los autores se refieren a la objetivación entendida como el proceso necesario para la institucionalización de cualquier actividad humana. La institucionalización, por su parte, algo que los autores consideran necesario para el orden social, se produce cuando una actividad por repetirse con frecuencia pasa a ser reproducida y a ser considerada una pauta (1968:72). El alcance de dicha institucionalización dependerá del grado en el que se comparta la organización de las

relevancias en las que se basa el conocimiento. Cuanto mayor sea el grado en el que se compartan estas relevancias, mayor será el alcance de dicha institucionalización. Estas institucionalizaciones estarán, además, legitimadas a distintos niveles, siendo el cuarto nivel el máximo grado de legitimización y donde se crean los universos simbólicos que trascienden el ámbito de lo pragmático y se sitúan al principio en el escalafón de la experiencia humana por encima del pragmatismo de la vida cotidiana (1968:125-126). Unos universos simbólicos que se mantienen o evolucionan y se transforman a través de la conceptualización.

“Las instituciones y los universos simbólicos son productos humanos y se legitiman por medio de individuos vivientes, que tienen ubicación e intereses sociales concretos... Las teorías se urden con el fin de legitimar las instituciones ya existentes. Pero también sucede que las instituciones sociales se cambian con el propósito de conformarlas a teorías que ya existen, vale decir, de hacerlas más legítimas.” (Berger y Luckmann, 1968:161)

En este juego que entraña la construcción social de la realidad y del conocimiento, los medios de comunicación se sitúan como instituciones legitimadas que, como distribuidores masivos de conocimiento, con su propia organización de relevancias, como legitimadores también del orden simbólico, contribuyen, de esa forma, a construir la realidad y a ocupar su parte en la distribución social del conocimiento.

Es interesante reparar aquí en la exposición que realiza Schütz (1993) sobre el significado objetivo y subjetivo dentro de lo que denomina sociología comprensiva y la relación que guardan estas ideas con la construcción de la información periodística. Para Schütz (1993) el papel de las ciencias sociales con respecto a la materia de la que trata, que en el ámbito del periodismo correspondería a la información periodística que difunde, es el de ordenar los contextos subjetivos de significado, es decir, los procesos constituyentes de significado que ocurren en la conciencia de la persona, dentro de un plano más amplio de contexto objetivo de significado, que Schütz describe como el significado que otras personas asignan al acto de un tercero. “Lo que llamamos significado objetivo se abstrae en la esfera social, de los procesos constituyentes de una conciencia que asigna significado, sea la de uno mismo o la del otro” (Schütz, 1993:67). Si aplicamos la teoría de la sociología comprensiva de Schütz al proceso de producción informativa de los medios, podríamos deducir que la información que los medios difunden a través de los procesos de significación subjetiva, que se producen desde la observación de los acontecimientos hasta la difusión del producto informativo final, correspondería a la ordenación de estos significados subjetivos dentro de un significado objetivo. Este proceso corresponde a la ordenación de las vivencias subjetivas en categorías que nos ayuden a interpretar el mundo social. Por tanto, si entendemos el significado objetivo tal y como lo plantea Schütz, el periodismo estaría creando un contexto objetivo de significado sí, pero solo en base al ordenamiento de los contextos

subjetivos de significado, de forma que se pueda tipificar el mundo social a través de los esquemas interpretativos.

En torno a la sociología de producción de la noticia Schudson (1989) distingue entre tres principales perspectivas bajo las que se estudia el proceso de creación de la noticia: la perspectiva de la economía política que según el autor relaciona el resultado final de producción de la noticia con la estructura económica del medio, una segunda perspectiva que tiene que ver con la sociología de la profesión y las rutinas periodísticas como variable dependiente en la construcción de la noticia y una tercera óptica basada en que es el sistema cultural y simbólico es el que estaría orientando la construcción de la información periodística (Schudson, 1989:266). La primera de las perspectivas que cita Schudson podríamos relacionarla con la crítica que albergábamos en el capítulo anterior sobre las funciones de los medios de comunicación de masas y las relaciones con estructuras económicas de poder que estarían condicionando el funcionamiento de los medios (Adorno y Horkheimer, 1969; Murdock y Golding, 1978; Hall, 1980; Habermas, 1992).

Schudson (1989) valiéndose de algunos de los autores ya citados y de otros como Herman y Chomsky (1988) y su teoría sobre los medios masivos como modelo de propaganda, considera que la teoría sobre la economía política es válida para explicar el cuadro general de la producción de la noticia, pero muestra algunas flaquezas. Una de ellas resulta del hecho de ignorar que los medios tienen que legitimarse a sí mismos, hacerse creíbles ante sus audiencias, un objetivo que limita su efectividad como instituciones ideológicas al servicio del capitalismo y, por otra parte, otra de las debilidades que advierte Schudson acerca de esta teoría es la de no reparar en la relación entre estas estructuras de poder que están coartando a los medios y entre las rutinas periodísticas en el quehacer diario de la profesión. En estas rutinas se basa la siguiente teoría que distingue Schudson (1989) en su análisis sobre la sociología de producción de la noticia. Bajo esta perspectiva, debemos prestar atención a la organización social en el proceso de producción de la noticia, es decir, de qué forma interaccionan los periodistas, por ejemplo, con las fuentes oficiales- una de las principales fuentes aún hoy del periodismo informativo- o las relaciones que se establecen entre el periodista y reportero y el editor, es decir, en definitiva, en las rutinas y limitaciones diarias que se imponen en la organización informativa en el ejercicio de la labor periodística.

En este ámbito, podemos destacar las contribuciones de Altheide (1974) que a través del método de la observación participativa analiza los diferentes procesos en la producción de las noticias en televisión, entre ellos, como los acontecimientos pasan a ser hechos noticiosos o como los periodistas y reporteros eligen el enfoque que ha de recibir la cobertura de cada acontecimiento, entre otros procesos. Una de las principales autoras que ha desarrollado esta teoría es Tuchman (1983) que a través de su análisis sobre las organizaciones informativas en el contexto americano compila en su trabajo

casos en los que la rutinización en base a las necesidades organizacionales de las empresas periodísticas y la dependencia de estas, como acabamos de mencionar, hacia las actividades de las instituciones legitimadas, conforman la distribución de poder y de conocimiento y el carácter ideológico de los medios.

Una última perspectiva que subraya Schudson (1989) es la teoría acerca del arraigo cultural y simbólico como elemento orientador en la producción de la noticia. Aunque el autor reconoce que esta visión no es definida autónomamente por ninguna corriente ni autores ya que se suele insertar en la perspectiva anterior sobre la organización social en la producción de la noticia, para Schudson ambas teorías vienen determinadas por elementos distintos. Mientras que la interacción es el elemento que determina la teoría de la organización social, en la teoría cultural son los elementos simbólicos los que encuadran la producción de la noticia. Según Schudson, estos elementos simbólicos sirven para establecer, por ejemplo, lo que Hall definía como valores noticiosos o el sentido de la noticia como el conjunto de propiedades a través de las que reconocer qué es noticia y que queda fuera, pero para el autor la teoría cultural va más allá: “En cualquier caso, el trabajo sociológico que reconoce las noticias como una forma de literatura contribuye significativamente, demostrando que uno de los recursos clave con el que trabajan los periodistas es con la tradición cultural de contar historias y con la creación de imágenes y construcción de oraciones que heredan, con una serie de suposiciones vitales sobre el mundo construido” (Schudson, 1989:279)⁷⁴.

Aunando estas tres perspectivas dentro de la sociología de producción de la noticia que engloba Schudson (1989), Godler y Reich (2013) llevan a cabo décadas después del desarrollo de estas teorías un estudio con periodistas de 18 países-se incluyen España y Egipto en relación con nuestra muestra- con el objetivo de reconocer los elementos sociales y estructurales que determinan la representación de los acontecimientos que realizan los periodistas. Entre los factores que van a determinar las creencias epistemológicas de los periodistas a la hora retratar la realidad, los autores consideran que las condiciones estructurales como el régimen político o la empresa periodística pueden contribuir en el plano de las creencias epistemológicas mixtas mientras que los factores internos, asociados a los condicionantes sociales, culturales e ideológicos del propio periodista, podrían generar epistemologías más contundentes que tienden, aunque no siempre y de manera desproporcional en cada caso, a creencias interpretativas. Así, como factores externos, entre las conclusiones que llega el estudio, uno de los principales resultados de esta investigación evidencia que tanto los periodistas que trabajan en organizaciones corporativas como los que trabajan, en un plano más amplio, dentro de regímenes democráticos, rechazan identificarse como

⁷⁴ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “At any rate, sociological work that recognizes news as a form of literature makes an important contribution, demonstrating that one key resource which journalists work with is the cultural tradition of storytelling and picture-making and sentence construction they inherit, with a number of vital assumptions” (Schudson, 1989:279).

objetivistas estratégicos pero también niegan su identificación como intérpretes o analistas, algo que los autores del estudio infieren como remanente en las creencias epistemológicas de los periodistas, de la objetividad que ha acompañado siempre a la profesión pero también consideran que es indicativo de que la relación entre objetividad e interpretación, tal y como la asumen los periodistas, es una relación más continua de lo que aparentemente se pudiera pensar, una contradicción de la que probablemente los propios periodistas no son conscientes, defienden los autores. Aunque Godler y Reich (2013) advierten que esta tendencia podrá variar en función del contexto y creen plausible que los periodistas que trabajan en medios propiedad del estado en países no democráticos o con una democracia no madura serán más conscientes de la distinción entre el acontecimiento en sí y la interpretación del mismo, debido al intervencionismo más explícito del estado o la censura con el fin de que estos medios recojan una visión de la realidad cercana a la visión de esa misma realidad por parte del estado.

En cuanto a los factores internos, los autores afirman que: “[...] los datos pueden sugerir un mecanismo teórico que funciona como un límite cognitivo más allá del cual los fuertes compromisos ideológicos, culturales y sociales se traducen en teorías individuales explícitas de conocimiento, incluyendo conceptualizaciones del mundo externo, poseídas por los periodistas” (Godler y Reich, 2013:107)⁷⁵. Estas fuertes convicciones tienden según los autores al empleo de posiciones más interpretativas a la hora de retratar la realidad y se mencionan las creencias religiosas, las orientaciones ideológicas conservadoras y la educación superior- que entienden los autores como consecuencia de que la educación ha hecho hincapié en la parcialidad de las creencias personales y como consecuencia también de que los periodistas al tener una educación superior se perciben como mayores conocedores de los temas que cubren- como factores internos que conducen, en mayor o menor medida, al empleo de mayores dosis de interpretación por parte de los periodistas. Un factor interno, el entorno social inmediato de los periodistas, es para Godler y Reich (2013) una excepción respecto a esta predisposición. Citando a Donsbach (2004) y Rorty (1998), autores que ya habían tratado esta cuestión previamente, se advierte que en las relaciones interpersonales entre periodistas la realidad compartida se percibe como objetivada (Godler y Reich, 2013:106-110), en línea con la idea de institucionalización de Berger y Luckmann (1968) y con el significado objetivo que desarrolla Schütz (1993).

Como apunta Vázquez Medel (1998) no es posible “[...] la contextualización y focalización de un acontecimiento sin proyectar una dimensión interpretativa y valorativa” y recogiendo la idea del filósofo italiano Vattimo argumenta que como característica del posmodernismo nos estamos liberando del conflicto entorno a la

⁷⁵ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] the data may suggest a theoretical mechanism functioning as a cognitive boundary beyond which strong ideological, cultural and social commitments translate into explicit individual theories of knowledge, including conceptualizations of the external world, possessed by reporters” (Godler y Reich, 2013:107).

interpretación, es decir, de esa figurada objetividad que se presume del discurso periodístico y por la que Vázquez Medel considera que se le tiende una trampa al lector o espectador. Apoyándose en las teorías del constructivismo, Vázquez Medel (1998) puntualiza la crítica del constructivismo sobre la objetividad y su pretensión de validar la existencia de las observaciones sin un observador. Al tiempo que reconoce dicha hipótesis también advierte que los acontecimientos existen indistintamente del observador pero que no son accesibles si no es desde la observación y la adaptación de los acontecimientos desde nuestra propia perspectiva. De ahí que, siguiendo la hipótesis desarrollada por Berger y Luckmann (1968), según Vázquez Medel (1998) podamos hablar de la realidad como una construcción social que a la vez construye la sociedad. Los medios se sitúan, por tanto, en el proceso de construcción de esa realidad, de esa sociedad y en la difusión de la misma en ella. Sobre la realidad percibida por la audiencia en el proceso de comunicación periodística, Vázquez Medel se vale también de los teóricos constructivistas Watzlawick y Krieg (1994) para describir como, en un primer momento, el periodista al observar la realidad lo observado se convierte para él en una realidad de primer orden. Después, en el proceso de creación y difusión de la información se crea una realidad de segundo orden que, finalmente, se convertirá para el receptor de nuevo en una realidad de primer orden al sustituir lo observado por el periodista como observado por la audiencia, ante la imposibilidad del testimonio directo.

Como recuerda Vázquez Medel (1998) todo lo que existe socialmente, en nuestro imaginario y conocimiento colectivo e individual, existe, en parte, porque adquiere cierta relevancia en los medios de comunicación. Velázquez (1992) defiende que no solo los medios contribuyen a la construcción de la realidad, sino que al presentar esta construcción a los destinatarios de los medios, estos, a su vez, contribuirán a construir la realidad, la presentada por los medios o la realidad que construyen a partir de sus vivencias, conocimientos etc. (Velázquez, 1992:22).

Fernández Agis (2008), cuestiona que toda construcción de la realidad que realizan los medios está precedida por una intencionalidad que repercute en la audiencia- uno de los postulados de la teoría de la economía política que citaba Schudson (1989)-, en una simple relación de causa y efecto. Fernández Agis (2008), más cercano a la segunda teoría que recoge Schudson (1989) sobre la influencia de la organización social de las empresas periodísticas en la producción de la noticia pero superando la descripción que plantea Tuchman (1983) en su aportación más reconocida, considera que la organización dentro de las empresas informativas y las rutinas periodísticas, generan unos supuestos y resultados que son impredecibles y que no guardan relación con la intencionalidad que tiene el medio condicionada por intereses políticos o económicos. De esta forma, el autor defiende que: “[...] si entendemos que también el presunto constructor resulta construido, podemos llegar a una interpretación más atinada de lo que en la práctica sucede” (Fernández Agis, 2008).

El autor apoyado en Luhmann (2000) y Melucci (1999) menciona una serie de prácticas que limitan la intencionalidad ya establecida de los medios y que pueden llegar a condicionar la producción de la realidad que se genera a partir de la información periodística. Por ejemplo, Fernández Agis (2008) menciona, como ejemplo de esas prácticas, la 'recursividad', es decir, cuando se recurre a una noticia más de una vez ya que esta genera, a su vez, nuevas noticias. La 'recursividad' es una práctica a la que no pueden poner freno los medios. Otras prácticas que considera el autor que limitan la intencionalidad apriorística de los medios son la representación de la información que no es de proximidad caracterizándola de un halo de exotismo y rareza que hace reafirmar, en última instancia, la cultura propia de la audiencia, la representación de las sociedades en los medios que promueve la reflexión, la magnitud global de estos y el control por parte de la audiencia sobre la producción periodística que posibilitan las nuevas tecnologías. Con todo, Fernández Agis (2008) rompe una lanza a favor de estos condicionantes como factores positivos en la influencia de los medios: "En el momento actual, lejos de acentuar la anomia y el sinsentido, los medios nos han llevado a ser más conscientes de la relevancia individual y colectiva de los procesos implicados en la construcción del sentido" (Fernández Agis, 2008).

Introducimos en este punto la discusión filosófica que plantea Weber (2002) acerca del constructivismo y su propuesta sobre un constructivismo empírico. Para Weber (2002) la mayor parte de la teoría constructivista actual acerca de la construcción de la realidad considera que esta es la única forma de conocimiento. En base al constructivismo tradicional, de hecho, argumenta el autor, no podemos hacer otra cosa que no sea construir ya que es una condición previa para el conocimiento y no existe otra alternativa. A este constructivismo el autor lo califica como constructivismo ontológico y lo caracteriza como la forma de construir la realidad de manera inconsciente y arbitraria. Para el autor, las teorías que subrayan que los medios de comunicación construyen la realidad en base a esta forma de constructivismo ontológico que describe el autor se adecua a la idea de que: "[...] 'los medios construyen la realidad' per se y siempre lo hacen porque no es posible hacer otra cosa, porque la relación entre el mundo y los medios es, en sí misma, constructiva" (Weber, 2002)⁷⁶.

Para Weber (2002) resulta más plausible, sin embargo, hablar de un tipo de constructivismo empírico, en la medida en que esta construcción de la realidad se puede medir y es una táctica consciente, que se basa en una epistemología no dualista, es decir, aquella que va más allá del realismo y del constructivismo ontológico y que, como afirma el autor, en relación con los medios de comunicación, se trataría de: "[...] no asumir el dualismo de los medios (como un agente que genera y / o representa la realidad) y de la realidad (como producto y / o precondition para la representación de los medios) sin

⁷⁶ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: "[...] "media construct reality" per se and always have because it is not possible to do anything else, because the relationship of world and media is, in itself, constructive" (Weber, 2002).

cuestionarlo” (Weber, 2002)⁷⁷. Para el autor el constructivismo empírico es relevante en un momento que denomina como la era del infoentretenimiento y de la hibridación de los géneros, que hemos tratado en el apartado precedente, para señalar las modalidades de construcción de la realidad que son cada vez más engañosas y que están económicamente motivadas (Weber, 2002).

A esta crítica sobre el constructivismo por su forma de entender la construcción de la realidad por parte de los medios de comunicación se suma WK Lau (2012) que considera que el construccionismo siempre ha supuesto un dilema para el periodismo en cuanto cuestiona la realidad y los acontecimientos. Para el autor la solución de este dilema consistiría en diferenciar la construcción como concepto de la teoría del construccionismo ya que mientras que como concepto es provechoso como teoría no alcanza a explicar el fenómeno. WK Lau (2012) afirma que el hecho de que las noticias construyan la realidad solo puede ser teóricamente consistente si se basa en una base realista y no en una base construccionista y denuncia que la construcción de la realidad por parte de la información y los medios se tome como una generalización cuando en muchas ocasiones lo que sucede es una construcción no por o a cargo de las noticias- el autor emplea la palabra *by* en inglés- sino a través de las noticias- *through* en inglés- y, otras veces, la divergencia entre las noticias y la realidad genera una distorsión de la realidad más que una construcción. WK Lau (2012) al tiempo que cuestiona el constructivismo reafirma la existencia de factores extra discursivos, como los categoriza, que intervienen en la construcción de la realidad. Sumándose a la teoría de la organización social de las empresas informativas, el autor cita, como factores extra discursivos presentes en los medios en el proceso de producción informativa, la rutinización que desarrolla Tuchman (1983), la propensión de los valores noticiosos de beneficiar la simpleza frente a la complejidad y la “[...] negatividad, individualización, las historias de interés humano, y el focalizarse en las elites” (WK Lau, 2012:897)⁷⁸.

Sin la pretensión de desarrollar aquí las teorías acerca de los efectos de los medios de comunicación recuperamos algunas ideas que se han desarrollado bajo ese ámbito y que guardan relación con el proceso de producción de información, ya que en esta interpretación de la realidad que sucede a través de la información periodística también opera, en cierta medida, el proceso de codificación y asimilación que realiza el receptor sobre esa misma información. Así, como apunta van Dijk (1990) queda probado que, en realidad, la audiencia recuerda muy poco las noticias que se difunden a través de los medios de comunicación y con el tiempo estas informaciones acaban introduciéndose en los esquemas de conocimiento general del individuo. Por tanto, más que recordar, lo que hacemos es actualizar los modelos de conocimiento previos acerca de la

⁷⁷ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original:” [...] not to assume the dualism of media (as a reality generating and/or depicting agent) and reality (as the product and/or precondition for media reporting) without questioning it” (Weber, 2002).

⁷⁸ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original:” [...] negativity, individualization, the human interest story, and focusing on elites” (WK Lau, 2012:897).

información dada. Para van Dijk (1990) los cambios que se pueden producir en el conocimiento, creencias y actitudes de las personas a raíz de la información mediatizada responden a la generalización y descontextualización de estos modelos. Como recoge el autor conocer cómo funciona este proceso cognitivo es de utilidad en la construcción y producción de la información puesto que “Si sabemos el tipo de información que la gente percibe y representa mejor y más efectivamente, y la que incluso es capaz de recuperar después de mucho tiempo, también sabremos qué información se utiliza para construir el conocimiento más general y los modelos de actitudes” (Dijk, T. van, 1990:258). Por otra parte, partiendo del análisis que realiza Bourdieu (2005) sobre el rol de los medios de comunicación, en concreto la televisión, como instituciones que mantienen el orden social y los esquemas mentales del público, Fernández Agis (2008) pone en entredicho esta idea desarrollada por Bourdieu en vista de las transformaciones, a distintos niveles, que se han producido dentro de las empresas periodísticas que hacen que el conservadurismo de los medios como legitimadores del orden social haya perdido efecto debido a la multiplicidad de estructuras informativas y contenidos alternativos ofertados y a los que tenemos acceso en la actualidad.

Finalmente, consideramos relevante citar aquí la teoría de la espiral del silencio desarrollada por Noelle-Neumann (1995) que, a pesar de ser conocida por formar parte de la corriente que estudia los efectos de los medios, también nos sirve para explicar cómo operan los medios a nivel de producción de la noticia. En base a la teoría de la espiral del silencio las personas expresan o no sus opiniones en función de la opinión pública percibida. Si esta es contraria a sus creencias y percepciones, entonces, los individuos permanecerán en silencio, es decir, ocultarán sus pareceres por miedo al aislamiento puesto que las sociedades aíslan a aquellos individuos que discrepan de la opinión pública hegemónica (Noelle-Neumann, 1995).

Dittus (2005) realiza una revisión de esta teoría y concentra una serie de teóricos para cuestionar algunas de las ideas que contiene la teoría de la espiral del silencio. Así, una de sus primeras críticas a esta teoría es la base esencialista y biológica que concede Noelle-Neuman al miedo al aislamiento. Para Dittus (2005) este planteamiento es erróneo puesto que el miedo al aislamiento solo puede existir a través de interacciones sociales que construyen, a su vez, la realidad social y no es fruto de otra condición previa dada por naturaleza (2015:63). En cuanto a la función de los medios de comunicación, Noelle-Neumann (1995) considera que estos son la principal fuente de la opinión pública dominante a través de un proceso de acumulación de los mismos asuntos y posturas en todos los medios, en este proceso intervienen lo que la autora denomina como ‘principios de consonancia’ y ‘principios de acumulación’. Para Dittus (2005) aunque esta función que atribuye Noelle-Neumann a los medios de comunicación es conveniente, esta competencia debe entenderse como: “Este poder de los mass media se explica al analizar su rol como agentes constructores de la realidad social, pero entendiendo esta realidad no como una cosa ontológicamente dada, sino como el resultado de acciones

sociales intersubjetivas” (Dittus, 2005:66). Como vemos, esta descripción del autor guarda relación con el procedimiento de institucionalización que plantean Berger y Luckmann (1968). Dittus (2005) sostiene que tanto los medios, como su función social y su contenido están tan institucionalizados y, por tanto, objetivados, que no es tarea sencilla discutirlo (2005:66-67). No obstante, aún en su función de creadores de los climas de opinión, el autor recoge el cuestionamiento que se realiza desde las teorías que relacionan el discurso y el poder que consideran a los medios como simples intermediarios de otros poderes superiores- la teoría sobre la economía política de los medios que distingue Schudson (1989)- y, por tanto, plantea la cuestión de si los medios son simples intermediarios o toman parte en el proceso, algo que según el autor no queda reflejado en el desarrollo de la teoría que realiza Noelle-Neumann.

Dittus (2005) también discute la universalización de la función de los medios como principales legitimadores del orden simbólico teniendo en cuenta la debilidad de los medios masivos en determinados contextos (2005:68). Finalmente, si atendemos a la opinión pública como una forma de control social el autor insiste en que más allá de este reconocimiento que plantea Noelle-Neumann (1995) se debe tratar de distinguir y definir la convención que hay detrás de la opinión pública, los discursos que la avalan y las relaciones de poder que emanan de estos discursos a través de, propone el autor, las técnicas de deconstrucción textual y cita, para ello, ‘la genealogía del saber’ de Foucault como forma de analizar a través de los discursos como actúa y se asigna el poder (Dittus, 2005:69-72). Otro de los debates que ha surgido más recientemente en torno a la teoría de la espiral del silencio es su relevancia actual teniendo en cuenta la posición privilegiada de las redes sociales, la fragmentación de las sociedades y el rol de la cultura en cada contexto, como plantean Donsbach, Salmon y Tsfati (2014). No obstante, a pesar de estas cuestiones, para estos tres autores todavía esta teoría es necesaria en la medida en que ayuda a entender la triangulación entre tres dimensiones participantes en la opinión pública: nuestras opiniones individuales, la visión o visiones de los medios de comunicación masivos y las posturas que se adoptan desde los medios de comunicación social (Donsbach, Salmon y Tsfati, 2014).

Otra revisión destacada sobre la teoría de la espiral del silencio es la que centra su aplicación y su alcance en función de los temas que trata el medio. Esta revisión resulta interesante para nuestra investigación puesto que se fundamenta en la hipótesis de que algunos temas que cubren los medios condicionan el hecho de expresar o no opiniones divergentes o consonantes respecto a la postura de los medios. Por tanto, una revisión que estaría estableciendo el diferente alcance de la espiral del silencio en base a las diferencias existentes entre los temas tratados. Gearhart y Zhang (2018) son los autores que se valen de este supuesto y en un estudio reciente analizan el alcance de la teoría de la espiral del silencio en torno a tres temas que categorizan de la siguiente forma: un tema transitorio en la opinión pública, la inmigración, un tema permanente, el aborto,

y otro emergente, el matrimonio homosexual. Aunque no pretendemos volcar aquí todos los resultados que presenta este estudio, sí incluimos, en líneas generales, algunas de sus principales conclusiones que contribuyen a la propuesta de Noelle-Neumann (1995). Por ejemplo, respecto al aborto y el matrimonio homosexual, uno un tema permanente y el otro un tema emergente en la opinión pública, queda probado en el estudio que el miedo al aislamiento es un factor positivo para abstenerse de expresar opiniones en condiciones hostiles-se reafirma, por tanto en este punto la teoría desarrollada por Noelle-Neumann- pero, al mismo tiempo, la investigación revela que precisamente es el miedo al aislamiento el que se conforma como un factor positivo para expresar los pareceres individuales sobre ambos temas en condiciones que los autores califican como ‘amigables’, de igual modo, para demostrar su adhesión con la mayoría. Con respecto solo a temas emergentes, como el matrimonio homosexual, el estudio prueba como la audiencia que percibe que su opinión puede ser consonante con la futura opinión de la sociedad tiende a expresar sus ideas en entornos hostiles como las redes sociales. En cuanto a la inmigración, por otra parte, como tema transitorio, la influencia que ejerce la solidez de la actitud respecto a este tema puede llevar a los individuos a rechazar el clima de opinión dominante a la hora de expresar su opinión. En definitiva, como sostienen los autores: “Los resultados sugieren que las diferencias de tema sí importan y parecen estar relacionadas con tipos de coherencia de opinión. Se puede concluir que las diferencias de tema son solo una de muchas influencias contextuales sobre la expresión de opinión en la teoría de la espiral del silencio” (Gearhart y Zhang, 2018:49)⁷⁹. La generalización que plantea Noelle-Neumann y la evolución de la teoría de la espiral del silencio, con aportaciones y críticas de otros autores, así como otras contribuciones introducidas al final de este apartado nos ayudan a entender los procesos de construcción social de la realidad a través de la información periodística y las funciones y el alcance de los medios que se derivan de dichos procesos.

4.3 La teoría sobre el establecimiento de la agenda temática o *agenda setting*

Dedicamos una sección aparte a desarrollar la teoría del establecimiento de la agenda temática, conocida en inglés por el término *agenda setting*, dada la frecuencia con la que esta teoría se basa en la generalización en temas como forma de categorizar el contenido de los medios. Algo que también realizamos en nuestro análisis, como veremos en el próximo capítulo, mediante la relación de las piezas que componen la muestra con categorías temáticas establecidas.

Podríamos describir el proceso de establecimiento de la agenda como el proceso por el cual un hecho o un acontecimiento pasa a ser noticia dentro de un medio de comunicación y, por tanto, a incluirse en la cobertura informativa del medio. Como

⁷⁹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “Results suggest that issue differences do matter and appear to be related to types of opinion congruency It can be concluded that issue differences are just one of many contextual influences on opinion expression in the spiral of silence theory” (Gearhart y Zhang, 2018:49).

sabemos, cada medio incluye en esta cobertura y, por tanto, categoriza como noticia o hechos noticiosos algunos acontecimientos o sucesos y no otros y este proceso que atiende a una serie de criterios de jerarquización más o menos consensuados, es, no obstante, exclusivo de cada medio y contexto. Es decir, lo “[...] que puede ser noticia para un diario, puede no serlo para otro y lo que sea de interés a una comunidad no representa ese mismo interés para otra.” (Saad Saad, 2010:22). Pero la teoría del establecimiento de la agenda no solo describe ese primer paso, también contempla la relevancia que concede cada medio a la información que difunde. Por tanto, el postulado principal de esta teoría es el de afirmar que mediante la selección de información que realiza el medio, haciendo de algunos hechos y acontecimientos contenido mediático y rechazando otros, y a través de la significación, a través de distintos mecanismos, que concede el medio a cada contenido que difunde, los medios son importantes mecanismos generadores de la agenda pública, en consonancia con los medios como generadores de los climas de opinión y opinión pública que defiende la teoría de la espiral del silencio desarrollada posteriormente por Noelle-Neumann (1995).

Los principales autores en desarrollar la teoría de la *agenda setting*, al menos a nivel empírico, fueron McCombs y Shaw (1972) que basándose en la idea desarrollada por Lippmann (1922) y sus aportaciones sobre la opinión pública, describieron el funcionamiento de esta teoría durante la campaña presidencial de 1968 en Estados Unidos. Su premisa se basaba en que para la mayoría de la audiencia al no poder conocer de primera mano las actividades de la campaña electoral ni tener un contacto directo con los participantes, los medios de comunicación de masas se convertían en su principal, e incluso única, fuente de conocimiento acerca de la política (McCombs y Shaw, 1972:176).

De ahí, McCombs y Shaw (1972) teorizan que, más que la capacidad de los medios de cambiar las actitudes de la audiencia durante la campaña electoral, lo que es evidente es que la audiencia aprende e interioriza la información que proporcionan los medios y, además, en la mayoría de los casos este aprendizaje se produce sin mucho esfuerzo por parte de la audiencia. Los autores se valen de la célebre afirmación de Bernard Cohen que presenta muy bien su hipótesis: “[...] puede que la prensa no siempre tenga mucho éxito en decirle a la gente cómo pensar, pero es increíblemente exitosa en decirle a sus lectores sobre qué pensar” (McCombs y Shaw, 1972:177)⁸⁰. En su investigación sobre la campaña presidencial, los autores llegaron a ciertas conclusiones. La fundamental aquella que confirma su teoría y es que hallaron una fuerte correlación entre el acento que concedieron los medios a ciertos asuntos de la campaña electoral y la valoración de la audiencia participante en la investigación respecto a la relevancia de algunos temas

⁸⁰ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] the press "may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about” (McCombs y Shaw, 1972:177).

durante la campaña. Incluso a pesar de la diferencia que encontraron los autores respecto a los temas tratados entre los distintos medios analizados, la audiencia parecía percibir el conjunto de la cobertura mediática (1972:180-181). Esta correlación se produce, además, por encima del interés particular hacia uno u otro candidato. Es decir, tanto en lo que respecta a los temas de la campaña más tratados como menos tratados por los medios, la audiencia percibe más la totalidad del conjunto de noticias que solo las noticias acerca de su candidato o partido político de preferencia (1972:184). A pesar de estos resultados, el estudio también da lugar a un debate acerca de la complejidad de este proceso. Por ejemplo, los mismos autores advierten que la naturaleza de los distintos medios analizados (diarios, televisión y revistas de noticias) genera que las mayores consonancias entre la relevancia de contenido en base a los medios y en base a la audiencia se produzca entre la misma tipología de medios y, por consiguiente, las menores afinidades se observen entre los distintos medios (McCombs y Shaw, 1972:184).

De igual modo, también se observan menores consonancias entre la agenda de los medios y la audiencia cuando se trata de que la audiencia estipule los temas menos tratados por los medios. Cuando se trata de valorarlos, hay mayor cabida para las interpretaciones individuales al tiempo que la percepción sobre los asuntos más tratados es más consensuada (McCombs y Shaw, 1972:184). Con todo, McCombs y Shaw resumen los resultados de su estudio de modo que: “[...] el mundo político es reproducido imperfectamente por los medios de comunicación a nivel individual. Sin embargo, la evidencia en este estudio que los votantes tienden a compartir la definición compuesta de los medios de lo que es importante sugiere la función de establecimiento de agenda de los medios masivos” (McCombs y Shaw, 1972:184)⁸¹. A partir de los supuestos que desarrollan los autores en este trabajo surgen algunos debates en torno al cuestionamiento de la validez de la teoría de la *agenda setting* en los numerosos trabajos y revisiones de la teoría hechas a posteriori, también por parte de los principales autores que la desarrollaron.

Una de las apreciaciones sobre la teoría de la *agenda setting* que se han realizado al poco de que McCombs y Shaw publicarán su estudio, es la perspectiva que ofrecen McLeod, Becker y Byrnes (1973). Para estos autores una de las ambigüedades en el estudio de McCombs y Shaw es que parece solo atender a la relevancia que tienen los tópicos que tratan los medios a nivel de la comunidad, sin observar las relevancias que se producen también a nivel intrapersonal, respecto a la relevancia que tienen los asuntos a nivel de percepción individual de la realidad por un sujeto y también en función de sus necesidades y deseos individuales (McLeod, Becker y Byrnes, 1973:9-10).

⁸¹ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] the political world is reproduced imperfectly by individual news media. Yet the evidence in this study that voters tend to share the media's composite definition of what is important strongly suggests an agenda-setting function of the mass media” (McCombs y Shaw, 1972:184).

Este es uno de los cuestionamientos que realizan estos autores de la teoría de la *agenda setting* que consideran que para que esta teoría sea operativa y pueda ser calificada como teoría que estudia los efectos de los medios de comunicación masivos, tiene que estudiar los efectos que puede tener a nivel de voto o a otros niveles políticos la consonancia entre medios y audiencia respecto a la relevancia de temas. Para ello, la teoría tiene que contemplar también la interacción entre esas relevancias y la coherencia entre estas y el ambiente político del individuo (1973:11-12). Estos autores recogen algunas de las aportaciones posteriores a la teoría que subrayan McCombs y Shaw, también junto con Weaver, como el estudio de la comunicación interpersonal que concluyen compensa los efectos de la teoría de la *agenda setting* o la indecisión en el voto o la relevancia de la campaña electoral para el individuo como condicionantes también de esta teoría (1973:18). McLeod, Becker y Byrnes (1973) en este mismo trabajo tratan de poner a prueba la teoría de la *agenda setting* bajo sus propias premisas, entre las que se encuentran las descritas aquí, y llegan a una conclusión relevante para nuestra investigación. Los autores concluyen que, a nivel de percepción individual de la realidad, el nivel que estos autores consideran más eficaz para estudiar la teoría en lugar de las relevancias a nivel de comunidad que atribuyen a los primeros trabajos de McCombs y Shaw, para los jóvenes votantes participantes en su estudio la agenda de los medios respecto a la información política resultaba contradictoria a diferencia de un mayor consenso en la relevancia temática de los votantes de mayor edad. Los autores sugieren que estas discrepancias de los jóvenes votantes se deben a que están expuestos a una mayor diversidad de la agenda temática gracias a sus relaciones interpersonales y a un mayor contacto con otros medios de comunicación (McLeod, Becker y Byrnes, 1973:26), esta última una realidad, añadimos, mucho más preponderante en la actualidad que en el año de publicación del estudio.

Poco después del estudio de McLeod, Becker y Byrnes (1973) Benton y Frazier (1976) complementan la teoría de la *agenda setting* diferenciando entre tres niveles de propiedad informativa, tratando de probar la efectividad de la teoría en estos tres niveles y ampliando, por tanto, a otro tipo de información la aplicación de la teoría, más allá de los análisis de las campañas electorales realizadas por los autores considerados hasta ahora. Benton y Frazier (1976) consideran que es necesario distinguir entre la relevancia que se concede a los asuntos generales, la relevancia concedida a las soluciones que se proponen y entre el conocimiento específico de estas propuestas. Así, a través de un análisis de contenido realizado a diferentes medios y una encuesta, los autores concluyen, entre otras cuestiones, que la teoría de la *agenda setting* queda probada también a nivel de relevancia de propuestas y conocimiento sobre las mismas, los dos niveles hasta entonces no contemplados por la teoría según los autores. En estos dos niveles, además, los diarios se alzan, por encima de la televisión, como principales medios que establecen la agenda entre todos los usuarios de medios participantes en el estudio (Benton y Frazier, 1976). Un hecho que viene a probar la función de los diarios, por encima de la de otros medios, a la hora de profundizar en los contenidos, en este

caso ahondando en la información acerca de las posibles soluciones sobre los asuntos planteados. Este resultado es evidente para los autores al tratar asuntos económicos donde aprecian una alta consonancia entre la relevancia que establecen los medios sobre las propuestas económicas y la relevancia para los usuarios de esas mismas propuestas (Benton y Frazier, 1976).

Desde estas primeras contribuciones a la teoría, muchas otras se han hecho en tiempos más recientes. El propio McCombs (2004) recoge en un libro algunos estudios que han probado la teoría de la *agenda setting* sobre diferentes temas y en diferentes épocas (la disponibilidad del petróleo en los años 70, las drogas en los 80, los problemas medioambientales entre los 70 y la década de los 90 etc.) y llega a la conclusión de que en todos ellos la agenda de los medios era poco coherente con la agenda histórica de los acontecimientos y se constata que es la cobertura que realizan los medios la que define la agenda pública. Así el autor prueba a través de estos ejemplos como la audiencia ha reaccionado ante acontecimientos criminales o cortes de petróleo que no han existido en la realidad basándose en información engañosa. El autor recoge como la teoría se ha aplicado también a la investigación sobre la opinión pública con perspectiva histórica y se ha considerado que la teoría de la *agenda setting* es un buen indicativo para testar la opinión pública en el pasado. En este sentido, dentro de la teoría se desarrolla la llamada tipología de Acapulco que aporta como novedad la distinción entre dos formas de contemplar la agenda temática, se contemplan los temas en su conjunto o individualmente, y entre dos formas de valorar la relevancia que obtienen los temas, midiendo las percepciones de un grupo o del conjunto de la población o a nivel individual. Así, la combinación de estas cuatro formas de contemplar la efectividad de la teoría da lugar a cuatro diferentes perspectivas de medición y dos marcos conceptuales que enmarcan la teoría: la perspectiva de historia natural, que contempla la teoría a nivel de sistema, y la perspectiva de retrato cognitivo, que la considera a nivel individual (McCombs, 2004:34-35).

Por lo demás, esta contribución reconoce algunas diferencias respecto a la efectividad y funcionamiento de la teoría que tienen que ver con el contexto político en el que se interpretan las noticias, el papel que juegan las características de la audiencia, como el nivel educativo, y la propia naturaleza del contenido que se difunde y como este se enmarca (Graber, 2006), algunos elementos que ya habían sido subrayados en contribuciones anteriores. Sobre cómo puede afectar el desarrollo de las nuevas tecnologías e internet, como evidencia la crítica al libro de McCombs (2004) realizada por Graber (2006), McCombs solo plantea que, en todo caso, se aumentará la necesidad informativa de los ciudadanos y, por consiguiente, se ampliarán los temas que formarán parte de la agenda pública. McCombs (2004), no obstante, sí reconoce la necesidad de ampliar la aplicación de la teoría a otras agendas más allá del contexto político.

McCombs junto con Valenzuela (2007) aclara en una posterior contribución otros aspectos del funcionamiento de la teoría de la *agenda setting*. En torno a cómo operan

las diferencias individuales con respecto a la efectividad de la agenda mediática, los autores se basan en la necesidad psicológica de la orientación como respuesta a estas divergencias. Se considera que a mayor necesidad de orientación, determinada por la relevancia que tiene el tema y la incerteza sobre el mismo, más se tiende a buscar información y confiar en los medios por lo que mayor será la influencia de los efectos de la *agenda setting*. Por el contrario, en las personas con menos necesidad de orientación los efectos de la teoría de la *agenda setting* serán limitados (McCombs y Valenzuela, 2007:46). La necesidad de orientación para conocer los asuntos públicos tenderá, en mayor medida, hacia los medios de comunicación como fuente principal de información en la medida en la que estos asuntos de interés no se puedan conocer a través de la comunicación interpersonal o la experiencia directa (McCombs y Valenzuela, 2007:46-47).

Otro de los elementos importantes que recogen McCombs y Valenzuela (2007) es lo que consideran un segundo nivel de la *agenda setting* que consiste en que al igual que los medios enfatizan ciertos temas en detrimento de otros, al tiempo que cubren dichos temas también estas subrayando ciertas propiedades sobre los mismos en lugar de otras. Esta relevancia que conceden los medios, por tanto, no solo a ciertos asuntos sino a ciertos elementos que caracterizan esos asuntos, contribuye de igual forma que con respecto a los temas a conformar la relevancia que tendrán para la audiencia estas particularidades atribuidas. Se diferencian, así, dos niveles en cuanto a la *agenda setting*: el primer nivel relacionado con el traslado de los medios a la audiencia de la relevancia del tema y un segundo nivel que guarda relación con la trasmisión de la relevancia de las propiedades de los temas (McCombs y Valenzuela, 2007:47). Recientemente, Guo (2012) propone un tercer nivel de los efectos de la *agenda setting*. El autor valiéndose de una metodología de análisis en red apunta a focalizar los estudios en base al grado de centralidad de los temas que cubren los medios y de los atributos que se les asignan examinando, además de la perspectiva jerárquica de la que se valen los estudios precedentes sobre la teoría de la *agenda setting*, también las relaciones en red que se producen entre estos elementos.

Otra de las principales apreciaciones que realiza McCombs (2004, 2007) es la de aunar dentro de la teoría de la *agenda setting*, otras teorías que guardan relación con esta. Así, el autor considera que las siguientes teorías ayudan a entender y complementar el funcionamiento de la teoría de la *agenda setting*: la teoría de la espiral del silencio (Noelle-Neumann, 1995), tratada en el apartado anterior, la teoría del cultivo (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1980)- cuanto mayor es la exposición a la televisión, aunque ha sido aplicada también a otros medios, mayor es la asimilación por parte de la audiencia de la realidad reflejada por el medio-, la teoría del *gate-keeping*- las barreras que debe traspasar la información hasta convertirse en noticia en el proceso de selección de contenido en una organización periodística-, la estereotipación- la consolidación que realizan los medios de las actitudes simplificadoras y reduccionistas

dominantes en la sociedad acerca de un tema o segmento de la población-, el efecto de primacía, *Priming* en inglés, (Iyengar, Peters y Kinder, 1982)- entendido como la valoración por parte de la audiencia de las acciones de los personajes públicos en base a la relevancia de contenidos que difunden los medios-, la teoría del encuadre, *Framing* en inglés- que se conforma en dos niveles: la forma en la que el medio presenta la información o el significado que se le atribuye en consonancia con los esquemas interpretativos de la audiencia y como esta audiencia emplea esos modos de presentación para conformar sus percepciones-, y, finalmente, la teoría de atribución de estatus (Lazarsfeld y Merton, 1948)- la función de los medios mediante la cual al proporcionar cobertura a ciertas personas o asuntos, se les confiere relevancia y prestigio-.

Reparamos aquí brevemente en tres de estas teorías, la teoría del *gate-keeping*, la estereotipación que realizan los medios y la teoría del encuadre, por la explicación que conceden también estas teorías sobre el proceso de producción de la información, entendido como la totalidad del proceso por el que se difunde el contenido final, y, por tanto, por su capacidad explicativa que nos sirve para entender la cobertura mediática de los jóvenes que abarcamos en nuestro análisis. En primer lugar, la teoría del *gate-keeping*, como ya hemos dicho, centra su estudio en las barreras que ha de superar un acontecimiento hasta convertirse en noticia difundida por un medio. Como apuntan Ferruci y Tandoc (2017) la mayor parte de los estudios que han empleado esta teoría han tomado en consideración solo las rutinas que se producen en las organizaciones informativas como principales barreras por las que pasa la información en el proceso de producción de la noticia, por tanto, en línea con la rutinización en las empresas periodísticas que desarrolla Tuchman (1983).

No obstante, Ferruci y Tandoc (2017) apoyan la propuesta de Shoemaker y Reese (2014) de contemplar dentro de esta teoría cinco niveles de análisis. Además de las rutinas periodísticas, también es necesario estudiar otros obstáculos a la hora de convertir una información en noticia que se producen a nivel individual, organizacional, a nivel de institución social y de sistema social (Ferruci y Tandoc, 2017:103-104). Desde esta perspectiva, se estarían abarcando las tres corrientes que distingue Schudson (1989) con relación al estudio de la construcción de la información periodística y se daría un paso más allá. Ferruci y Tandoc (2017), por ejemplo, en su estudio sobre las organizaciones periodísticas que cuentan con diversas fuentes de ingresos, como donaciones, patrocinios etc., conocidas como *digitally native news nonprofits* (DNNN) y que contrastan en su modelo de negocio con los medios convencionales, observan como el proceso de *gatekeeping* difiere del que se produce en los medios tradicionales puesto que el modelo organizacional influye en el cambio de las rutinas periodísticas (reuniones con los lectores, no tener que recurrir a historias emotivas, trabajo desde casa, no estar bajo la supervisión de un empresario etc.) y, por tanto, en como la información se convierte en noticia (Ferruci y Tandoc, 2017:115-116). Shoemaker y Vos (2009)

consideran que con la llegada de internet y los medios informativos digitales, podríamos estar hablando de un proceso secundario de *gatekeeping*, el que se produce cuando los medios masivos difunden su contenido y este es seleccionado y jerarquizado por la propia audiencia gracias a las posibilidades de personalización de información que ofrecen las herramientas tecnológicas o cuando este contenido sustenta el contenido creado por la propia audiencia a través de blogs u otras plataformas. En ambos casos, en lugar de desaparecer las barreras que debe traspasar la información para convertirse en mensaje difundido, se están creando otras nuevas (Shoemaker y Vos, 2009).

La teoría del *gatekeeping* también se incluye dentro de la discusión acerca de si en el proceso de selección de la noticia este proceso es determinado por la subjetividad de los periodistas y los profesionales que intervienen o si, por el contrario, otros criterios objetivos están determinando este proceso. Como recoge Şerban (2015) la teoría del *gatekeeping* en su origen se basaba en la subjetividad de las personas que intervienen en el proceso de selección de la noticia, ya fuera la subjetividad del editor, como afirmaba White (1950) en la primera aplicación de la teoría en el ámbito del periodismo, la de la asociación de prensa (Gieber, 1956) o la de los propietarios del diario (Breed, 1955). Desde otra perspectiva, Şerban (2015) presenta las aportaciones de Galtung y Ruge (1965) como un cambio en la perspectiva de la teoría del *gatekeeping* hacia la enumeración de criterios objetivos que estarían determinando el proceso de selección de noticias. Así, Galtung y Ruge (1965) mencionan 12 criterios que se tienen en cuenta a la hora de convertir un acontecimiento en un hecho noticioso: la consonancia entre la frecuencia del acontecimiento y la frecuencia del medio, la intensidad de los hechos, la no ambigüedad, la proximidad cultural y la relevancia, la consonancia con las expectativas de la audiencia, la impredecibilidad, la continuidad, la necesidad de equilibrio entre el tipo de noticias, la referencia a naciones o personas de pertenecientes a una elite, la personificación y la referencia a algo negativo (Şerban, 2015:20-22).

Atendiendo ahora a la teoría de la estereotipación de los medios, Seiter (1986) evalúa los diversos enfoques desde los que se ha estudiado los estereotipos en los medios y distingue tres aproximaciones distintas. Por un lado, el enfoque que se realiza desde la psicología social que entiende los estereotipos como una forma de generalización sobre los grupos sociales y la manera en la que procesamos la información de nuestro alrededor. Los estereotipos son, por tanto, universales, inevitables y funcionales en la medida que nos sirven para acceder al conocimiento de manera que de otra forma no podríamos acceder. De ahí, su uso en los medios de comunicación. Desde esta perspectiva, aunque se admite que los estereotipos siempre resultan una distorsión esto no desmiente que muchos de ellos se asienten sobre principios verídicos (Seiter, 1986:14-16). Según Seiter (1986) otra de las perspectivas acerca del estereotipo reside en las críticas a la cultura popular pero como achaca la autora estas críticas han enfatizado las reglas formales de cada género y solo han hecho hincapié en el recurso de la cultura popular a la generalización de temas y personajes pero sin cuestionarse la

relación entre estos productos culturales y la sociedad que los produce: “[...] han fallado en analizar las exclusiones sistemáticas, marginalizaciones y el vilipendio de grupos particulares que se producen en las representaciones en el mundo ficticio. Al analizar los estereotipos como parte del sistema de género formal, excluyen los orígenes sociales de los tipos de personajes” (Seiter, 1986:23)⁸². Finalmente, cuando se analizan los estereotipos en función de los teóricos de los medios de comunicación de masas Seiter (1986) observa otra perspectiva que es, a la vez, la que ella misma defiende: la idea de que los estereotipos están ideológicamente motivados, desarrollada por Lippmann (1922) para el que los estereotipos justifican las diferencias sociales y legitiman el *statu quo*, y también por Perkins (1997do), entre otros autores, para la que los estereotipos esencializan las diferencias socialmente construidas (Seiter, 1986:16-17).

Aunque tampoco es nuestra pretensión enfocarnos en los efectos que produce el empleo de estereotipos por parte de los medios, sí debemos tener presente el alcance subrayado por algunos autores. Por citar solo un ejemplo, en este caso sobre la repercusión de los estereotipos raciales en los medios, junto con los estereotipos de género quizá uno de los ámbitos más estudiados dentro de la teoría de la estereotipación de los medios, Gorham (1999) sostiene que los estereotipos raciales en los medios, a través de su repetición, firmeza y el refuerzo de las etiquetas lingüísticas, median las interpretaciones que realiza la audiencia sobre ese contenido hasta el punto de que se acaban sosteniendo los mitos raciales dominantes, a pesar de que la audiencia respalde o no a priori dicho estereotipo y a pesar de que en un primer momento pueda incluso argumentar en contra. El daño, como afirma Gorham, ya está hecho y preparado para actuar cuando la audiencia baja la guardia (Gorham, 1999:244).

En el estudio de los efectos de los estereotipos en los medios Ramasubramanian y Murphy (2014) observan cuatro grandes corrientes: el estudio de los estereotipos en relación con la teoría del cultivo, cuanto más tiempo permaneces expuesto a los medios y sobre todo a la televisión más se incrementan las creencias estereotipadas, con la teoría del *Priming*, los estereotipos negativos en los medios hacen priorizar las asociaciones prejuiciosas sobre los colectivos, con la teoría del cognitivismo social, la relación entre los estereotipos mediáticos y la necesidad de identificación con un grupo como generadora de los mismos, y, finalmente, con la teoría acerca de los contra estereotipos y la hipótesis de contacto mediado-percibir la comunicación mediada de forma similar a la comunicación interpersonal-, como forma de reducir los estereotipos negativos y los prejuicios (Ramasubramanian y Murphy, 2014: 387-391).

Respecto a la teoría del encuadre, *framing* en inglés, los límites entre la teoría de la *agenda-setting* y el *framing* no son claros ni consensuados. Koziner (2013) reúne algunos

⁸² Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] they have failed to scrutinize the systematic exclusions, marginalizations, and vilifications of particular groups as represented in the fictional world. By analyzing stereotypes as of part a formal genre system, they exclude the social origins of character types” (Seiter, 1986:23).

autores que comparan ambas teorías como Aruguete (2011) y el propio McCombs (2006) que comparan el *framing* como un segundo nivel de la teoría de la *agenda setting*. Así los encuadres se comparan con los atributos que los medios asignan a los temas que difunden y conforman el tipo de presentación que prioriza el medio acerca de un tema en concreto (Koziner, 2013: 19). No obstante, el propio McCombs junto con Valenzuela (2007) advierten que a pesar de las similitudes entre ambas teorías existen dos principales diferencias. Por un lado, mientras que el *framing* concede importancia también al contenido que es excluido por parte de los medios, la *agenda setting* no repara en ello porque solo examina el contenido manifiesto en los medios. Por otro lado, la segunda consideración que introduce el *framing* y que no contempla la *agenda setting* es sobre como la audiencia hace uso de la presentación que realizan los medios sobre los temas para interpretar la realidad social. Por ello, la teoría del *framing* cuando contempla esta última consideración, conforma un proceso que, según los autores, es más complejo y abstracto que el que describe la teoría de la *agenda setting* (McCombs y Valenzuela, 2007:47-48).

Y en esa línea, tal como recoge Koziner (2013) para la mayoría de los autores la teoría del encuadre va más allá: los encuadres noticiosos no solo son información enfatizada sobre los contenidos sino que ofrecen un contexto más amplio sobre los hechos que se difunden (Tankard, 2001) ya que los encuadres se entienden como la interacción entre la relevancia que tienen ciertos elementos sobre el tema que difunden los medios y esa apreciación por parte de la audiencia (Amadeo, 2008), es decir, en última instancia, son estructuras de pensamiento que guían la interpretación de la información por parte de la audiencia (Entman, 1993) (Koziner,2013:19-20). Marín y Zamora (2014) a partir del repaso a los tipos de encuadres que han distinguido diversos autores y estudios, encuadres equivalentes, culturales y noticiosos, sostienen que: “[...] la esencia de los encuadres se encuentra en que todos ellos reflejan o promueven formas de pensar sobre los asuntos públicos, a través de ciertos montajes narrativos, y establecen resonancias con realidades que no se encuentran explícitas en el contenido de las informaciones” (Marín y Zamora, 2014:14).

Retomando la teoría central de la *agenda setting*, otros autores también se han referido a esta teoría y han contribuido con diversos aportes. Borrat (1989), por ejemplo, confiere, en concreto, al periódico la función de actor político y sostiene que: “Sobre el cúmulo de datos recogidos en las fuentes, el periódico ejecuta sus propias decisiones de inclusión, exclusión y jerarquización de los actores y los hechos noticiables, de los temas a que dan lugar, de los relatos y comentarios sobre esos temas” (Borrat, 1989:75). Fernandez Agis (2008), por su parte, señala la idea de Luhmann (2000) sobre la capacidad de los medios de implantar en la sociedad la aceptación de ciertos temas que se relaciona de lleno con la teoría del establecimiento de la agenda temática. Como explica Fernández Agis (2008) Luhmann (2000) valiéndose del ejemplo del sida como tema que tiene una cierta cobertura mediática considera que, a través de la práctica de

la recursividad, explicada en el apartado anterior, los medios consiguen focalizar la atención del público sobre ciertos temas. Fernández Agis (2008) añade que no solo consiguen llamar la atención del público sobre estos temas, sino que “[...] vienen a configurar el tejido básico de sus preocupaciones” (Fernández Agis, 2008). En un sentido más amplio, Luhmann (2000) concede a los medios de comunicación de masas la labor de la estructuración en temas que complementa a la estructuración que realizan otros campos de la sociedad, pero sin que estos puedan superar la efectividad de los medios de comunicación en ese mismo proceso. Para el autor, como recoge Fernández Agis (2008), el logro social de los medios de comunicación de masas se sustenta en la implantación en la sociedad de la asunción de los temas que promueven.

Schudson (2002), por su parte, cuestiona la teoría del establecimiento de la agenda entendida como teoría que no descarta el adoctrinamiento de la audiencia por parte de los medios. El autor considera que tanto esta como otras teorías que se engloban dentro de la corriente de los efectos de los medios de comunicación han tratado de depurar el proceso de adoctrinamiento, aunque sin rechazarlo. Para el autor es más correcto pasar de ese modelo de adoctrinamiento basado en la influencia de los medios a un modelo cultural de influencia mediática:

“[...] las noticias no ofrecen cheques ni garrotes, ni elogios ni críticas, ni licencia ni confinamiento. Ofrecen el lenguaje en el que se constituye la acción en lugar de la causa que genera la acción. Para pasar de un modelo de adoctrinamiento de influencia mediática a un modelo cultural, no nos imaginamos a los medios masivos implantando una creencia o comportamiento en los individuos, sino que establecemos una red de significados y, por lo tanto, una red de presuposiciones, en relación a las cuales, hasta cierto punto, las personas viven sus vidas” (Schudson, 2002:265-266)⁸³.

El establecimiento de la agenda temática y la figura del *gatekeeper* también guardan relación con la noción de objetividad que critica Saad Saad (2010) y que recogíamos en el primer apartado de este capítulo ya que el proceso que lleva a constituir la agenda temática del medio es de por sí el punto de partida del debilitamiento de esa objetividad. Desde la elección de las historias que serán incluidas, pasando por la extensión y tratamiento que recibirán, el enfoque etc. En todas estas decisiones se desvanece la objetividad ideal que se plantea desde algunas posiciones (Saad Saad, 2010:28).

Dittus (2005), autor citado en el apartado anterior por su revisión sobre la teoría de la espiral del silencio, plantea como las emociones, al naturalizarlas y universalizarlas, han

⁸³ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] he news offers neither paychecks nor cudgels, neither praise nor criticism, neither license nor confinement. It offers the language in which action is constituted rather than the cause that generates action. To move from an indoctrinational model of media influence to a cultural model, we would not picture the mass media implanting a belief or behavior in individuals but instead establishing a web of meanings and therefore a web of presuppositions, in relation to which, to some degree, people live their lives” (Schudson, 2002:265-266).

posibilitado la legitimización de las coberturas informativas a través de las que se genera la opinión pública. Esta realidad se relaciona con el establecimiento de la agenda temática de los medios ya que es a través de las emociones unificadoras y de interés público como, según el autor, se legitiman estos temas. Así, Dittus (2005) defiende que:

“[...] esto explica una seguidilla de consecuencias: al mismo tiempo se asegura una misma “frecuencia” noticable; se construye una agenda supuestamente más humana, ya que se está hablando de lo que no se discute (lo que se siente); se crea un clima de opinión unánime, con una supuesta universalidad de las emociones (por ejemplo, condenar un atentado sería lo lógico y lo natural, propio de la raza humana); y con ello, se puede hablar de un “sexto sentido” capaz de percibir el clima de opinión o postura dominante (Dittus, 2005:68-69).

Podríamos decir que de esta tendencia de retratar lo trágico y los sucesos que han motivado consecuencias, Saad Saad (2010) defiende que los hechos positivos también son noticia y dignos de ser retratados y recuerda “[...] que los síntomas, por sí solos, no constituyen una realidad. La interpretación de los mismos con sus causas y efectos, sin duda nos aproximarán a ella” (Saad Saad, 2010:26). Por tanto, no nos podemos dejar llevar exclusivamente por las consecuencias, por lo visible, a la hora de retratar un hecho noticioso y el autor sostiene que la exploración periodística debe ser más profunda. Van Dijk (1990) también incluye una reflexión final relacionada con la agenda temática de los medios en su libro acerca de la noticia como discurso. Para el autor en el proceso de elaboración de la información (elección y predominio de algunos acontecimientos, actores, fuentes etc.) operan las estructuras e ideologías propias del medio como otras más amplias en las que se insertan estos. De esta forma, para el autor los medios no solo proveen de una agenda de temas y discursos de debate público, sino que tienen una influencia a nivel estructural que puede condicionar el marco interpretativo de la audiencia puesto que como proveedores del discurso público están representando: “[...] modelos sociales, políticos, culturales y económicos de los acontecimientos sociales, así como el conocimiento omnipresente dominante y las estructuras conductuales que convierten en inteligibles a estos modelos” (Dijk, T. van, 1990:259). Ejemplos de esta función que contraen los medios respecto a la cobertura de un acontecimiento concreto y la escenificación de esa realidad los podemos encontrar en la aportación de Escudero Chauvel (1996) sobre la guerra de las Malvinas y el relato creado por los medios de comunicación argentinos o en el análisis de Verón (1981) sobre la cobertura mediática del accidente de la central nuclear de Three Mile Island que tuvo lugar en Estados Unidos en 1979.

Con respecto a la aplicación de la teoría de la *agenda setting* en el nuevo contexto mediático, Trillo Domínguez y Alberich Pascual (2017) argumentan que la prensa ha orientado durante mucho tiempo la agenda temática del resto de medios de comunicación. Sin embargo, en la actualidad los autores sostienen este proceso se produce más bien a la inversa, de los medios audiovisuales hacia los medios impresos.

Incluso el influjo de los medios en general para establecer la agenda temática se ha visto mermado por las posibilidades que ofrece el entorno digital para generar contenido por parte del público, el también conocido como periodismo ciudadano de especial importancia en los movimientos sociales experimentados por los jóvenes de los diversos contextos descritos en el segundo capítulo, y por la interactividad que ofrecen los propios medios dotando así de mayor poder a la audiencia a la hora de reconducir el debate público. Por ello, los autores consideran que: “El poder de los medios se diluye y se distribuye; la *agenda-setting* se transforma en una agenda intermedia más abierta y democrática” (Trillo Domínguez y Alberich Pascual, 2017:1096). Este proceso de influjo entre medios en torno a fijar la agenda temática se conoce como *intermedia agenda-setting* en inglés que ha sido otra de las corrientes estudiadas dentro de la teoría de la *agenda setting* (Reese y Danielian, 1989). Aunque no es nuestro propósito desarrollar aquí esta corriente sí incluimos algunas evidencias que nos deja la aplicación de la teoría en el entorno digital. En contraste con este planteamiento de Trillo Domínguez y Alberich Pascual (2017), McCombs y Valenzuela (2007) sostienen, por su parte, que la información en los medios digitales tiende a estar más concentrada incluso que en el entorno impreso por lo que los efectos de la *agenda setting* tienen igual cabida en el nuevo entorno.

Aruguete (2017) que recoge en su trabajo las investigaciones que se centran en la aplicación de la teoría de la agenda setting en el nuevo entorno mediático y en torno a la influencia de los medios tradicionales y los nuevos medios, sintetiza algunas de las conclusiones a las que llegan estos estudios. En primer lugar, la autora afirma que las investigaciones no logran probar ni llegar a resultados conclusivos sobre cuestiones principales como si realmente son las redes sociales las que inician los temas de conversación o recurren para ello a los temas que marcan los medios tradicionales, si se sigue dependiendo en el nuevo entorno de las fuentes de información oficial o si los medios tradicionales han llegado a normalizar las herramientas que ofrecen los nuevos medios. Se evidencian, no obstante, algunas tendencias. No se observa una influencia directa por parte de los medios de comunicación masivos hacia, por ejemplo, una red social como Twitter, pero sí se advierte un proceso de información en dos pasos, como afirma Aruguete (2017) validando el planteamiento de Lazarsfeld, es decir, la información que se twittea en la red social tiene su origen en la combinación de fuentes de información, entre las que se encuentran los medios masivos. Otra de las predisposiciones que resaltan los trabajos es que tampoco los nuevos medios son espacios donde desaparece la figura del *gatekeeper* o donde se desvanecen las rutinas periodísticas ya que los periodistas que trabajan en los medios convencionales han normalizado el uso de las nuevas herramientas, como los blogs o redes sociales. La autora también contempla la concentración de la información en los medios digitales, que mencionan McCombs y Valenzuela (2007), como otro de los aspectos que favorece los efectos de la teoría de la *agenda setting*. En definitiva, Aruguete (2017) argumenta que aunque los nuevos medios pueden contribuir a generar una audiencia más activa, a

través de la promoción de la percepción selectiva en el consumo de la información, la fragmentación de los medios no implica necesariamente que deje de existir la tendencia de estos a fijar la relevancia de los temas y las perspectivas sobre ellos en la opinión pública, es más, la elitización también de los entornos digitales, las cuentas en redes sociales de líderes políticos o de organismos que se dedican a difundir ideas como los think tanks, afirma la autora, implica que todavía estemos lejos de poder hablar de democratización del flujo de información (Aruguete, 2017:50-53).

Para finalizar este apartado, presentamos una de las investigaciones desarrolladas en el ámbito español que estudia los efectos de la teoría de la *agenda setting* con respecto a las ediciones digitales de cinco diarios españoles entre los que se incluyen El País, ABC y La Vanguardia (Tous Rovirosa, Rivero Santamarina, Meso Ayerdi y Larrondo Ureta, 2015), parte integrante también de nuestra muestra. Los autores se valen del término “*ambient journalism*” acuñado por Hermida (2010), que describe un nuevo contexto del periodismo en el que las redes sociales ejercen su influencia en la difícil relación entre la producción y el consumo de noticias, con el propósito de determinar de qué forma las redes sociales o los motores de recomendación de noticias, *News Recommendations Engines* en inglés, modelan la agenda temática de estas ediciones digitales, sobre todo, respecto a las noticias de última hora, y en qué medida se producen correlaciones de relevancia entre la agenda temática de estos medios y las relevancias que expresan sus lectores a través del consumo e interacción con los medios. Los resultados demuestran que hay una baja correspondencia entre las noticias publicadas por estos diarios como noticias de última hora y su acogida por parte de los lectores, en vista de que estas no acostumbran a ser las noticias más leídas por los lectores ni las más compartidas a través de sus redes sociales, a excepción de en el caso del diario La Vanguardia, el único diario donde se aprecia una significativa consonancia entre la oferta de contenido mediático y los intereses de su audiencia. En base a estos resultados, a excepción de este diario, los autores sostienen que la capacidad de los medios analizados para influir en la opinión pública-tal y como esta es medida en el estudio considerando las noticias más leídas y más compartidas en redes sociales- es, por tanto, limitada (Tous Rovirosa, Rivero Santamarina, Meso Ayerdi y Larrondo Ureta, 2015).

Capítulo 5

El contenido como instrumento de análisis para la información en prensa. La representación de los jóvenes a partir del análisis de contenido en la prensa de ámbito mediterráneo

En este capítulo efectuaremos una aproximación, en primer lugar, a la técnica de análisis de contenido que emplearemos tanto en una primera etapa del análisis sobre la cobertura informativa de los jóvenes a través del análisis de contenido cuantitativo, que incluimos en este capítulo, como en una etapa posterior a través del análisis de contenido cualitativo aplicado a una parte de la muestra y centrado en el análisis de algunas variables semióticas y del discurso que abordaremos en el siguiente capítulo. Tras el apartado introductorio acerca de la técnica del análisis de contenido, su definición, modalidades y distintas aplicaciones, trataremos de englobar los antecedentes más actuales o relevantes acerca del tratamiento mediático de los jóvenes que han realizado estudios precedentes para, seguidamente, describir las variables que hemos empleado en el análisis de contenido cuantitativo realizado a la información sobre jóvenes publicada por la prensa de ámbito mediterráneo que compone nuestra muestra y, finalmente, presentar los resultados de este análisis.

5.1 El análisis de contenido: definición y su aplicación en los medios

Andréu Abela (2001) que repasa la evolución de las definiciones y aplicaciones de la técnica de análisis de contenido a partir de diferentes autores y etapas aúna una completa descripción del análisis de contenido. El análisis de contenido consiste en la interpretación de textos, en cualquier formato que se presenten, a través del método científico, por tanto, de manera que esa interpretación resulte objetiva, pueda ser empleada posteriormente por otros investigadores, y sistemática, permita ser clasificada conforme categorías ordenadas. El principal propósito del análisis de contenido es el de exponer inferencias acerca de las propiedades del texto, unas inferencias que hacen alusión, generalmente, a elementos no manifiestos en el texto pero que guardan relación con el contexto social en el que el texto se produce. Esta descripción que propone Andréu Abela (2001) toma el concepto de objetividad y sistematización desarrollado por Berelson (1971) y Krippendorff (1990) al tiempo que rechaza la descripción propuesta por el primer autor que contempla que solo aquello que se puede cuantificar y solo los elementos visibles del texto son susceptibles de ser analizados. Apoyándose en la validez de las inferencias que plantean Holsti y Stone (Holsti, 1969) y también Krippendorff (1990) que añade además el concepto del contexto y Bardin (1986), Andréu Abela alude a las inferencias que se realizan a partir de los elementos implícitos del texto, hasta llegar a la que es para el autor la definición más completa, la que expone Bardin (1986) que recoge todos los elementos de la descripción anteriormente formulada. Andréu Abela (2001) resume la descripción de la técnica del

análisis de contenido en los siguientes términos aludiendo, además, al ulterior objetivo de esta técnica:

“[...] pertenecen al campo del análisis de contenido todo el conjunto de técnicas tendentes a explicar y sistematizar el contenido de los mensajes comunicativos de textos, sonidos e imágenes y la expresión de ese contenido con ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con el objetivo de efectuar deducciones lógicas justificadas concernientes a la fuente – el emisor y su contexto – o eventualmente a sus efectos” (Andréu Abela, 2001:3-4).

Piñuel Raigada (2002) también destaca que el propósito último del análisis de contenido reside en buscar el significado del texto más allá de la materialidad del mismo y en el plano de lo latente:

“El análisis de contenido no debe perseguir otro objetivo que el de lograr la emergencia de aquel sentido latente que procede de las prácticas sociales y cognitivas que instrumentalmente recurren a la comunicación para facilitar la interacción que subyace a los actos comunicativos concretos y subtiende la superficie material del texto” (Piñuel Raigada, 2002:4).

Bardin (1986), por su parte, centra su definición en la inferencia a otros conocimientos en su descripción de la finalidad del análisis de contenido que consiste en: “[...] la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción (o eventualmente de recepción), con ayuda de indicadores (cuantitativos o no)” (Bardin, 1986:29).

Además de estas definiciones, otra de las aportaciones es la distinción de Krippendorff (2004) de los seis elementos que debemos tomar en consideración en el análisis textual en relación con el análisis de contenido. El autor afirma que los textos no son inherentemente objetivos, esto es, no cobran sentido por sí mismos y siempre dependerán del sentido que le concede uno u otro receptor. En ese sentido, tampoco tienen un único significado y pueden ser interpretados desde múltiples perspectivas. Además, los significados de los textos no tienen por qué ser compartidos. Según Krippendorff (2004) aunque el acuerdo intersubjetivo entre lo que el autor del texto quiere decir y lo que el texto dice pareciera simplificar el análisis de contenido, tal acuerdo, sostiene el autor, existe escasamente. Por otro lado, el significado de los textos existe más allá del propio contenido, por ejemplo, en las ideas que surgen en la mente del receptor, en los sentimientos que despierta etc. Pero a pesar de las diversas interpretaciones de un texto, el autor defiende que estos siempre atañen a un contexto particular y una vez diferenciado este de entre otros contextos posibles, la variedad de interpretaciones se verá reducida. En vista de todos estos elementos, el objetivo del análisis de contenido será el de realizar inferencias desde el texto hacia el contexto elegido (Krippendorff, 2004:22-24).

Estas contribuciones sobre el análisis de contenido deben su origen a la evolución de esta técnica en el tiempo. Los primeros trabajos en la aplicación de la técnica del análisis de contenido se sitúan en el análisis de material sagrado y religioso (Andréu Abela, 2001; Velázquez, 2011a). En el ámbito periodístico, desde comienzos del siglo XX hasta prácticamente mediados de siglo, se desarrolla la técnica de análisis de contenido, sobre todo en EE.UU., con la medición como principal característica de estos estudios (Andréu Abela, 2001:5). Desde el trabajo de Speed (1893) que realiza un análisis morfológico aplicado a la prensa que consiste en cuantificar los aspectos formales de las noticias (Velázquez, 2011a) o Laswell (1927), citado en el capítulo anterior, que la aplica y propone una sistematización de la propaganda de guerra (Andréu Abela, 2001:5) y ya hacia finales del siglo, donde los estudios siguen las propuestas de Berelson y Lazarsfeld (1948) con la intención de probar la validez de la técnica (Andréu Abela, 2001:6).

A partir de mitad de siglo, como indica Andréu Abela (2001), surgen otros planteamientos metodológicos tratando de superar la objetividad de las normas de codificación impuestas hasta entonces por Berelson. En esta etapa se desarrollan dos contribuciones que como subraya Velázquez (2011a) son dos propuestas destacadas dentro del ámbito del análisis de contenido. En primer lugar, Velázquez (2011a) destaca la introducción de la semántica en el análisis de contenido de la mano de Osgood (1952) que es el primer autor en establecer el análisis asociativo y la escala del diferencial semántico que el autor desarrollará también posteriormente junto con Suci y Tannenbaum (1976, 1ª edición en inglés de 1957) y que se basa en estudiar las relaciones y asociaciones entre los temas y términos del contenido analizado (Velázquez, 2011a:118). Otro de los aportes distinguidos por Velázquez (2011a) es el análisis hemerográfico que realiza Kayser (1974) para el estudio de la información que se publica en la prensa atendiendo a elementos de presentación de la información, elementos cuantificables como la ubicación, valoración etc., información sobre el tipo de empresa periodística, elementos estructurales y categorías de clasificación en relación al género, ámbito geográfico, origen, objetivo y contenido (Velázquez, 2011a:119-120). Por otra parte, la aparición de herramientas informáticas para el procesamiento de datos supuso un incremento del empleo de la técnica de análisis de contenido en muchos ámbitos de las ciencias sociales (Piñuel Raigada, 2002:2). Para Macnamara (2005) el análisis de contenido se extendió como metodología de investigación en los estudios sobre la comunicación de masas con la llegada de la televisión y fue el principal método de investigación en el análisis de la representación de la violencia, el racismo y el género en los programas de televisión y en el cine (2005:1).

Andréu Abela (2001) considera que en este periodo se inicia un debate en torno a la imperatividad o no de medición del análisis de contenido y, por tanto, entre el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo:

“Para los partidarios del análisis cuantitativo lo que sirve de la información es la frecuencia de la aparición de ciertas características de contenido. Para los analistas cualitativos es la presencia o ausencia de una característica de contenido dada, o de un conjunto de características, en un cierto fragmento de mensaje que es tomado en consideración” (Andréu Abela, 2001:7).

En otros términos, cuando se trata de analizar el texto a través de los elementos cuantificables y manifiestos del texto estaríamos hablando del análisis de contenido cuantitativo. El análisis cualitativo, por su parte, no solo se limita a los elementos palpables del texto sino que debe también reparar en aquellos elementos subyacentes y en su relación con el contexto social desde donde se genera el contenido (Andréu Abela, 2001:22). Otros autores como Neuendorf (2002) (citado en Macnamara, 2005), sin embargo, no incluye dentro del análisis de contenido el análisis cualitativo de los textos y considera que este tipo de análisis puede formar parte del análisis narrativo, del análisis del discurso, semiótico etc. pero lo sitúa fuera de su definición del análisis de contenido que corresponde para la autora solo a lo cuantitativo.

Mcnamara (2005) considera que una de las características del análisis de contenido cualitativo es que examina no solo el texto sino las relaciones que se establecen entre este y el significado probable que le concede la audiencia por lo que sienta las bases de la polisemia del texto, es decir, los diferentes significados que puede albergar un texto en función del receptor, y de esta manera, el análisis de contenido cualitativo toma en consideración el texto pero también el medio, la audiencia y los factores contextuales (Mcnamara, 2005:5). McQuail (2010) añade, además, la idea de que el estructuralismo como una de las aproximaciones interpretativas en las que se basa el análisis de contenido cualitativo también puede llegar a ser sistemático, como el análisis de contenido cuantitativo, pero de una forma distinta, rehuyendo la idea de tener que tratar por igual a todas las piezas de análisis (2010:363). Para Bardin (1986) “lo que caracteriza al análisis cualitativo es que “la inferencia-cada vez que se hace-está basada en la presencia del índice (tema, palabra, personaje, etc.), no en la frecuencia de su aparición, en cada comunicación individual”” (Bardin, 1986:88).

Respecto al análisis de contenido cuantitativo, Mcnamara (2005) recuperando las aportaciones de Neuendorf (2002) reconoce algunos elementos propios que debería contener el ideal de análisis de contenido cuantitativo: la búsqueda de la intersubjetividad-ante la imposibilidad de la objetividad- a través de una muestra representativa, una aproximación deductiva del estudio con un diseño del análisis elaborado previamente, la presencia de dos o más codificadores o analistas, la realización de un pre-test etc. que afiance la verosimilitud del estudio, la validez de la muestra, la generalización de los resultados respecto a la población total o realidad objeto de estudio y, finalmente, la posibilidad de replicar el análisis en otras investigaciones (Mcnamara, 2005:8-13). En relación al análisis de contenido cualitativo aunque Mcnamara (2005) sostiene que la metodología de esta tipología de análisis no

es definida, sí alcanza a reconocer, citando de nuevo a Neuendorf (2002), dos ingredientes destacados en el análisis de contenido cualitativo: en primer lugar, la narratología, el autor considera que el análisis de contenido cualitativo se basa en la estructura narrativa del texto para interpretar su significado y, por otra parte, en la semiótica, el análisis de contenido cualitativo también centra su atención en los signos y el sistema de signos del texto y en cómo el receptor decodifica los mismos (Mcnamara, 2005:15).

Para McQuail (2010) tanto una tipología de análisis como la otra alcanzan una cierta formalidad científica y defiende que ambas emplean unos métodos que pueden ser reproducidos y cuyos resultados pueden ser puestos a prueba de nuevo. Por otro lado, ambas se refieren a unos dispositivos culturales y simbólicos regulares y recurrentes y rechazan valoraciones de tipo moral y, finalmente, ambas son en última instancia, instrumentales, es decir, tratan de dar respuesta a interrogantes acerca de los creadores del contenido, sobre el propio contenido, el contexto social donde se enmarca y los receptores del mismo (McQuail, 2010:360).

Pero más allá del carácter cuantitativo o cualitativo del análisis, otra de las separaciones a las que ha dado lugar el análisis de contenido es la que proponen Shoemaker y Reese (1996) (citado en Macnamara, 2005) para los que el análisis de contenido puede pertenecer a dos corrientes diversas. Por un lado, estaría la corriente de comportamiento cuya principal preocupación reside en los efectos que produce el contenido y, por otro lado, la corriente humanista, que en lugar de mirar más allá del contenido en los efectos que puede tener en la audiencia sitúa el foco de interés detrás, en lo que el contenido manifiesta sobre la realidad social en la que se inscribe (Macnamara, 2005:3). Para Berelson (1971), como recoge también Macnamara (2005), el objetivo del análisis de contenido abarcaría ambas corrientes y menciona hasta 5 objetivos que se propone el análisis de contenido: describir los elementos fundamentales del contenido del texto, de su forma, hacer inferencias sobre los productores del contenido y sobre la audiencia y vaticinar los efectos del contenido en la audiencia (Macnamara, 2005:3).

En cuanto a la motivación que se desprende de su aplicación en los medios, McQuail (2010) propone hasta 9 motivos por los que se recurre a analizar el contenido mediático: describir y comparar la producción de los medios, confrontar los medios con la realidad social, valorar los medios como contenedores de los valores y creencias sociales y culturales, generar premisas acerca de la función y efectos de los medios, evaluar la calidad de los medios atendiendo a ciertos criterios, estudiar la parcialidad de los medios, analizar la audiencia, contemplar los análisis textuales, narrativos o sobre el género y el discurso y, finalmente, se recurre al análisis de contenido con la intención de regular y clasificar el contenido como dañino, dirigido a un cierto público etc. De estas razones para el análisis de contenido que propone McQuail podríamos decir que, en

mayor o menor medida, en nuestra investigación contemplamos todas a excepción de la última (McQuail, 2010:341).

Atendiendo ahora a la clasificación de las técnicas de análisis de contenido, Bardin (1986) enumera 6 técnicas diferentes.

La primera de ella es el análisis categorial, para el autor la técnica más usada hasta ese momento y que consiste en la disgregación del contenido en unidades de análisis y en la organización de esas unidades en categorías. Dentro de esta tipología de análisis, la categorización temática, es decir, la categorización de las unidades en temas es el método más empleado (Bardin, 1986:119).

Una segunda técnica que reconoce Bardin es el análisis de evaluación, basado en el análisis de las valoraciones que realiza el autor del texto sobre los objetos a los que se refiere en el mismo. Como ejemplo de esta técnica el autor menciona el análisis de aserción evaluativa de Osgood (Bardin, 1986:119).

El análisis de enunciación, tercera técnica que propone Bardin, se diferencia de otros análisis de contenido clásicos, ya que entiende el acto comunicativo no como datos fijos e inmóviles sino como un proceso a través del que se producen transformaciones que están condicionadas por los códigos de la lengua y por las condiciones en la producción del discurso. Esta es una técnica que Bardin considera de gran utilidad para analizar las entrevistas semi-estructuradas (1986:131-132).

Por otra parte, encontramos una cuarta propuesta en el análisis de la expresión que puede aunar diversas técnicas que se basan en el análisis formal del texto, no en el plano del significado sino en el del significante y su estructuración, para realizar inferencias entre la estructuración formal del discurso y el tipo de discurso (1986:144).

La quinta técnica observada por Bardin es el análisis de las relaciones o de la contingencia, una técnica que se ocupa de analizar la frecuencia de aparición no de elementos aislados en el texto sino la frecuencia con la que aparecen junto con otros elementos y, por tanto, consiste en establecer las relaciones que se producen entre los distintos elementos del texto (1986:154).

La sexta y última técnica que distingue el autor es la del análisis del discurso, pero en la modalidad de análisis automático del discurso (AAD) que como afirma Bardin “[...] trata de establecer los lazos entre la situación (condiciones de producción) en que se encuentra el sujeto y las manifestaciones semántico-sintácticas de la superficie discursiva” (Bardin, 1986:168).

Andréu Abela (2001), en una revisión actualizada de las técnicas de análisis de contenido, distingue entre tres modalidades actuales de análisis de contenido que para el autor provienen del análisis de contenido tradicional.

Éstas son, por un lado, el análisis de contenido temático que se basa generalmente en listas de frecuencias a partir de palabras o conceptos o en la clasificación temática, pero sin examinar la relación entre estos elementos, una modalidad que correspondería con el análisis categorial citado por Bardin (1986). Este tipo de análisis de contenido se presta al análisis estadístico de grandes muestras.

Por otro lado, el autor distingue otra modalidad que es el análisis de contenido semántico que, a diferencia del anterior, su principal objetivo es el de estudiar las relaciones entre los temas que se presentan en el contenido, para ello, se elabora a priori una estructura de correlaciones en base a la cual se establecerán las relaciones entre los temas (Andréu Abela, 2001:20-21).

El análisis de contenido semántico guarda relación con el análisis de las relaciones o de la contingencia que describe Bardin (1986). Como ejemplo del análisis de contenido semántico, podríamos mencionar el '*modality analysis*', una variedad del análisis de contenido semántico que define Álvarez Gálvez (2013) mediante el que se analizan las relaciones entre las modalidades lingüísticas empleadas en el texto y su evolución en el tiempo partiendo de la base de que a través de las modalidades lingüísticas empleadas en el discurso (verbos modales auxiliares) se pueden inferir diferencias culturales o cambios discursivos respecto a alguna cuestión.

Álvarez Gálvez (2013) emplea esta técnica para analizar la transformación del discurso acerca de la inmigración de la prensa en España. Finalmente, para Andréu Abela existe una tercera tipología que es el análisis de contenido de redes. Este modelo de análisis se fundamenta en la existencia de una red léxica en el discurso que se observa a través de la reiteración en el texto y que es, como afirma el autor, ideológicamente relevante. De esta forma, a través de la observación de la estructura semántica del texto podríamos observar el contexto al que se refiere el texto (Andréu Abela, 2001:20-22).

Como recoge Piñuel Raigada (2002) en la aplicación de la técnica del análisis de contenido al contenido de los medios se deben de tener en cuenta dos aspectos, por un lado, la regularización de los métodos para llevar a cabo una investigación que aplique la técnica de análisis de contenido y, por otra parte, la selección del software que mejor se adapte a los objetivos de la investigación.

Respecto al primer aspecto, Piñuel Raigada (2002) habla de un '*protocolo*' a partir del cual, en base a criterios de observación e interpretación del objeto de estudio, se segmenta el corpus y se registran los datos, ya sea de los datos para su análisis posterior, como de los datos que surgen a partir de los datos previamente registrados (2002:17). En la segmentación del corpus se deciden las unidades de análisis y para el registro de los datos se aplica una ficha de análisis (2002:18-23). Respecto al software para la explotación de los datos, Piñuel Raigada (2002) contempla la clasificación de software para el análisis de textos que incluye Harald Klein en su página web sobre información

acerca del análisis de texto⁸⁴. Así, podemos encontrar software que se aplica al lenguaje (análisis sintácticos y semánticos, índices, palabras clave...) y software que se aplica al contenido (cualitativo, software de transcripción, análisis de acontecimientos en datos, análisis cuantitativo y los que codifican las respuestas a preguntas abiertas).

Aunque no afecta directamente a nuestra investigación puesto que nos ocupamos del análisis de textos de diarios impresos, resulta interesante mencionar el debate reciente acerca de la viabilidad de aplicar las técnicas de análisis de contenido al contenido de los medios digitales.

Karlsson y Sjøvaag (2015) sostienen que las técnicas de análisis de contenido tradicionales desarrolladas principalmente para su aplicación al contenido de los medios convencionales resultan insuficientes para el análisis de los medios digitales pero que, al mismo tiempo, todavía no son consistentes otras aproximaciones dirigidas al análisis del periodismo digital. Dos son los elementos centrales en este debate para estos autores: la gran cantidad de contenidos y datos que se generan en el entorno digital, fenómeno conocido como '*big data*' y lo que denominan análisis de contenido líquido. Como plantean los autores ambas cuestiones han generado ventajas e inconvenientes a la hora de analizar el contenido de los medios digitales.

Por un lado, el análisis del '*big data*' permite analizar grandes cantidades de información por lo que permite incrementar el objetivo del análisis, no obstante, de esa forma, se pierde la comprensión acerca de la unidad de análisis que los autores establecen con el objeto de estudio cuando la codificación es manual y, por ello, consideran necesario preguntarse qué se obtiene analizando gran cantidad de información y qué se pierde de esa forma.

Por otra parte, el análisis de contenido líquido que plantean ofrece frente a otras técnicas de análisis de contenido aplicables a los medios convencionales, explorar todo el ciclo de la noticia desde que aparece publicada en el medio digital, las actualizaciones que sufre, como se relaciona con otras noticias, que repercusión tiene en el lector etc. En este caso, el inconveniente que plantean los autores guarda relación con los recursos que se consumen a través de este método y, por ello, la cantidad de noticias que se pueden analizar bajo el mismo es todavía limitada (Karlsson y Sjøvaag, 2015).

Sobre la relevancia del análisis de contenido en el estudio de los medios de comunicación, como afirma Velázquez (2011a) la aplicación de la técnica del análisis de contenido a los contenidos que difunden los medios de comunicación es de suma importancia "[...] pues su contenido es un excelente indicador social dado que presentan y visualizan la sociedad a través de sus contenidos" (Velázquez, 2011a:121). McQuail (2010) que recupera la importancia para el análisis de contenido de los elementos

⁸⁴ La clasificación completa se puede consultar en la página web: <http://www.textanalysis.info/> (Última consulta: 30/06/2018).

latentes en el texto, que describen también otros autores, para subrayar la importancia de estudiar el contenido de los medios afirma que: “[...] los aspectos más interesantes del contenido de los medios a menudo no son los mensajes descubiertos, sino los muchos significados más o menos ocultos e inciertos que están presentes en los textos mediáticos” (McQuail, 2010:341)⁸⁵. Krippendorff (2004), por su parte, subraya que el valor del análisis de contenido reside en analizar el significado de lo que media entre las personas:

“Ciertamente, el análisis de contenido no es el único método de investigación que toma los significados en serio, pero es un método que es a la vez poderoso y discreto. Da sentido a lo que media entre las personas-texto, símbolos, mensajes, información, contenido de los medios masivos e interacciones sociales apoyadas en la tecnología-, sin perturbar o afectar a los que manejan esa materia textual” (Krippendorff, 2004: XIII)⁸⁶.

Finalizamos esta sección con el planteamiento de Bardin (1986) que a pesar reconocer una amplia variedad de modelos de análisis de contenido desde los que poder partir para el planteamiento de una nueva investigación, el autor hace hincapié en la necesidad de reinventar la tipología de análisis en función del tipo de discurso y el tipo de interpretación que se aspira alcanzar:

“En el análisis de contenido no existen plantillas ya confeccionadas y listas para ser usadas, simplemente se cuenta con algunos patrones base, a veces difícilmente traspasables [...] la técnica de análisis de contenido adecuada al campo y al objetivo perseguidos, es necesario inventarla cada vez, o casi” (Bardin, 1986:23).

5.2 La cobertura informativa de los jóvenes, antecedentes de su representación mediática

Podríamos afirmar que la literatura científica relacionada con los jóvenes y los medios de comunicación ha sido un campo marginal en la investigación sobre medios de comunicación a pesar de un incremento de este tipo de estudios en décadas más recientes. Algunas acciones como la progresiva creación de organismos públicos dedicados a la juventud y la creciente incorporación de este colectivo a las políticas públicas han hecho aumentar estas contribuciones. Por otro lado, este aumento también se debe a una toma de conciencia respecto al colectivo juvenil como un sector

⁸⁵ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] the most interesting aspects of media content are often not the overt messages, but the many more or less concealed and uncertain meanings that are present in media texts” (McQuail, 2010:341).

⁸⁶ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “Certainly, content analysis is not the only research method that takes meanings seriously, but it is a method that is both powerful and unobtrusive. It makes sense of what is mediated between people-textual matter, symbols, messages, information, mass-media content, and Technology supported social interactions-without perturbing or affecting those who handle that textual matter” (Krippendorff, 2004: XIII).

poblacional de gran interés en la medida en que los jóvenes son, en términos generales, consumidores potenciales de los medios de comunicación.

Los estudios que han vinculado los medios de comunicación con los jóvenes se han realizado desde múltiples perspectivas dentro del ámbito de lo social (comunicación, sociología, psicología, educación, marketing y publicidad etc.), pero sobre todo y en lo que respecta a los medios de comunicación, los podemos dividir en dos grandes categorías: estudios que analizan la imagen de los jóvenes en los medios, en los que se enmarca nuestra investigación y cuyas aportaciones más destacadas desarrollaremos en este apartado, y los estudios sobre el consumo, que abarcan todos aquellos estudios que miran al joven como consumidor de uno u otro medio y que a la vez tildan ese fenómeno bien como preocupación o, desde una perspectiva comercial, como un beneficio.

Tradicionalmente, dentro de los estudios sobre el consumo de los medios de comunicación por parte de los jóvenes se han situado los estudios que apelan a la retórica del ocio o al hedonismo en el que se ven sumidos los jóvenes contemporáneos en el tiempo de espera hasta alcanzar la edad adulta, de ahí que se conviertan en principales consumidores de los medios (Gil Calvo, 1985) y otros estudios que se refieren a los efectos que puede tener en las actitudes y comportamientos de los jóvenes el consumo de ciertos contenidos mediáticos, sobre todo, en lo que respecta a la ficción y a los programas de entretenimiento pero también en el ámbito informativo debido, por ejemplo, a la presencia y tratamiento del consumo de drogas y alcohol en las informaciones de los medios (Lázaro Ezquerro, 2001), por nombrar una de las preocupaciones. También se pueden incluir en esta categoría los estudios acerca de los hábitos de consumo de medios entre los jóvenes. Sobre este aspecto y sobre la recepción del discurso mediático por parte de los jóvenes nos ocuparemos en el séptimo y último capítulo.

En este apartado, trataremos de agrupar las principales conclusiones a las que llegan los estudios precedentes sobre el tratamiento mediático de los jóvenes atendiendo a las contribuciones procedentes de los cuatro contextos geográficos pertenecientes a nuestro ámbito de estudio y, especialmente, a aquellos estudios que hacen hincapié en el tratamiento informativo de los jóvenes y que tienen como objeto de estudio la prensa, aunque no exclusivamente.

Empezando por España, los estudios acerca del tratamiento mediático de los jóvenes en este país tienden a subrayar tres retratos mediáticos sobre los jóvenes: por un lado, los jóvenes se asocian en los medios con la ruptura del orden establecido, con el ocio y deseos de diversión y, por otro lado, también se retratan como promesa de futuro. Uno de los autores que sustenta estas tres hipótesis es Suárez Villegas (2011) quien, refiriéndose al ámbito informativo, pero sin diferenciar entre uno u otro medio, programa o género informativo, sostiene que en función del tipo de discurso mediático

donde aparecen los jóvenes los medios tienden a cambiar el discurso, algo que para el autor genera una ambigüedad nociva en su retrato.

El autor considera que cuando se informa acerca de hechos que conllevan un cierto desorden social y los detalles que se proporcionan son genéricos aparecen conjeturas acerca de la posible participación de los jóvenes en los mismos. Por otro lado, cuando se conoce la identidad del autor de los hechos se tiende a identificarlo con premura y a resaltar aspectos de la vida privada que no guardan relación con los hechos. En este tipo de informaciones los jóvenes, como afirma el autor: “[...] adquieren la presunción de sujetos privilegiados en la construcción informativa que persigue precisamente cualquier interrupción de la normalidad” (Suárez Villegas, 2011:359).

Algo parecido sucede cuando se retrata a los jóvenes en contextos de ocio, generalmente, para resaltar alguna contrariedad que afecta a una tercera parte implicada (vecinos, trabajadores etc.) en el ámbito de la convivencia. En ambas situaciones, como sostiene el autor, se tiende a no incluir la visión de los jóvenes como parte involucrada en la información, como parte implicada en relación a los problemas que se exponen: “[...] son meros objetos informativos y no sujetos y, para aspirar a una democracia informativa real, es preciso que también aquellos sobre los que se habla, hagan uso de la palabra” (Suárez Villegas, 2011:359).

El discurso, sin embargo, da un giro cuando en la información además de los jóvenes intervienen instituciones o representantes públicos. Cuando esto sucede, los jóvenes ya no aparecen como autores de algún tipo de acto incívico sino como “[...] víctimas de sus circunstancias sociales” (Suárez Villegas, 2011:359) pero sin que esto pueda salpicar de algún modo a la institución o político que aparece en la información. Por ello, según el autor este tipo de informaciones se presentan en modo afirmativo y en futuro, privilegiando la estructura narrativa sobre la iniciativa en beneficio de los jóvenes que se llevará a cabo en un futuro a cargo de alguna institución, por encima de las necesidades de los jóvenes que “[...] no son nada más que monedas de cambio estereotipadas para el manejo del público adulto” (Suárez Villegas, 2011:359).

En esa línea, el autor también reconoce un tratamiento de los jóvenes en los medios informativos que resalta aspectos positivos pero que parece solo atender a un sector específico dentro de este colectivo, los jóvenes universitarios, ignorando como propone el autor que son los jóvenes universitarios también parte involucrada en los conflictos generados a partir de sus contextos de ocio. Al tiempo que los jóvenes universitarios se sitúan como responsables, el autor argumenta que este tipo de secciones informativas suelen ser una oportunidad para insertar publicidad relacionada con su formación y con el consumo derivado de esta (Suárez Villegas, 2011:360).

Finalmente, el autor también observa la tendencia, sobre todo en campaña electoral, de un mayor cuidado en el tratamiento de los jóvenes puesto que se les considera un activo válido como votantes (Suárez Villegas, 2011:361). En vista de los diferentes tratamientos

que realizan los medios sobre los jóvenes, el autor concluye que: “Existe un uso genérico del término “joven” para referirse a quienes todavía se presume que no está integrado en el sistema social” (Suárez Villegas, 2011:361), algo que viene determinado por ciertos intereses sociales y económicos que buscan mantener las desigualdades de clase “[...] que en poco se compadece con el ideal democrático de la igualdad, el cual ha de procurar una dignificación de las personas al margen de una escenografía del poder social” (Suárez Villegas, 2011:362).

Lozano, Peral, Sabartés y Soler (2006) consideran que el tratamiento mediático sobre los jóvenes es, en términos generales, negativo tal y como plantea Suárez Villegas (2011). Estos autores recuperan la teoría de Hebdige (1988) para el que la imagen mediática de los jóvenes se fundamenta en dos pilares: *youth as trouble* y *youth as fun* que el autor emplea para referirse al retrato general sobre la cultura juvenil. Los autores estiman que debido en parte a las rutinas periodísticas que favorecen los sucesos problemáticos-como también resalta Suárez Villegas (2011)- los jóvenes suelen aparecer en la prensa cuando se cubren noticias relacionadas con conflictos o donde se genera algún tipo de violencia, sin tener en cuenta los motivos estructurales que han podido llevar a la consecución de dichos actos y a los que las instituciones no han sabido dar respuesta. Aunque estas representaciones de los jóvenes no siempre tiendan a generalizaciones que abarquen a todo el colectivo de jóvenes, como apuntan los autores “[...] es la suma de noticias con una carga valorativa negativa la que configura una imagen problemática genérica” (Lozano, Peral, Sabartés y Soler, 2006:2), como suele ocurrir también con otros colectivos como los inmigrantes, manifiestan los autores.

El trabajo de estos autores pone en valor un estudio de Giró (2003) que observa que es en las noticias breves donde con mayor frecuencia se producen las informaciones con un enfoque peyorativo sobre los jóvenes y señala que cuanto mayor es la aportación del autor en la información mayores serán los puntos de vista positivos. Lozano, Peral, Sabartés y Soler (2006) consideran que por esta misma razón, por una mayor implicación por parte de los periodistas sobre la información que difunden, quizá los medios locales atiendan con más frecuencia aspectos e iniciativas constructivas por parte de los jóvenes y ponen como ejemplo a seguir la política de comunicación del *Consell Nacional de la Joventut de Catalunya* (CNJC) como herramienta para combatir estos discursos mediáticos (Lozano, Peral, Sabartés y Soler, 2006:2-3).

Un estudio que guarda ciertas similitudes con el nuestro en cuanto a metodología es el que desarrollan Alcoceba y Matheus (2010) en el año 2006 cuando realizan un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo a las informaciones sobre jóvenes publicadas en prensa, radio y televisión durante un periodo de tres meses. Como resultados de la investigación observan que los temas que se vinculan con más frecuencia a los jóvenes en estos medios son los relacionados con la salud y hábitos de vida y los relacionados con el ocio y el tiempo libre, pero ambos reciben un tratamiento opuesto. Mientras que las noticias vinculadas con los hábitos de vida reciben un enfoque conflictivo,

destacando los factores de riesgo en torno a estos hábitos, las noticias sobre ocio no se enfocan como un problema, pero sí de manera trivial, matizan Alcoceba y Matheus.

Otro de los resultados destacados en el estudio es la presencia de la visión institucional en las informaciones, es decir, se presentan problemas o cuestiones vinculadas a los jóvenes como la vivienda, el consumo de alcohol, las trayectorias formativas etc. a menudo desde la respuesta que concede una institución en particular sobre ese asunto en concreto. De esta forma, como afirma Alcoceba en una contribución posterior en solitario: “Los discursos mediáticos tienden a normalizar y legitimar el mundo juvenil desde la perspectiva institucional (organizaciones y sus representantes), reforzando las relaciones de poder del mundo adulto sobre el juvenil” (Alcoceba Hernando, 2014:42).

Se distinguen otros tres elementos en la investigación de Alcoceba y Matheus (2010) que tienden a caracterizar las informaciones acerca de los jóvenes. Por un lado, el valor que conceden los medios, en especial, la prensa, al ámbito de lo local, algo que para los autores se hace de forma conveniente teniendo en cuenta la importancia que conceden los propios jóvenes a sus espacios de socialización más cercanos como el barrio, el pueblo o la ciudad. Por otra parte, se señala un marcado carácter presentista de las informaciones que coincide, como también resaltan los autores, con la valoración del tiempo presente por parte de los propios jóvenes (Sanmartín, 2014; CRS y FAD, 2014)- idea que desarrollábamos en el segundo capítulo-. No obstante, como información mediatizada las apelaciones al presente proporcionan una visión de los hechos que se relacionan con los jóvenes sin el debido contexto que los explica:

“[...] la ausencia de referencias al pasado (causas) y al futuro (consecuencias) refuerza la representación estereotipada de los jóvenes en torno a situaciones coyunturales: hedonismo juvenil o sucesos conflictivos que, en ocasiones, remiten a problemas estructurales más profundos de la sociedad” (Alcoceba y Matheus, 2010:233).

En tercer lugar, en la investigación también es notable la referencia a jóvenes sin que se haga mención a su edad, hecho que tiende a homogenizar el colectivo juvenil como concluyen los autores. A pesar de lo expuesto que es extrapolable a los tres medios analizados en la investigación, Alcoceba y Matheus (2010) reconocen que la prensa incluye en mayor medida que los otros medios informaciones más relacionadas con asuntos de interés para los jóvenes (2010:235).

Posteriormente a este estudio, Alcoceba (2014) en relación con la prensa sostiene que las rutinas periodísticas marcadas por la celeridad y la inmediatez es lo que conduce a los periodistas a recurrir a patrones reduccionistas en el tratamiento mediático de los jóvenes, un patrón donde: “[...] la actualidad, la novedad y sorpresa, la relevancia y proximidad local e ideológica, la desviación y negatividad y el valor narrativo dramático han sido sus principales características” (Alcoceba Hernando, 2014:42). El autor considera que, además de los acontecimientos noticiosos conflictivos o relativos al ocio

de los jóvenes que generalmente dibujan los medios y que se recogen en los estudios anteriormente mencionados, en tiempos recientes han proliferado las informaciones acerca del desempleo juvenil donde se proporcionan datos, pero no se apunta ni las causas ni a las responsabilidades en las que se enraíza el problema. Por ejemplo, el autor defiende que se apela a lugares comunes para describir las actuales circunstancias de los jóvenes como los movimientos migratorios o el emprendimiento como alternativas para la mejora de sus condiciones laborales, pero ignorando la incapacidad institucional de ofrecer otras opciones y, al mismo tiempo, ignorando también la diversidad que existe entre el colectivo juvenil en el acceso a todas estas alternativas y oportunidades (Alcoceba Hernando, 2014:41).

Por otra parte, el autor también considera que en las informaciones relacionadas con la crisis económica y que afectan a los jóvenes se enfatizan las condiciones socioeconómicas de los jóvenes al tiempo que se concede poco espacio a otras cuestiones relevantes también para los jóvenes como los nuevos modelos de hogares y las nuevas formas de participación etc. a través de las que los jóvenes superan condiciones salariales adversas o los obstáculos en el acceso a la oferta cultural (Alcoceba Hernando, 2014:43).

Alcoceba Hernando sintetiza la representación mediática de los jóvenes a través de los siguientes planteamientos que recogen todas las apreciaciones presentadas hasta ahora por otros estudios: en los medios se presentan los procesos por los que atraviesan los jóvenes y sus causas sin un contexto explicativo, no se aprecian figuras jóvenes al frente de los contenidos ni figuras jóvenes empoderadas ni reconocidas, predomina una visión paternalista sobre los jóvenes por parte las instituciones, se presenta a los jóvenes como un grupo análogo y no se refleja la diversidad de trayectorias vitales y, por último, se enfatiza la búsqueda de diversión como conducta prototípica de los jóvenes en detrimento de su compromiso (Alcoceba Hernando, 2014:52).

Begoña del Pueyo (2014) a partir de un manual de buenas prácticas elaborado por el Injuve bajo la dirección de Alcoceba Hernando y Matheieu Breglia (2007) ofrece otros elementos acerca del tratamiento mediático de los jóvenes que complementan lo reflejado hasta el momento. Respecto al sexo, se resalta la ausencia de contenido acerca de la salud reproductiva y sexual como los casos de abortos y embarazos no deseados que no tienen la debida cobertura mediática. También respecto a otros temas, el tipo de ocio de los jóvenes se representa como un modelo de consumo, sobre la formación se excluyen los procesos formativos no reglados y los procesos de participación social, política o religiosa no tradicionales, se invisibiliza al colectivo joven migrante-cuando no se le criminaliza- y se pone demasiado énfasis en las relaciones familiares conflictivas (Pueyo, 2014:22-23). Esta autora también recoge los resultados que presenta el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) en dos estudios acerca de la presencia de los jóvenes en los informativos televisivos catalanes (citados en Pueyo, 2014) de los que destacamos algunas conclusiones relevantes como su valoración acerca de la voz de los jóvenes en

los informativos de televisión, que estiman en un 3,9%, y que consideran que no es representativa en relación al conjunto de jóvenes en la sociedad catalana, que representan un 18,1% por aquel entonces, tampoco hay un equilibrio entre los ámbitos temáticos siendo los más destacados aquellos de carácter social, donde interviene la policía o las instituciones judiciales o de ámbito educativo pero en cualquier caso generalmente desde un enfoque de problema.

Por otra parte, de los estudios del CAC Begoña del Pueyo (2014) vuelve a mencionar otras características ya citadas como el paternalismo en las informaciones sobre jóvenes, el retrato de los jóvenes como sujetos en lugar de protagonistas de la información o la vinculación de los jóvenes en acciones poco influyentes o donde no ejercen el poder. Como resultado positivo, la presencia entre hombres y mujeres jóvenes (Pueyo, 2014:24-25).

También en Cataluña se enmarca otro estudio sobre la imagen de los jóvenes en los medios informativos catalanes (prensa, televisión y radio) realizado entre 2008 y 2009 que recoge algunas de las tendencias ya subrayadas por otros estudios y aporta nuevos planteamientos (Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, 2013).

Los autores de este estudio sostienen que frente al derecho colectivo a la información que tienen todos los ciudadanos, se vulneran los derechos individuales e intereses de otros grupos como los jóvenes que podrían ser un colectivo desfavorecido por su acceso inadecuado a los medios y, sobre todo, por el tratamiento parcial que los medios realizan de los jóvenes. Los autores consideran que así como la mayoría de códigos éticos y deontológicos del periodismo, nacionales e internacionales, recogen medidas o recomendaciones para un tratamiento adecuado de los llamados “grupos sociales desfavorecidos”, estas directrices son prácticamente inexistentes en el caso de los jóvenes, no solo porque los jóvenes son un colectivo de una naturaleza transversal y heterogénea, sino porque no hay una percepción social de los jóvenes como un grupo social en riesgo o que necesite una protección específica (Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, 2013:80).

De su análisis de los medios informativos catalanes se desprende la poca presencia de los jóvenes tanto en las noticias de carácter general como cuando se estudian dos acontecimientos específicos que involucran directamente a los jóvenes, el plan Bologna y el examen de acceso a la universidad. Durante el periodo de un año, solo en un 7% de los casos las noticias contaban con la presencia de jóvenes y de esas noticias el 58% estaban relacionadas con los deportes. En los dos acontecimientos concretos analizados la presencia de los jóvenes no superaba el 5% en ambos casos. Por otro lado, a diferencia de los estudios anteriores del CAC (citados en Begoña del Pueyo, 2014) que sí observaban una representación de género equilibrada, en este estudio a excepción de la televisión pública catalana, TV3, la presencia masculina es sustancialmente superior.

Respecto a secciones y temas en los que aparecen los jóvenes, se repiten los patrones observados en otros estudios: los temas relacionados con la violencia son los más destacados seguidos de asuntos referentes a la educación y de noticias acerca de accidentes o sucesos trágicos. Por el contrario, como apuntan los autores, otros temas que atañen a los jóvenes directamente como la emancipación o las condiciones laborales precarias tan sólo suponen el 1% del total de noticias (Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, 2013:83-86). Para los autores la presencia de los jóvenes en noticias relacionadas con la violencia o sucesos responde, como también apuntan otros autores (Lozano, Peral, Sabartés y Soler, 2006; Suárez Villegas, 2011; Alcoceba, 2014), a la práctica periodística de que “aquello que es malo es noticia”, la normalidad no tiene cabida en las noticias (Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, 2013:89).

Esta consigna tiene aún mayor repercusión en el caso de los jóvenes debido a la ausencia de otras historias sobre jóvenes más constructivas. Por tanto, no es una cuestión cuantitativa sino cualitativa o no tanto de cantidad como de calidad, lo que queda al final son pocos casos, atendiendo a la escasa presencia de los jóvenes en las informaciones diarias, donde la imagen del joven es simplista o estigmatizada, pero este tipo de representaciones pueden tener una mayor repercusión que en el caso de otras representaciones hacia otros colectivos o temas donde el tratamiento sea más equilibrado (Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, 2013:90).

En relación con la violencia vinculada a las informaciones sobre los jóvenes esta tiene también que ver con la apropiación del espacio público y que recogen los autores a través de una entrevista a un periodista que defiende que “[...] siempre emergen problemas respecto a la coexistencia pacífica del espacio público porque no se acepta que los jóvenes lo ocupen” (Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, 2013:84).

Respecto a la función de los jóvenes como sujetos activos o pasivos de la información, los roles narrativos que se les asigna a los jóvenes varían en función del tema y los autores diferencian entre tres roles diversos: en las noticias relacionadas con la educación, con la asociación juvenil o las precarias condiciones laborales apenas aparecen como sujetos de acción y sí lo hacen en cambio en las noticias sobre violencia. Por el contrario, en la primera tipología de noticias los jóvenes son mayoritariamente objeto de valor, es decir, los jóvenes aparecen como objetivo final de las acciones de otros, generalmente, de otros adultos como instituciones. En el caso de los dos hechos noticiosos seleccionados específicamente, los autores destacan otra categoría y es la de los jóvenes como sujetos de estado, es decir, los jóvenes aparecen como sujetos pasivos de la noticia, no dan su opinión o son generalizados y tienen una presencia circunstancial en la información (Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, 2013:86-87). Junto con esta diversidad en los roles, el estudio también concluye que se difunden estereotipos en ocasiones totalmente opuestos de los jóvenes: los jóvenes son idealistas

y al mismo tiempo materialistas, dinámicos y al mismo tiempo pasivos etc. (Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, 2013:84).

Uno de los ejemplos recientes de cómo la prensa, cubre un hecho noticioso concreto relacionado con los jóvenes es el análisis que realizan Clua, Ferrán-Ferrer y Terren (2018) sobre la cobertura concedida por la prensa en España y también a través de Twitter de la desaparición del Consejo de la Juventud de España (CJE).

Los autores ponen de ejemplo los resultados del estudio para atestiguar el fracaso de las reivindicaciones políticas de los jóvenes en lograr alcanzar el debate público. Si bien es cierto que las noticias relacionadas con la disolución del CJE formaron parte de la agenda mediática al principio del proceso, ninguno de los diarios analizados concedió cobertura al desenlace, atendiendo a la práctica periodística basada en la lógica efímera de las noticias, como argumentan los investigadores. Además, las noticias relacionadas con este hecho noticioso estaban basadas generalmente en las acciones que se tomaban por parte del gobierno más que en las reivindicaciones que trabajaban para la no disolución del Consejo. Una de las conclusiones reveladoras del estudio es que tampoco las campañas reivindicativas a través de Twitter consiguieron alcanzar una gran repercusión: los picos álgidos que alcanzó este acontecimiento en Twitter estuvieron marcados, al igual que en la prensa, por las acciones gubernamentales al respecto y otra de las debilidades que rodearon la cobertura del acontecimiento es que otras voces alternativas como la campaña en contra de la disolución del Consejo tampoco tuvieron un gran alcance a través de la red social ya que las comunicaciones producidas en esta red social se mantuvieron dentro de la misma comunidad que también existía offline sin que ningún actor externo contribuyera a la campaña de manera efectiva (Clua, Ferrán-Ferrer y Terren, 2018).

Podríamos relacionar las conclusiones a las que llega este estudio con la tendencia, desde varios ámbitos además del de los medios de comunicación, de retratar la falta de compromiso político de los jóvenes y su apatía política resaltando, por el contrario, el hedonismo que les caracteriza (Benedicto y Luz Morán, 2015:88).

También hay estudios que plantean como la línea editorial del diario a la hora de cubrir un evento noticioso que guarda relación con los jóvenes puede determinar su tratamiento, no tanto por la implicación o no de los jóvenes en el mismo sino por el carácter del evento en sí. Este es el análisis que se realiza en un estudio sobre el posicionamiento de la prensa en España en torno a la Jornada Mundial de la Juventud, un encuentro mundial entre jóvenes católicos, que en 2011 se celebró en Madrid (Repiso, Rodríguez Pinto y García-García, 2013). Así, diarios de centro, liberales y de derechas cubren con más frecuencia y más positivamente el evento y se posicionan en contra de otros grupos contrarios a la Jornada, mientras que los diarios de centro-izquierda o de izquierda, aunque con una cobertura menor del evento, tienden a

centrarse en los conflictos generados a partir del evento (Repiso, Rodríguez Pinto y García-García, 2013).

Todas estas consideraciones respecto al tratamiento que hacen los medios de los jóvenes han llevado también al desarrollo de principios éticos para mejorar dicho tratamiento, desde la perspectiva de responsabilidad social que tienen los medios, ya sean públicos o privados, tratando de huir de estereotipos y prejuicios reduccionistas que criminalicen al colectivo o que lo presenten como un colectivo irresponsable, conformista, despolitizado y homogéneo, representaciones que se alejen también de la visión paternalista sobre el colectivo y del sensacionalismo.

Al tiempo que se han de rehuir estas cuestiones se han de reforzar otras como la presencia de los jóvenes en los medios recogiendo también las percepciones sobre las cuestiones que les afectan, considerar como fuentes las instituciones y asociaciones dirigidas a los jóvenes, dar cabida a las informaciones de carácter constructivo, tener presente las relaciones de clase que afectan también a los jóvenes y generar espacios informativos en función de sus intereses (Alcodeda y Matheus, 2010:254-255). Figueras Maz y Mauri De Los Ríos (2010) mencionan, además de algunas buenas prácticas ya citadas, evaluar la posibilidad de incluir en la información la condición del joven, en especial, cuando el hecho sea negativo, para evitar así la estigmatización sobre el colectivo.

Sobre los aspectos a potenciar, apuntan a considerar a los jóvenes como fuente tanto en las noticias en las que estén involucrados como en otras de interés general de manera que se les retrate como expertos o como generadores de opinión y, en esa misma línea, se considera necesario promover contenidos elaborados por jóvenes (Figueras Maz y Mauri De Los Ríos, 2010:44-45).

Cambiando de contexto geográfico, en Italia el número de estudios que abarcan el tratamiento mediático de los jóvenes y, en especial, su cobertura informativa es notablemente más reducido en general y escaso en los últimos años.

La mayoría de estudios que analizan la relación entre los jóvenes y los medios de comunicación en Italia se centran en el consumo y uso que realizan los jóvenes de los medios de comunicación, sobre todo, en su relación con los medios digitales, y en los efectos que los medios pueden tener en el comportamiento y hábitos de los jóvenes, pero centrándose, primordialmente, en la adolescencia y la infancia.

Uno de los estudios que se hace eco, aunque indirectamente, del tratamiento informativo que realiza la prensa italiana sobre los jóvenes es Bernardini (2013) que en su análisis sobre la representación social de la edad adulta en la prensa incluye algunas aportaciones relevantes a cerca de la presencia de los jóvenes en la prensa italiana en contraste con la imagen de la edad adulta en este medio.

Con respecto a los jóvenes, en el estudio se mide la frecuencia de asociación de los jóvenes con determinados apelativos y circunstancias. Así, los apelativos con los que se relaciona a los jóvenes de mayor a menor frecuencia son: en primer lugar, los referidos a su infantilidad y holgazanería, seguidos de su condición de desocupados o precarios, como víctimas del mundo adulto (incomprendidos, sin figuras de referencia etc.), también como perdedores teniendo en cuenta su situación económica y laboral, como invisibles y no representados y, en sexto lugar, como sujetos que rompen con el orden social a través de actos vandálicos.

Por detrás de estas connotaciones de los jóvenes, emerge, en menor medida, un retrato dicotómico y aparentemente contradictorio donde se retrata, por un lado, los jóvenes como inmaduros, maleables, no autónomos, inconscientes, sin valores, apolíticos en contraste con el retrato de los jóvenes como adultos precoces, como modelo de referencia para los adultos, idealistas y ambiciosos, creativos y enérgicos y como esperanza de futuro (Bernardini, 2013:110-115).

Uno de los aspectos más estudiados en Italia, en línea con nuestra investigación y la representación mediática de los jóvenes en este país es el tratamiento de la violencia juvenil en los medios. Tirocchi (2007, 2008) desarrolla en diversas contribuciones la hipótesis, también mencionada por los estudios en España, de que los medios de comunicación parecen solo interesarse por los jóvenes cuando estos protagonizan actos violentos o sucesos trágicos, desde actos vandálicos hasta el acoso entre jóvenes en el ámbito educativo y en los contextos de socialización (Tirocchi, 2008).

Sobre el acoso entre jóvenes la autora defiende que la representación que realizan los medios sobre este asunto- analiza en concreto información publicada en diarios italianos- está sobredimensionada y se construye bajo el paradigma de espectacularización que, a la vez, responde al mecanismo de presentación de la realidad y construcción de la noticia que realizan los medios.

En esta representación de la violencia entre jóvenes que realizan los diarios italianos median también los medios de comunicación, las nuevas tecnologías e internet como herramientas que por su mal uso o por los contenidos que difunden contribuyen a generar o potenciar la violencia entre jóvenes (Tirocchi, 2007). Cambiando de género y de medio, otra de las contribuciones en torno a la representación mediática de los jóvenes italianos es el análisis de Lalli (2002) sobre la representación de los jóvenes en los *talk show* televisivos en Italia. Para la autora, en estos programas de entretenimiento existe una presencia importante de jóvenes y se tratan asuntos relativos a los jóvenes de forma que la imagen de los jóvenes que se proyecta en los mismos está insertada no en el debate público en sentido tradicional sino en la cotidianidad de la vida diaria (Lalli, 2002:10).

La representación de los jóvenes en estos programas se caracteriza por una representación del tipo 'querer ser' a través de imágenes idealizadas, patrones de

belleza y de habilidades etc. mostrando aquello que se es pero no presentando modalidades de tipo práctico o didáctico. Junto con esta forma de presentación de la imagen de los jóvenes, se reproducen diferencias de género relacionadas con la imagen física y la retórica del éxito. Al tratar casos de carácter más humano se recurre a diferencias de género más conservadoras.

Por otra parte, también se observa la prolongación de la juventud en este tipo de representaciones. La autora diferencia entre otra tipología de *talk show* en la que los jóvenes tienen un rol más activo, como es el caso de los programas de entretenimiento musicales. En estos espacios, los jóvenes intervienen y expresan su opinión de manera que se constituyen, enteramente, como actores sociales. No obstante, también esta expresión por parte de los jóvenes es mediada por la naturaleza del propio programa donde el rol que cumplen los jóvenes está, en gran parte, orquestado y la imagen que se proyecta de los jóvenes es doble: el joven ya maduro que ofrece consejos y el otro tipo de joven que los recibe y que todavía ha de curtirse en la materia (Lalli, 2002:12-13).

Lalli subraya que, en general, las representaciones juveniles en este tipo de programas se materializan a través de la apariencia y que a través de estereotipos nos dibujan un prototipo de cuerpo juvenil que sirve como mecanismo de adhesión e identificación con la identidad juvenil y como forma de interpretar la realidad social, una representación de los jóvenes que carece de otras cualidades:

“[...] el joven aparece, en sí mismo, "sin calidad": sus características son reabsorbidas por la representación televisiva estetizante y transformados en prototipo, paradigma vinculante en términos de comportamiento e imagen, accesible desde cualquier lugar a través de la práctica de la transformación y deseable por cualquiera por ser "socialmente" efectivo” (Lalli, 2002:32)⁸⁷.

En el contexto marroquí, como parte del programa NET MED Youth, un programa conjunto de la UNESCO y la UE que se desarrolla en diversos países del Mediterráneo Sur y que ya contemplamos en el primer capítulo, elabora una de las contribuciones que destacamos- a pesar de que solo contempla la televisión y la radio- acerca del tratamiento de los jóvenes marroquíes en los medios del país (UNESCO Bureau de Rabat, 2017).

La conclusión general a la que llega el estudio es que tanto los jóvenes como sujetos como el punto de vista juvenil es un aspecto no explorado por las dos cadenas de radio y las dos televisiones analizadas a juzgar por las noticias centradas en los jóvenes, solo

⁸⁷ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “[...] il giovane appare, di per sé, “senza qualità”: i suoi caratteri sono riassorbiti dalla rappresentazione televisiva estetizzante e trasformati in prototipo, paradigma vincolante in termini di comportamento e immagine, raggiungibile da chiunque attraverso la pratica di trasformazione e desiderabile da chiunque proprio perché "socialmente" efficace” (Lalli, 2002:32).

un 2,3%, o por las noticias que tratan cuestiones que les conciernen, que conforman un 3,2% del total de noticias.

No obstante, se observan diferencias importantes entre las diferentes franjas de edad y en cuanto al género. Por un lado, mientras que los jóvenes de 25 a 35 años alcanzan porcentajes de presencia e intervención en la televisión superiores al 35% respecto a todas las edades, en el caso de la radio son algo inferiores, los jóvenes de entre 19 y 25 años están por debajo del 5% de representación respecto al resto de edades en ambos medios.

La presencia e intervención de las mujeres jóvenes corresponde a una tercera parte en la televisión y a una cuarta parte en la radio. Por tanto, la poca visibilidad que se observa en el estudio de los jóvenes marroquíes en la televisión y en la radio, corresponde a jóvenes mayores de 25 años que son, generalmente, hombres. Los jóvenes marroquíes de entre 19 y 24 años escasamente son consultados como comentaristas o para interpretar o confirmar las informaciones.

En función de las temáticas que se tratan en la televisión y la radio, los deportes y el entretenimiento son los contenidos donde la presencia de los jóvenes es mayor seguido por asuntos de sociedad. En los contenidos relacionados con la política y la economía, la presencia de los jóvenes se sitúa en torno al 2% en la televisión y al 1% en la radio.

Si atendemos al perfil del joven que mayor o menor presencia tiene en los medios analizados, se observa que el perfil de joven más demandado para su intervención en ambos medios es el de estudiante y, en segundo lugar, el de deportista o profesional relacionado con los deportes. Por el contrario, la presencia de jóvenes con otros perfiles sociales o profesionales como activistas de la sociedad civil o representantes políticos o religiosos es muy reducida. Se podría argumentar que en el caso de los representantes políticos y religiosos este hecho está relacionado con la presencia real de estos jóvenes en la sociedad marroquí, no obstante, este argumento no sería aplicable en el caso de los activistas jóvenes con una más manifiesta participación social.

Respecto a la brecha de género que revela el estudio de la oficina de la UNESCO en Rabat, la brecha de género en los medios y en relación con los jóvenes no solo se produce en términos cuantitativos como recoge este estudio sino también en la calidad de representación. Skalli (2011) que describe la construcción del liderazgo de la mujer a través de los medios marroquíes considera que las mujeres jóvenes activistas están ausentes en los medios a favor de otras generaciones de movimientos feministas en el país a las que se les concede mayor cobertura (Skalli, 2011:485). Además, la autora también señala que se asocia la juventud como sinónimo de incompetencia o inmadurez al retratar a mujeres en circunstancias de liderazgo (Skalli, 2011:487).

Si consideramos ahora la cobertura informativa de un acontecimiento concreto más o menos reciente que concierne a los jóvenes marroquíes ese podría ser el tratamiento

informativo que recibió el 'Movimiento 20 de febrero' (20F), un movimiento de protestas y manifestaciones en el país con una gran participación de jóvenes -véase capítulo 2-.

El análisis que desarrolla Freeman (2017) sobre la cobertura que realizan tres diarios marroquíes sobre estos hechos refleja un proceso similar al manifestado por Clua, Ferrán-Ferrer y Terren (2018) con respecto al tratamiento informativo que recibe la disolución del CJE por parte de la prensa española.

Al comienzo de las protestas la prensa marroquí se hace eco de las mismas, aunque con cautela, pero en la medida en que estas avanzan la cobertura informativa pasa de reflejar las protestas a centrarse en las medidas de reforma constitucional que propone el rey marroquí que se apropia de la narrativa posterior dejando fuera a las demandas de los activistas que forman parte del movimiento (Freeman, 2017). Queda patente, de nuevo, el poder de las fuentes institucionales para fijar la agenda mediática y las limitaciones que encuentran otras voces como las de los jóvenes activistas a la hora de convertirse en noticia por acontecimientos determinados.

Los estudios enfocados en la relación entre los jóvenes y los medios de comunicación en Egipto se centran en el consumo de medios por parte de los jóvenes y el uso que hacen estos de las herramientas digitales y de los medios sociales para volcar su propio contenido y como fuentes de información y herramientas para la expresión de intereses y opiniones, como veremos en el séptimo y último capítulo.

En concreto, la investigación acerca de la imagen de los jóvenes en los medios se circunscribe en los últimos años a la cobertura informativa que se ha concedido a las revueltas que tuvieron lugar en Egipto a lo largo del año 2011 y que, al igual que en Marruecos, contaron con gran presencia de jóvenes manifestantes. Presentamos aquí uno de estos estudios que nos sirve de ejemplo para señalar la cobertura informativa que recibe este acontecimiento en Egipto relacionado con los jóvenes y, en gran medida, protagonizado por jóvenes. Este estudio compara la distinta forma de cubrir las protestas en el país por parte del diario estatal Al Ahram, que forma parte de nuestra muestra en Egipto, y Al-Shuruq, un diario independiente egipcio (Osman y Abdel Samei, 2012).

Ambos diarios concedieron una cobertura de los acontecimientos radicalmente opuesta. Al Ahram que durante los primeros días de las protestas optó por el silencio, a medida que avanzaban los días su cobertura de los hechos estuvo caracterizada por un encuadre noticioso de conflicto y de carácter desmovilizador: noticias que apuntan a la inestabilidad del país tras las protestas, incremento de la violencia, golpe de estado islamista, los manifestantes como instigadores de la violencia etc. Al-Shuruq, por el contrario, concedió desde el principio una amplia cobertura a los acontecimientos y se hizo eco de las informaciones que provenían del 'Movimiento 6 de abril' o de la página de Facebook 'We are all Khaled Said' -véase capítulo 2-, ambos liderados por jóvenes,

desde un encuadre movilizador: retrato de los manifestantes como héroes, un enfoque de optimismo ante la consecución del cambio, acento en la condena internacional al régimen de Mubarak etc. (Osman y Abdel Samei, 2012).

Como vemos, durante las revueltas en Egipto las demandas de los jóvenes, aquellos participantes en las protestas, sí estuvieron recogidas por algunos medios en clave, además, constructiva pero silenciadas por otros, en los medios afines al régimen, cuando no criminalizadas. No obstante, debemos de tener en cuenta que esta representación de los jóvenes ante este acontecimiento determinado tanto de una parte como de otra está estrechamente relacionado con el contexto político y social del país en dicho momento y responde, más que a silenciar o potenciar la voz de los jóvenes como actores sociales en tanto jóvenes, a los intereses por mantener o no el *statu quo* y el poder establecido, al igual que ocurrió en Marruecos durante las protestas que tuvieron lugar en el país.

Más allá de los análisis realizados en la cobertura de este acontecimiento, el escaso interés académico por analizar la presencia y tratamiento en los medios de los jóvenes egipcios, que conforman además numéricamente un colectivo significativo respecto a la población total del país, guarda relación con la invisibilidad y limitada participación de los jóvenes en otros aspectos de la vida social, como hemos presentado a lo largo del segundo capítulo, y con la naturaleza del contexto mediático del país donde la independencia y diversidad de los medios se ponen en cuestión dadas las limitaciones en la libertad de prensa y en la libertad de expresión que denuncian diversos organismos (véase capítulo 3).

A modo general y para finalizar este apartado, presentamos algunas contribuciones procedentes de otros contextos que vienen a confirmar algunos de los planteamientos desarrollados a lo largo de esta sección y a proponer otros que nos sirven de marco de referencia. Por ejemplo, del contexto latinoamericano destacamos la propuesta de la autora mexicana Reguillo Cruz (2000), que trabaja sobre los jóvenes en México, que se refiere a la íntegra esfera de la industria cultural que, según la autora, tradicionalmente reproduce dos grandes etiquetas en la representación de los jóvenes, la de los jóvenes 'disidentes', los jóvenes que cometen actos delictivos, y los jóvenes 'incorporados', aquellos que se presentan como titulares de derechos o las investigaciones de Palazzo (2013) en Argentina que a partir del análisis del discurso de textos periodísticos sobre los jóvenes en la región argentina de Tucumán distingue distintas posiciones discursivas sobre los jóvenes: los jóvenes como sujetos que conducen al cambio o excluidos del sistema, en línea con la hipótesis de Reguillo Cruz (2000), los jóvenes cuya edad social difiere de la de los adultos con elementos identitarios propios, la juventud como producto histórico social que se le asigna una connotación negativa al relacionar los jóvenes con la crisis y, finalmente, la juventud como estado de vida y como estado espiritual y deseable (Palazzo, 2013:238).

Desde Costa Rica, destacamos el análisis crítico sobre las representaciones de los jóvenes en la prensa del país que señala cuatro discursos en relación a las informaciones sobre jóvenes, dos ya citados como el discurso adultocéntrico y el discurso acerca de la seguridad y, además, se señala el discurso de la heteronormatividad patriarcal, en relación sobre todo con la representación del cuerpo de las mujeres jóvenes, y el discurso de la exotización para referirse a jóvenes de regiones y zonas del país marginalizadas (Brenes Montoya, Vásquez Arreaga y Ventura Campusano, 2012).

Otro análisis interesante es el que se enmarca en Irlanda del Norte y que realiza Gordon (2018) sobre la representación de los niños y jóvenes en la prensa de la región tras lo que para el autor es un momento de transición postconflicto en la región. Gordon (2018) concluye que el tratamiento de los niños y de los jóvenes en la prensa viene a conformar una imagen de ellos como problema para el que se presentan soluciones disciplinarias. La culpa de los sucesos conflictivos se dirige a ellos sin reparar en los problemas estructurales e institucionales relativos a una sociedad en transición, así, defiende el autor, los niños y los jóvenes son “[...] convenientes chivos expiatorios” (Gordon, 2018:213).

Otra línea de estudio con relación a la presencia de los jóvenes en los medios es aquella que se sitúa en el retrato por parte de los medios de una u otra tipología de joven en función de su origen, religión u otras características individuales. Dentro de esta categoría, encontramos las aportaciones de Lepianka (2015) sobre la representación de los jóvenes holandeses en los medios informativos del país que señala que mientras que los jóvenes nativos son evaluados con mayor frecuencia en referencia a sus competencias los jóvenes no nativos se valoran de manera condescendiente.

Bajo la misma premisa parte el análisis de Marôpo (2014) en relación al retrato de los medios portugueses sobre los jóvenes de las periferias de Lisboa caracterizados por los medios como extraños, peligrosos, como sujetos desviados y lejanos o marcados por la pobreza (Marôpo, 2014:199) o la imagen que proyectan los diarios canadienses sobre los jóvenes musulmanes en el país que recogen Jiwani y Dessner (2016) que emplean la definición de barbaros de Foucault para describir esta imagen mediatizada sobre los jóvenes musulmanes, una imagen marcada por la lógica racista que les convierten en enemigos del estado y que les presenta como potencia que hay que contener, como concluyen los autores.

Pero además de los estudios que enfatizan las representaciones negativas de los jóvenes en los medios, también encontramos otros que aluden a un retrato más neutral por parte de los medios. Levinsen y Wien (2011) realizan un análisis de contenido aplicado a diarios daneses durante un amplio periodo a partir de la mitad del siglo pasado hasta el año 2003, un extenso periodo de análisis que defienden frente a los periodos de muestra habitualmente breves, y sostienen que a pesar de que las informaciones sobre jóvenes relacionadas con crímenes o accidentes son notables a lo largo de todo el

periodo analizado, los asuntos relacionados con la cultura ocupan también el mismo espacio. Los autores, observan, igualmente, una tendencia hacia una imagen más neutra en la actualidad y con mayor participación de los jóvenes (Levinsen y Wien, 2011).

Las consideraciones desarrolladas a lo largo de este apartado, así como la realidad social de los jóvenes mediterráneos en los contextos objeto de estudio expuesta en el segundo capítulo de este trabajo, conforman el marco referencial a partir del que construimos la primera de las premisas de esta investigación con relación al tratamiento informativo de los jóvenes mediterráneos.

De los antecedentes que apuntan a la invisibilidad y escaso empoderamiento y participación de los jóvenes en los países europeos mediterráneos y, en concreto, en España e Italia, tanto en lo que respecta a la realidad social como a partir de los antecedentes sobre el tratamiento informativo de los jóvenes en los medios en ámbitos como el desempleo juvenil, la participación ciudadana o en los contextos de socialización, partimos de la hipótesis de que los jóvenes del Norte del Mediterráneo no aparecerán en la prensa protagonizando las informaciones ni como sujetos activos en las acciones que dan lugar al hecho noticioso.

Sin embargo, en lo que respecta a los jóvenes árabes mediterráneos y a pesar de una realidad social que, como hemos visto, les excluye en muchos aspectos de la vida social, consideramos que los cambios acontecidos a partir de las protestas en algunos países árabes, con mayor alcance en Egipto que en Marruecos, han podido derivar en un mayor protagonismo por parte de los jóvenes en la sociedad y, por tanto, consideramos que esto podría también tener su reflejo en la cobertura que realizan los medios sobre los jóvenes como agentes activos de la información, independientemente del enfoque problemático o no que esta pueda contener. Es decir, de manera simplificada, se presume que mientras que los jóvenes europeos mediterráneos aparecerán con mayor frecuencia en la información que difunde la prensa no como protagonistas de la información ni como sujetos activos en la misma sino de manera indirecta a través de informaciones mediadas por otros agentes sociales como los actores institucionales, los jóvenes árabes mediterráneos, de manera más o menos problemática, tenderán a aparecer en la información de la prensa con mayor protagonismo y como sujetos activos involucrados en los acontecimientos sobre los que se informa.

5.3 Selección de la muestra, variables aplicadas al análisis de la información sobre jóvenes en la prensa y procesamiento de los datos

La muestra para el análisis de contenido de las unidades informativas acerca del tratamiento de los jóvenes en la prensa que proponemos en esta investigación se ha seleccionado a lo largo del periodo de un mes, durante el mes de marzo del año 2013- periodo seleccionado aleatoriamente- a partir de 10 diarios de ámbito mediterráneo y que presentábamos en el tercer capítulo: El País, ABC, La Vanguardia y El Periódico de

Catalunya (España), Il Corriere della Sera y La Repubblica (Italia), Al Massae y As Sabah (Marruecos) y Al Ahram y Al Dostur (Egipto). Detallamos, a continuación, los criterios que se han tenido en cuenta para la selección de las unidades de análisis:

- Las unidades de análisis han sido extraídas de las ediciones impresas de los diarios que hemos podido obtener digitalmente, bajo suscripción o a través de la descarga gratuita del diario impreso en versión pdf.
- Se han tenido en cuenta todas aquellas unidades relacionadas con los jóvenes, ya sea a nivel individual a través de la presencia de personas concretas dentro de la información o mediante referencias genéricas a la juventud y a los asuntos que les conciernen, considerando tanto aquellas unidades donde los jóvenes aparecen de forma destacada como aquellas donde aparecen de forma parcial o marginal.
- A pesar de la hibridación de los géneros periodísticos y la falta de consenso en algunos casos acerca de los límites entre la información, la interpretación y la opinión de los contenidos, discusión que hemos abordado a lo largo del cuarto capítulo, para la selección de nuestra muestra tratamos de incluir piezas que tradicionalmente han pertenecido al género informativo e interpretativo (noticias, reportajes, entrevistas, crónicas etc.) y se han excluido las piezas de género de opinión, como pueden ser las editoriales, las cartas al director etc.
- A modo de poder realizar el análisis operativo, para la selección de las unidades de análisis, cuando en ellas se detalla la edad del joven involucrado en la información, se han tomado en consideración solo aquellas unidades con presencia de jóvenes adultos entre 18 y 30 años de edad.
- Se opta por excluir de la muestra aquellas informaciones publicadas en la sección de deportes que simplemente se ciñen a informar sobre resultados deportivos, considerando que gran parte de los protagonistas de dichas noticias van a conformar nuestro grupo de análisis y con tal de no desvirtuar la muestra en cuanto a la cobertura informativa general de los jóvenes. Únicamente hemos incluido de la sección de deportes de los diarios, aquellas piezas que en sus informaciones fueran más allá de los resultados o del rendimiento deportivo de sus protagonistas.

A partir de ahí, se desarrolla una primera etapa del análisis de contenido que consiste en la aplicación de una ficha de análisis de contenido cuantitativo a la totalidad de la muestra seleccionada. Esta ficha se pone a prueba mediante un pretest aplicado a una parte reducida de la muestra tras el cual se determina la ficha de análisis de contenido definitiva que será aplicada a la totalidad de la misma. En función de la metodología y técnica seguida con la que estudiamos nuestro objeto de estudio, podríamos decir que esta primera etapa del análisis responde a un diseño horizontal o extensivo que es propio, como sostiene Piñuel Raigada (2002:13) del análisis de un corpus documental amplio, habitual en los análisis de contenido cuantitativo, y desde el que se construye

una muestra que recibe, después, un procesamiento estadístico. En nuestro caso, en esta primera etapa, tanto para el registro de los datos como para la explotación posterior de los mismos se ha empleado el software SPSS, que nos ha permitido calcular frecuencias y cruzar variables para la obtención de los resultados que exponemos en el próximo apartado. Uno de los aspectos a destacar con relación a la explotación de los datos es la construcción de dos matrices que nos permitan equilibrar la muestra por país, teniendo en cuenta que contamos con 4 diarios españoles a diferencia del resto de países y poder obtener, de ese modo, resultados de frecuencia y cruces ponderados. Así, una matriz está compuesta por los cuatro diarios españoles y otra, por los dos diarios españoles nacionales, ABC y El País y los respectivos diarios italianos, egipcios y marroquíes. La matriz de los diarios únicamente españoles nos posibilita realizar un análisis en profundidad del caso español, pudiendo además añadir otro parámetro al análisis: comparar las disimilitudes entre la prensa de carácter autonómico y la de corte nacional.

En esta sección presentaremos las variables agrupadas en categoría que forman parte del análisis de contenido cuantitativo y desde las que hemos analizado las informaciones sobre jóvenes que componen la muestra. Para ello, nos hemos apoyado, por un lado, en los fundamentos teóricos del análisis de contenido, en las aportaciones sobre la realidad social de las jóvenes abordadas en el segundo capítulo y en los antecedentes sobre su tratamiento mediático, así como, en las bases teóricas propias de algunas de las variables. Por otra parte, para la construcción de la ficha de análisis también hemos contado como referente la utilizada en el proyecto financiado por el Ministerio español de Economía y Competitividad (MINECO), del que la autora de esta investigación ha formado parte como becaria FPI adscrita al proyecto, y que lleva por nombre 'La construcción social del espacio intermediterráneo y sus correlaciones en la agenda temática de los medios de comunicación. La información en prensa y televisión' (2013-2016) (CSO2012-35955)⁸⁸. Un proyecto cuya finalidad es la de analizar cómo se representa el espacio intermediterráneo a partir de las informaciones que difunden los medios de comunicación de la región y con el que compartimos además del marco teórico contextual en relación a la región mediterránea, a nivel metodológico parte de las cabeceras de diarios que componen la muestra y algunas de las variables de análisis que se emplean en el proyecto, como las referidas al análisis morfológico de los diarios,

⁸⁸ Investigadora Principal: Teresa Velázquez García-Talavera. Investigadores por orden alfabético: Hesham Abu-Sharar, Maria Luz Barbeito Veloso, Zhour Bouzidi, Ricardo Carniel Bugs, Carolina Cerda-Guzman, Lluís Costa Fernández, Carmina Crusafon Baques, Olga Del Río Sánchez, Lucrecia Escudero Chauvel, Natalia Fernández Díaz, Elisabet Garcia Altadill, Juan Antonio García Galindo, Víctor Gutiérrez Castillo, Nouredinne Harrami, Gabriel Lemkow Tovas (desde enero 2015), Carmen Martínez Romero, Patria Roman Velázquez, Fernando Sabés Turmo (hasta el 17/06/2015), Susana Tovas Wertheimer (hasta el 03/11/2014), José Juan Verón Lassa. Profesor invitado adscrito al proyecto: Amilton Gláucio de Oliveira (desde 30/10/2014-30/10/2015). Doctorandos adscritos al proyecto: Estibaliz Ortega Miranda (FPI), José Miguel Gámez Pérez; hasta marzo de 2016: Hicham El Bakouti, Hanane Ashina; Valentina Saini (hasta julio de 2015). Traductores de la muestra de prensa y televisión del árabe al castellano: Laia Terraf Halili, Mohamad Bitari y Abdallah Tagourramt El Kbaich.

aquellas de categorización temática, la distinción entre la tipología de actores destacados en la información, y otras relacionadas con los aspectos narrativos y pragmáticos para concluir con la valoración sobre el tratamiento general de la unidad de análisis. Tanto estas variables de análisis compartidas con el proyecto como el resto de variables que componen la ficha de análisis de contenido cuantitativo⁸⁹, en un total 69, las podríamos agrupar y clasificar de la siguiente forma:

- Variables de publicación:

Se incluyen aquellas de identificación de la unidad de análisis y que describen los ámbitos morfológicos del diario, así como la relevancia formal y clasificación de la unidad de análisis dentro del diario. Por tanto, además de las correspondientes a la identificación de la información (nombre del diario, país de edición, lengua y fecha de publicación), se consideran aquellas otras que atienden a la paginación de la unidad de análisis, si esta es destacada en portada o contraportada, sobre el tamaño de la unidad en relación a la página, la localización de la unidad en la página (mitad superior, inferior, centrada o página entera), respecto al tipo de género periodístico que ocupa, la sección en la que se publica, el ámbito territorial al que se refiere la información, si viene acompañada de alguna imagen y, finalmente, sobre las fuentes en las que se basa la información (V1-V14). Estas variables nos permitirán conocer hasta qué punto los diarios priorizan y destacan las informaciones relacionadas con los jóvenes.

- Variables de categorización temática:

Se han distinguido hasta 18 temas para la clasificación temática de las unidades de análisis, algunos de ellos son temas generales a partir de los que se puede clasificar la información de carácter general y que se incluyen en el proyecto de investigación financiado por el MINECO en el que se enmarca esta tesis doctoral. Otros temas se han seleccionado a partir del estudio sobre la realidad social de los jóvenes (véase capítulo 2) tras el que se ha considera relevante incluir otras cuestiones más específicas. Los temas son los siguientes: ocupación, participación, sucesos, educación y formación, cultura, salud, medios de comunicación, tecnología, cooperación y desarrollo, ocio, movilidad, derechos humanos, género, economía, política y legislación, paz y seguridad, religión y discapacidad (V15-V32). A cada tema se le concede además unos valores específicos que ayude a definir qué aspecto en concreto dentro de esa temática general se está tratando en la información. Así cuando una unidad de análisis aborde el tema de la ocupación de los jóvenes, por ejemplo, se señalará si se trata principalmente de una noticia en relación al desempleo juvenil o sobre las políticas de empleo etc. Debemos destacar una apreciación respecto a la variable de tecnología cuya relación de valores se ha elaborado a partir del enfoque cognitivo de la tecnología que propone Bunge (citado por Mayoral Asensio, 2001:29) que distingue entre tecnologías materiales

⁸⁹ La ficha de análisis de contenido cuantitativo que contiene la relación de todas las variables y valores se puede consultar en los anexos de este trabajo (pag. 510).

(físicas, químicas), sociales (psicológicas, sociológicas), conceptuales (informática) y generales (teoría de los sistemas) y que teniendo en cuenta que contempla la noción de tecnología desde un concepto amplio hemos considerado de utilidad hacer uso de dicha clasificación.

- Enfoque de la información:

Se introduce una variable que nos permita definir el enfoque de la información que se presenta en función de si ésta se presenta como un problema, como una solución, si se expone tanto el problema como la solución o si el enfoque es neutro en tanto no se presenta como problema ni como solución (V33).

- Actores de la información:

En este bloque se contemplan dos modalidades. Por un lado, las variables que describen al sujeto joven dentro de la información. En este sentido, se incluye una encaminada a señalar la relevancia del joven dentro de la unidad de análisis. Por ejemplo, si a nivel individual el joven es actor principal o secundario de la información o en el caso de que la información haga referencia a una colectividad de jóvenes o se refiera en genérico a la juventud, si como colectivo también el protagonismo es principal o secundario (V34).

Además del protagonismo del joven, se incluyen variables que tratan de observar las características sociodemográficas del sujeto joven en la información (género, edad, ocupación, origen geográfico y clase social) (V39-V43), cuando éstas son visibles o se pueden inferir.

Por otra parte, más allá del tipo de protagonismo del joven en la información, se trata de observar qué actores en general protagonizan la información o están involucrados en la misma. Para ello, se distingue entre tres tipos de actores: los actores institucionales (gobiernos, partidos políticos, fuerzas del orden, sistema judicial, sistema educativo etc.), los actores sociales (organizaciones no gubernamentales, movimientos sociales y ciudadanos, movimientos estudiantiles, empresas etc.) y, finalmente, individuos (representantes de organizaciones de carácter institucional o social y personas concretas o conjunto de individuos) (V35-V38). De una parte, se distingue qué tipos de actores protagonizan la información de manera genérica (V35) y, después, se concreta que tipo de actor en cuestión que la protagoniza y que otros actores, en caso de que los hubiera, participan también en la unidad de análisis (V36-38).

- Variables narrativas:

Nos servimos del modelo actancial y las modalidades narrativas propuestas por A.J. Greimas y Courtés (1982) para incluir variables que nos permitan identificar la función que cumplen los jóvenes y el resto de actores participantes dentro del relato. Greimas y Courtés parten para la elaboración de su estructura narrativa de las observaciones que realiza Propp del cuento popular ruso, consideran que existe un patrón definido de los

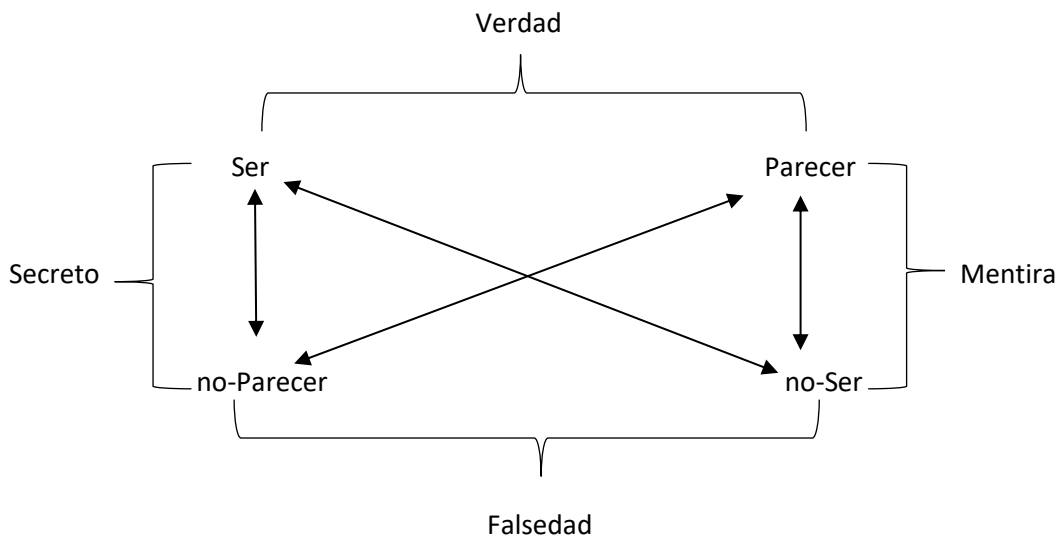
roles narrativos que cumplen los personajes, que los autores denominan actantes, dentro del relato. Como recoge Velázquez (2011b) “El modelo actancial se refiere a las funciones narrativas que los personajes del relato cumplen en la estructura profunda del mismo y en el recorrido narrativo” (2011:243). Así, en función del rol narrativo que cumplen los personajes, los autores distinguen seis figuras actanciales que tratamos de observar en nuestra investigación a partir del relato noticioso. Cada personaje que aparece en cada unidad de análisis será un actante que actúa de una u otra forma en el relato noticioso y que en base a dicha actuación podrá cumplir los siguientes roles actanciales: el de Sujeto de la noticia (quién lleva a cabo la acción), Objeto (la cosa deseada por el sujeto), ayudante (el actante que ayuda al sujeto en el camino hacia lograr el objeto deseado), opositor (quien o quienes tratan de impedir que el sujeto logre la cosa anhelada), destinador (el actante que da a conocer algo a alguien) o la función de destinatario (a quien va dirigida la información que difunde el destinador) (V44-V49).

Las funciones actanciales de los personajes irán acompañadas en el relato de las modalidades narrativas que plantean Greimas y Courtés (1982). Como explica Velázquez (2011b) las modalidades narrativas son las modalidades mediante las que se relacionan los actantes dentro del relato, así, se distingue entre tres ejes: el eje de la comunicación (saber, creer), el eje del deseo (querer) y el eje de la participación (poder, deber). En cada eje se sitúan los actantes bien en su modalidad de ‘ser’ bien en la modalidad de ‘hacer’. En otras palabras, el estado o cualidad del actante, mediante el verbo auxiliar “ser”, y sus acciones, mediante el verbo auxiliar “hacer”, se dotarán de sentido, se modalizarán, en combinación con ‘saber’, ‘creer’, ‘querer’, ‘poder’ y ‘deber’. A través de estas modalidades narrativas podremos definir si un actante, en concreto, quiere hacer algo, nos hace saber algo, quiere ser alguien (cuando desee por ejemplo disponer de alguna cualidad) o cree serlo (en el momento en que se define a sí mismo con una u otra condición) (V50-56).

Velázquez (2011b), en concreto, destaca tres modalidades propuestas por Greimas y que considera relevantes. Por un lado, la modalidad alética que de la combinación de ‘deber’ y de ‘ser’, hace referencia desde lo irremediable (deber ser), lo probable (no deber no ser), lo incierto (no deber ser) hasta lo improbable (deber no ser). En segundo lugar, la modalidad deóntica que se forma de las combinaciones posibles entre la modalidades de ‘deber’ y de ‘hacer’ y así se alude a lo forzoso (deber hacer), lo consentido (no deber no hacer), lo prohibido (deber no hacer) y lo autorizado (no deber hacer). Finalmente, Velázquez subraya la modalidad veridictoria que cree útil para el análisis de los discursos comunicativos y que tiene que ver con el concepto de verdad. Dentro de esta modalidad, encontramos la verdad (ser parecer), lo que no lo es, la falsedad (no parecer no ser), lo oculto, el secreto (ser no parecer) y lo fraudulento, la mentira (parecer no ser) (Velázquez, 2011b:247).

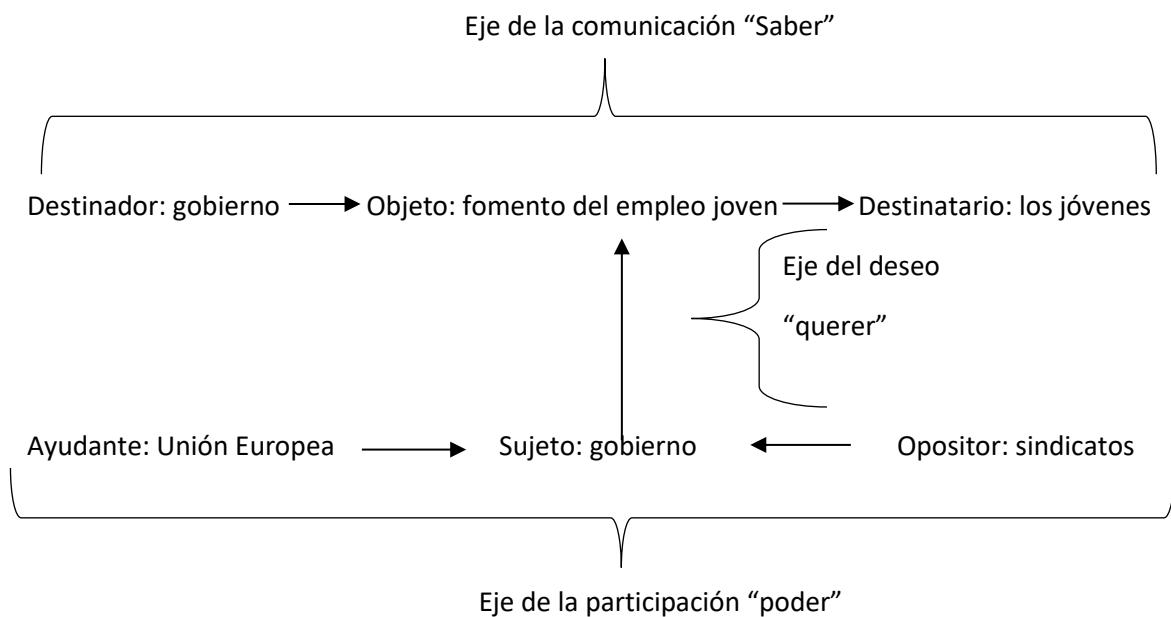
En el esquema de Greimas/Courtés (1982:434) queda representado de la siguiente manera:

Figura 5.1 Esquema de veridicción



Pongamos, a continuación, un ejemplo que nos ayude a entender el modelo actancial y las modalidades narrativas aplicadas a una noticia relacionada con los jóvenes. En la misma se aborda el desempleo juvenil desde el punto de vista institucional. Imaginemos que el gobierno anuncia una serie de medidas encaminadas a fomentar el empleo entre los jóvenes, medidas que ha podido impulsar a través de financiación de la Unión Europea y que los sindicatos critican por considerarlas insuficientes. La estructura narrativa de esta noticia atendiendo al sistema actancial y las modalidades narrativas sería la siguiente:

Figura 5.2 Ejemplo Tesis Ejes



En este ejemplo, el gobierno cumple la función de sujeto que desea alcanzar un objeto, en este caso, promover el empleo juvenil (querer hacer). Para ello, cuenta con la ayuda de la Unión Europea que financia las medidas que propone el gobierno (poder hacer) y, por otro lado, interviene también la figura del opositor, representada por los sindicatos que se posicionan en contra de las medidas propuestas (poder ser), en su cualidad, estado de opositor. A su vez, el gobierno cumple también la función de destinador (hacer saber) puesto que da a conocer las medidas propuestas de las que serán destinatarios los jóvenes. La presencia de los jóvenes en este ejemplo es, por un lado, la de destinatarios de las medidas que se están anunciando y también intervienen como objeto de deseo del gobierno puesto que la finalidad de este es la de promover el empleo entre los jóvenes. Como vemos, un mismo personaje puede cumplir diferentes roles actanciales.

- Variables gramaticales superestructurales del texto:

Estos conjuntos de variables corresponden a elementos propios de los diferentes niveles del texto de una noticia y que distingue Velázquez (2011b) a partir de la teoría de la gramática del texto que desarrolla van Dijk (1978), principal referente de la misma. Como apunta Velázquez (2011b), la teoría de la gramática del texto se fundamenta en la posibilidad de analizar el texto en su conjunto como una unidad de análisis superior a la oración y cuyo análisis es posible ya que el texto es “[...] la unidad de significación que contiene todas las reglas gramaticales, semánticas y pragmáticas necesarias para su comprensión” (Velázquez, 2011b:248). Van Dijk (1978) distingue distintos niveles del texto a través de los cuales se jerarquiza la información de manera que podamos interpretar y asimilar la información del texto adecuadamente. Estos niveles del texto son, como enumera Velázquez (2011b): la superestructura, la macroestructura, las relaciones combinatorias, la acción comunicativa, junto a otros aspectos, como son el estilo y la retórica (2011:249).

En nuestro análisis de contenido cuantitativo atenderemos exclusivamente a la superestructura del texto, centrada en el análisis de los titulares y el lead. No obstante, en el siguiente capítulo nos detendremos también en otros niveles del texto que consideramos en la siguiente etapa del análisis.

Respecto a la superestructura del texto podríamos decir que esta se refiere a la forma o estructura integral del texto y que se presenta mediante las relaciones jerárquicas entre categorías de los temas del texto. Cada tipología de texto suele tener una superestructura específica. Así el discurso periodístico y las piezas informativas, en concreto, suelen compartir la misma superestructura textual.

Velázquez (2011b) respecto a la superestructura de la noticia distingue las siguientes categorías superestructurales que conformarán nuestra variables de análisis: información previa (la información o datos que se aportan son ya conocidos), antecedentes (se expone por primera vez información previa al hecho noticiable), explicación (se aportan datos complementarios y hay una jerarquización de mayor a

menor importancia de la información), consecuencias (aparecen las reacciones o situaciones de hecho que provoca el hecho noticioso), valoración (cuando el medio expresa explícitamente su valoración sobre el hecho noticioso) e intencionalidad (el medio no expone explícitamente su parecer sobre el hecho noticioso pero esta se puede intuir en la elección que hace el medio a la hora de estructurar la información) (Velázquez, 2011b:249-252).

A través de estas categorías superestructurales del discurso podemos observar como estructura el diario la información relacionada con los jóvenes, si predominan o no noticias ya conocidas por el público, si se ofrecen antecedentes, si se conceden explicaciones complementarias y se exponen las consecuencias y si existe una interpretación explícita o implícita de lo que se está narrando.

- Variables pragmáticas:

Otra de las categorías de análisis que hemos considerado para el análisis de contenido cuantitativo es el nivel pragmático de los discursos periodísticos sobre los jóvenes y, en concreto, la teoría de los actos de habla de Austin (1955). El autor en una reflexión sobre la falacia de los enunciados expuso que tanto gramáticos como filósofos habían dado por sentado como enunciados de hecho, expresiones que se disfrazan como tal pero que no lo eran ya que habían sido manifestadas con una finalidad distinta. De ahí, desarrolló la idea de que con palabras no sólo se dicen cosas sino que también se hacen y denominó este fenómeno como actos de habla.

Los actos de habla se componen, como distingue el autor, por los actos locutivos que se materializan en la expresión, los actos ilocutivos, donde reside la intención de emisor, y los actos perlocutivos, los que generan una respuesta por parte del receptor en base a la intención que subyace en el acto ilocutivo (Velázquez, 2011b:257).

En nuestro análisis, nos centraremos en los actos ilocutivos, es decir, en los que reside la finalidad del acto de habla, y que están compuestos por los siguientes actos de habla que distingue Austin (1955): actos judicativos (cuando se emplean verbos que juzgan o sentencian), ejercitativos (verbos a través de los cuales se ejercen derechos y poderes), expositivos (que expresan el modo en el que usamos las palabras), compromisorios (verbos con los que nos comprometemos a hacer algo o mostramos nuestra intención de hacerlo) y comportativos (que muestran conductas).

Cada uno de estos actos de habla que distingue Austin corresponde una variable de nuestra ficha de análisis de contenido (V63-V67). Los valores de estas variables están definidos a partir de un listado verbos de uso frecuente que se pueden categorizar en cada uno de los actos que define Austin. Estas mismas variables y valores se han recogido a partir del proyecto de investigación en el que se desarrolla esta tesis doctoral y que citábamos al comienzo de este apartado. Las distinciones de los actos de habla en

las noticias relacionadas con los jóvenes nos han permitido definir la finalidad de la información a partir del uso que se hace de determinados verbos y expresiones.

Tanto las variables narrativas, como las referentes a la gramática del texto y las variables que contienen los actos de habla se aplicarán detenidamente a la totalidad del texto de la unidad de análisis en la siguiente etapa de análisis de contenido cualitativo que aplicaremos a una parte reducida de la muestra y desarrollaremos en el siguiente capítulo.

- Tratamiento general de la unidad de análisis:

Finalmente, incorporamos dos variables para valorar el tratamiento de la unidad de análisis. Por un lado, una variable que nos permita definir la adecuación del texto respecto a su acompañamiento icónico y, por otra parte, otra variable para evaluar el tratamiento general de la unidad mediante una escala de calificación del 1 al 5 a la que a cada número le corresponde una valoración respecto al tratamiento de la información, donde el 1 corresponde a un tratamiento muy negativo y el 5 a un tratamiento muy positivo. Para la valoración del tratamiento general de la unidad de análisis se han tomado en consideración algunos indicadores construidos a partir del proyecto de investigación afín a esta tesis doctoral. Estas instrucciones aparecen en la ficha de análisis de contenido cuantitativo que contiene la relación de todas las variables y valores que se han presentado en esta sección y que se puede consultar en los anexos de este trabajo (pags. 510-517) y atienden a la inclusión o no de una serie de indicadores de calidad periodística para valorar la unidad (enfoque sensacionalista, incoherencias y errores en la información, única perspectiva contemplada, tratamiento superficial etc.).

5.4 La concreción del análisis y presentación de los resultados: el tratamiento informativo de los jóvenes en la prensa de ámbito mediterráneo

Antes de comenzar con la exposición de los resultados, conviene situarnos en el contexto temporal en el que se llevó a cabo la recogida de la muestra a lo largo del mes de marzo de 2013 y algunos acontecimientos que marcaron la rutina informativa en este mes. Durante este periodo noticias claves como la muerte de Hugo Chávez, la dimisión de Joseph. A. Ratzinger y la elección de un nuevo Papa, acapararon gran parte del discurso de los periódicos españoles e italianos. Por otro lado, cabe mencionar la huelga de periodistas en el diario *Il Corriere della Sera* durante dos días, 19 y 20 de marzo, en los que no se publicó ni la edición impresa del diario ni se mantuvo actualizada la página web⁹⁰.

⁹⁰ Comunicado sindical publicado en *Il Corriere della Sera* donde se informa acerca de la huelga de periodistas en respuesta a la reducción de plantilla anunciada por la dirección del diario: https://www.corriere.it/economia/13_marzo_18/cdr-comunicato-sciopero_d70c2b4c-9012-11e2-a149-c4a425fe1e94.shtml

De la observación de un mes completo de los 10 diarios analizados hemos obtenido en total 760 unidades de análisis. La repartición de unidades de análisis por diario es la siguiente: El País (43u), ABC (71u), La Vanguardia (60u), El Periódico de Catalunya (94u), Il Corriere della Sera (141), La Repubblica (139), Al Massae (45), As Sabah (55), Al Ahram (37) y Al Dostur (75)⁹¹. Como se puede apreciar en términos de frecuencia y a modo general consideramos que el número total de unidades de análisis es reducido teniendo en cuenta que, como veremos más adelante, no todas estas unidades estarán estrechamente vinculadas con los jóvenes y que se han tenido en cuenta también aquellas unidades que solo mencionan a algún joven o a la juventud como colectivo o que traten cuestiones relacionadas con los jóvenes de manera secundaria. No obstante, se observan diferencias importantes entre los diarios analizados.

En el caso español, llama la atención que las noticias del diario catalán El Periodo de Catalunya doblen las encontradas en el diario El País que cuenta, después del diario egipcio Al Ahram, con la muestra más reducida de entre todos los diarios que componen la muestra. En el caso marroquí, ambos diarios cuenta con un número de noticias bastante similar, aunque reducido en ambos casos y en cuanto a los dos diarios egipcios, la diferencia en el número de informaciones entre el diario de propiedad estatal Al Ahram y el diario privado Al Dostur también es visible. De manera significativa, los dos diarios italianos destacan en cuanto a frecuencia como los diarios que más informaciones relacionadas con los jóvenes publican.

Si atendemos a la relevancia que conceden los diarios a las noticias seleccionadas teniendo en cuenta las variables formales y de publicación, podemos concluir que la gran mayoría de las piezas informativas sobre jóvenes que hemos encontrado en todos los diarios no son piezas que hayan sido destacadas por los periódicos a juzgar por su ubicación en el diario y la extensión de las mismas.

En la tabla 5.1 que aparece en la siguiente página se indica porcentualmente y en cuanto al género periodístico, ubicación en el diario y tamaño de la unidad, el perfil de pieza informativa sobre jóvenes que más destaca en cada uno de los diarios. Como se puede observar, la mayor parte de las piezas corresponden al subgénero de la noticia, como es lógico y sucede con el resto de informaciones que publican los diarios donde la noticia es el género más frecuente.

⁹¹ La relación entre las unidades de análisis seleccionadas por diario, fecha de publicación, título, localización en el diario y sección donde aparecen publicadas se puede consultar en los anexos de este trabajo (pag.518). Así mismo, en un CD anexo también se incluyen dos bases de datos en archivo sav (SPSS) que contienen el registro de los datos del análisis de contenido cuantitativo insertados en el programa de análisis configurado para la explotación de los datos. Por un lado, una base de datos con el análisis de todos los diarios excepto El Periódico de Catalunya y La Vanguardia y una segunda base de datos que contiene exclusivamente los datos de los cuatro diarios publicados en España.

Respecto al resto de géneros informativos como el reportaje, la crónica o la entrevista, aparecen de forma residual en todos los diarios analizados, por debajo del 17% en todos los casos. En cuanto a la ubicación de las unidades y si estas son destacadas o no en portada, se observa que, aunque una cantidad importante de las unidades están ubicadas en las primeras páginas de los diarios, principalmente en los diarios árabes, las unidades destacadas en portada o en la contraportada no alcanza el 20% del total de las unidades a excepción de en el diario La Repubblica. De hecho, los dos diarios italianos son entre todos los diarios los que más noticias relacionadas con jóvenes tienden a destacar en sus respectivas portadas y contraportadas.

Generalmente, las unidades de análisis son breves puesto que en la mayoría de los casos ocupan el 25% del total de la página. La brevedad de las noticias es notable, particularmente, en los diarios árabes, donde las piezas son muy reducidas. No obstante, debemos de tener en cuenta que, por lo general, las informaciones que publican los diarios árabes, no sólo aquellas relacionadas con jóvenes, son más pequeñas que en los diarios europeos debido a las características formales de los diarios árabes analizados, de una extensión más reducida en su totalidad. Por otro lado, en los diarios europeos encontramos más unidades sobre jóvenes que ocupan una página entera o más de una página. Este es el caso, sobre todo, del diario ABC donde un 32% de las informaciones que componen la muestra de este diario ocupan más de una página del diario.

Tabla 5.1. Aspectos formales de las informaciones sobre jóvenes.

	Género periodístico	Ubicación	Tamaño		Género periodístico	Ubicación	Tamaño
El País	Noticia (72%) Reportaje (12%) Crónica (7%) Entrevista (5%) Otro (4%)	Mismo número de noticias entre las 5 primeras páginas y las últimas páginas del diario (18%) Destacada en Portada o Contraportada (2%)	Menos de una página (67%) Hasta del 25% de la página (25%)	La Republicca	Noticia (70%) Entrevista (14%) Crónica (7%) Reportaje (7%) Otro (7%)	Entre las 5 primeras páginas (24%) Destacada en Portada o Contraportada (24%)	Menos de una página (78%) Hasta del 25% de la página (39%)
ABC	Noticia (83%) Reportaje (14%) Crónica (1,5%) Entrevista (1,5%)	Entre las últimas páginas del diario (60%) Destacada en Portada o Contraportada (11%)	Menos de una página (66%) Más de una hoja (32%)	Al Massae	Noticia (76%) Reportaje (13%) Entrevista (7%) Otro (4%)	Entre las 5 primeras páginas (53%) Destacada en Portada o Contraportada (18%)	Menos de una página (96%) Hasta del 25% de la página (84%)
La Vanguardia	Noticia (73%) Reportaje (12%) Crónica (8%) Entrevista (7%)	Hacia la mitad del diario (22%) Destacada en Portada o Contraportada (7%)	Menos de una página (77%) Hasta del 25% de la página (30%)	As Sabah	Noticia (73%) Crónica (11%) Reportaje (9%) Entrevista (5%) Otro (2%)	Entre las 5 primeras páginas (53%) Destacada en Portada o Contraportada (9%)	Menos de una página (98) Hasta del 25% de la página (80%)
El Periódico de Catalunya	Noticia (70%) Reportaje (12%) Crónica (8%) Entrevista (8,5%) Otro (1%)	Hacia la mitad del diario (27%) Destacada en Portada o Contraportada (7%)	Menos de una página (81%) Entre el 25% y el 50% de la página (27%)	Al Ahram	Noticia (94%) Crónica (3%) Entrevista (3%)	Entre las 5 primeras páginas (24%) Destacada en Portada o Contraportada (8,1%)	Menos de una página (100%) Hasta del 25% de la página (95%)
Il Corriere della Sera	Noticia (72%) Crónica (14%) Reportaje (6%) Entrevista (4%) Otro (4%)	Hacia la mitad del diario (22%) Destacada en Portada o Contraportada (20%)	Menos de una página (93%) Hasta del 25% de la página (45%)	Al Dostur	Noticia (68%), Crónica (16%) Entrevista (8%) Reportaje (5%) Otro (3%)	Entre las 5 primeras páginas (67%) Destacada en Portada o Contraportada (4%)	Menos de una página (68%) Hasta del 25% de la página (69%)

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las fuentes de las informaciones relacionadas con los jóvenes que publican los diarios, se aprecia una mayor tendencia al empleo de agencias como fuente de la unidad de análisis o a no firmar la información publicada en los diarios árabes que en los diarios europeos donde aproximadamente el 90% o más de las informaciones emplean fuentes propias.

El origen geográfico al que atienden las unidades de análisis nos permite observar la relevancia que concede cada diario al ámbito local, nacional o internacional en relación a las informaciones sobre los jóvenes. En general, se observa un predominio de las informaciones nacionales en todos los diarios. La alusión a informaciones de alcance nacional es muy notable en los dos diarios italianos, en el diario egipcio Al Dostur y en el marroquí As Sabah donde este tipo de informaciones representan más del 65% del total de unidades. Por el contrario, los diarios que más informaciones de ámbito local y regional publican son el diario marroquí Al Massae (con el mismo porcentaje de noticias de ámbito nacional y local, 46%), el diario egipcio Al Ahram con un 35% de noticias locales o regionales, también el diario ABC con un 28% y los dos diarios catalanes, con un 30% de noticias en el caso de La Vanguardia y un 51% en el caso de El Periódico de Catalunya, el diario que más noticias de ámbito local o regional contiene.

También es destacable la proyección internacional de algunos diarios, en especial, de los cuatro diarios españoles que son los que más informaciones referentes a Europa o a otros contextos geográficos recogen, en contraste con los diarios árabes donde apenas se encuentran noticias que hagan mención a los países vecinos del Mediterráneo Sur o a informaciones de carácter internacional.

A modo general, se habla más bien poco de la situación de los jóvenes en Europa, en los países árabes del Mediterráneo Sur o a escala internacional. Resulta evidente por los resultados que los diarios árabes no hablan de Europa y los diarios europeos tampoco miran al Sur, aun así, estos últimos lo hacen en más ocasiones. Llama la atención a este respecto que los dos diarios catalanes hablen más de los países del Norte de África y Oriente Medio que limitan con el mar Mediterráneo que los otros cuatro diarios españoles e italianos.

Una de las variables relacionadas con el ámbito geográfico es el tipo de sección donde con mayor frecuencia aparecen publicadas las informaciones sobre jóvenes en los diarios analizados. En síntesis, podríamos afirmar que la sección de Sociedad es la sección donde los diarios analizados ubican con mayor frecuencia estas informaciones. No obstante, si reparamos en las particularidades de cada diario también se observan otras secciones destacadas. La sección nacional, por ejemplo, es la sección donde más publican informaciones sobre jóvenes los dos diarios marroquíes, los dos italianos y el diario egipcio Al Dostur. En línea con las noticias de ámbito local o regional, el diario egipcio Al Ahram, el español ABC y El Periódico de Catalunya sitúan un porcentaje significativo de sus informaciones en la sección local o autonómica de sus diarios.

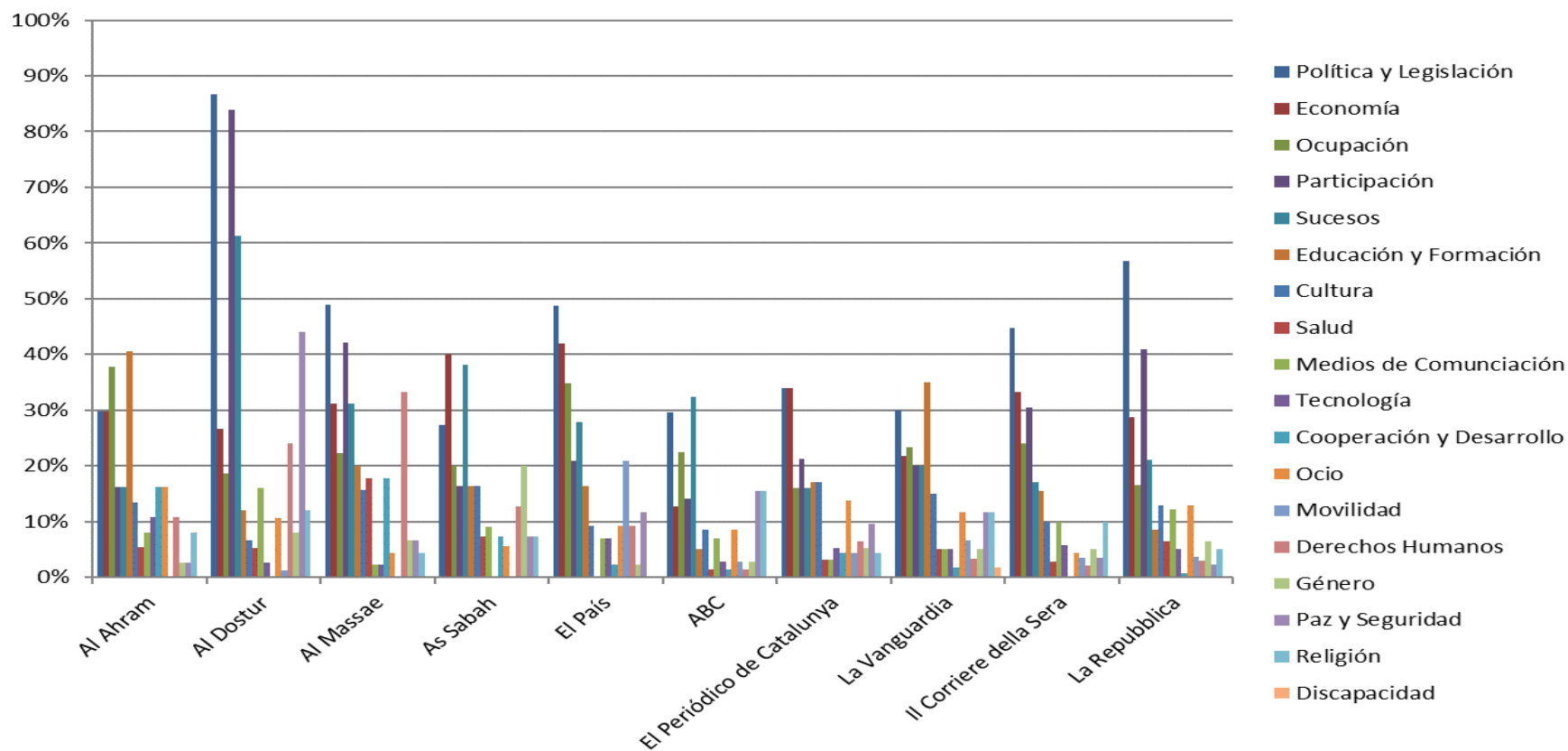
Además de las secciones mencionadas, otras secciones que adquieren cierta relevancia son la sección de economía en el diario catalán La Vanguardia y en el italiano Il Corriere della Sera y la sección Internacional en El País.

A pesar de que la organización de las informaciones en secciones responde a la naturaleza organizativa del propio diario, la temática de la noticia es también un elemento configurador de dicha organización. En ese sentido, nos centramos ahora en los ejes temáticos vinculados a las piezas informativas sobre jóvenes. A modo general podríamos sostener que existen muchas similitudes entre todos los diarios en relación a los temas con los que más y menos se vincula a los jóvenes en las informaciones. El tema que con mayor frecuencia se vincula con las informaciones sobre los jóvenes son asuntos relacionados con la política y la legislación. Este tipo de informaciones son las que más abundan en los diarios o una de las cuestiones más destacadas en los mismos. Gran parte de estas informaciones atenderán a la política nacional pero también aparecen otras informaciones políticas que merece la pena señalar en función del diario. Así, como recogíamos en un artículo publicado en la revista Ámbitos con parte de los resultados de este análisis de contenido, en el diario egipcio Al Dostur, que como ya mencionábamos en el tercer capítulo es considerado tradicionalmente un diario opositor a pesar de la contención en tiempos recientes, son significativas las noticias relacionadas con el poder judicial como juicios y sentencias de jóvenes activistas o informaciones políticas sobre las medidas autoritarias de los Hermanos Musulmanes que todavía ostentaban el gobierno egipcio en marzo de 2013.

En el caso de los diarios italianos y teniendo en cuenta, además, su extensa muestra (la más amplia de entre todos los diarios), encontramos un número significativo de informaciones acerca de partidos políticos. Este hecho guarda, en parte, relación con las elecciones generales de febrero de 2013 celebradas en el país cuando emerge en el contexto político italiano el Movimiento 5 Stelle que cuenta con representantes y simpatizantes jóvenes. Algo que es reflejado en las noticias relacionadas con este partido. Por otro lado, en el diario La Repubblica se distinguen las informaciones relacionadas con la celebración de juicios y particularmente con el procedimiento judicial por el caso Ruby que involucra al ex presidente de la república italiana Silvio Berlusconi y a la joven que da nombre al caso, Ruby, una joven de origen marroquí (Ortega Miranda, 2017).

Después de la política y la legislación, los siguientes temas que más se vinculan con las informaciones sobre jóvenes son asuntos relacionados con la participación política y social de los jóvenes, cuestiones de índole económica, informaciones sobre la ocupación de los jóvenes y acontecimientos que podríamos categorizar bajo el eje temático de sucesos (accidentes, actos vandálicos etc.). No obstante, en estas cuestiones sí se observan mayores disparidades entre los diarios. En el siguiente gráfico se puede apreciar con que temas, y en qué medida, se relaciona la información sobre los jóvenes en cada uno de los diarios analizados:

Gráfico 5.1. Temas vinculados con las informaciones sobre jóvenes⁹²



⁹² Este gráfico fue publicado en el artículo escrito por la autora de esta investigación y publicado en el número 38 de la Revista Ámbitos como parte del resultado del análisis de contenido fruto de esta tesis doctoral. El artículo se puede consultar en el siguiente enlace: <https://institucionales.us.es/ambitos/jovenes-adultos-prensa-analisis-la-relacion-la-cobertura-mediatica-los-jovenes-al-norte-sur-del-mediterraneo/>

Detengámonos en estos cuatro temas y la relevancia que cada diario les concede. En cuanto a las informaciones sobre participación, este es el tema más destacado, después de las informaciones sobre política y legislación, en el diario egipcio Al Dostur donde un 84% de las informaciones están relacionadas con la participación. En concreto, en este diario destacan noticias que informan sobre protestas o campañas reivindicativas. También en el diario marroquí Al Massae, que como ya recogíamos en el tercer capítulo es un diario crítico con la monarquía establecida en el país, se observan noticias relacionadas con la participación de los jóvenes-un 42% de las unidades totales de este diario están relacionadas con este tema-, en especial, sobre manifestaciones y campañas de protesta, en línea con Al Dostur, pero también, en menor medida, algunas noticias sobre la afiliación de jóvenes a partidos políticos.

Otro de los diarios donde la participación es un tema destacado en las informaciones sobre jóvenes, es en el diario La Repubblica, con un 41% de informaciones relacionadas con la participación, y, en menor medida, también en el diario italiano Il Corriere della Sera, con un 30%. En ambos diarios, la información más destacada es la participación política de los jóvenes entendida como el ejercicio del derecho a voto pero también como su participación como representantes políticos. Como ya hemos mencionado en el párrafo anterior, estas unidades abordarán, en gran parte, el ejercicio como figuras políticas de los miembros del Movimento 5 Stelle y la participación también de sus seguidores.

Otra de las cuestiones que en la mayoría de los diarios representa más del 20% del total de unidades de cada diario son aquellos asuntos relacionados con accidentes, acontecimientos trágicos o actos delictivos y que hemos categorizado como sucesos. De nuevo el diario egipcio Al Dostur se caracteriza por contener un elevado número de informaciones de este tipo, algo más del 60% de unidades las hemos considerado como informaciones sobre sucesos. Entre las noticias relacionadas con sucesos de este diario, el 44% corresponden a hechos en los que media la violencia. Resulta llamativo respecto al diario Al Dostur, como ya recogíamos en el artículo donde difundíamos parte de los resultados de este análisis, que

“[...] gran parte de las noticias sobre jóvenes en el diario egipcio Al Dostur involucran de forma destacada estos cuatro ejes temáticos: política, participación, sucesos y paz y seguridad. Se trata en muchas ocasiones de informaciones sobre alguna manifestación reivindicativa contra el gobierno, partidos políticos etc. en la que se ejerce algún tipo de violencia por parte de la policía o de los manifestantes” (Ortega Miranda, 2017: s/n).

Cambiando de diario, también los sucesos adquieren cierta relevancia en el diario marroquí As Sabah, cerca del 40% de las informaciones están relacionadas con este eje temático, aunque en este caso hay mayor variedad entre el tipo de sucesos. Además de sucesos con violencia, también se informa sobre delincuencia común u otros sucesos.

Finalmente, el diario ABC destaca también en las informaciones de sucesos. Aunque las informaciones sobre este tema representan el 32% del total de unidades en este diario, es el tema que más predomina en el diario ABC de entre todos los temas contemplados. No obstante, en este diario las diferencias respecto a otros temas como la política y legislación y la ocupación no es muy significativa.

Un tercer tema destacado en prácticamente todos los diarios son las informaciones económicas. Este es un tema que recibe por encima del 20% de representación en todos los diarios, especialmente en El País y As Sabah y a excepción del diario ABC. Mientras que en As Sabah las informaciones económicas relacionadas con jóvenes tratan mayoritariamente asuntos relacionados con la pobreza o las desigualdades, en el diario El País las informaciones económicas en las que los jóvenes están involucrados abordan generalmente la crisis económica. En cuanto al diario ABC, es el diario que publica con menor frecuencia informaciones de índole económica relacionadas con los jóvenes.

En relación con las informaciones económicas, hemos distinguido otro eje temático para poder agrupar las informaciones que tratan la ocupación de los jóvenes y observar si efectivamente y tal y como hemos podido comprobar a lo largo del segundo capítulo la preocupación acerca del empleo juvenil y la falta del mismo que caracteriza muchos de los estudios acerca de la realidad social de los jóvenes, queda también reflejado en las informaciones de los medios. La ocupación como eje temático es significativo en todos los diarios analizados. El empleo entre los jóvenes cobra especial relevancia en el diario egipcio propiedad del estado Al Ahram siendo el segundo tema más destacado en este diario, donde, presentadas de manera afirmativa, gran parte de estas noticias corresponden a medidas gubernamentales para el fomento del empleo entre los jóvenes. En el diario El País hasta un 34% de las informaciones están relacionadas con la ocupación de los jóvenes, sobre todo, con el desempleo juvenil y las políticas de empleo.

Como se aprecia en el gráfico 5.1, otros ejes temáticos tienen una posición menos destacada en general. Uno de los siguientes temas que aparecen con más frecuencia, en comparación con otros, es el de la educación y la formación. Este es un tema relevante en el diario egipcio Al Ahram donde la mayor parte de las informaciones publicadas en este diario, un 40% sobre el total de unidades que componen la muestra de este diario, están relacionadas con este tema. Este tipo de noticias guardan relación con las medidas para el fomento del empleo y que acabamos de mencionar y que contemplan cursos formativos a nivel de enseñanza universitaria.

Las informaciones sobre educación y formación son también notables en el diario catalán La Vanguardia relacionadas con la oferta de educación universitaria y el sistema universitario en Catalunya. El resto de temas que contemplamos en el análisis tienen una presencia menor en los diarios analizados.

De mayor a menor frecuencia se enumeran a continuación el resto de ejes temáticos relacionados con las informaciones sobre los jóvenes: la cultura (con una presencia

similar en todos los diarios y donde más destaca en el Periódico de Catalunya), la paz y seguridad (especialmente relevante en Al Dostur como hemos mencionado), los derechos humanos (presencia significativa en el diario marroquí Al Massae y en el egipcio Al Dostur respecto a los derechos civiles y políticos), el ocio (sobre todo en Al Ahram y El Periódico de Catalunya con informaciones sobre actividades deportivas y en La Repubblica respecto a eventos artísticos), medios de comunicación (relevante en Al Dostur con informaciones sobre los medios de comunicación social), religión (destacada en el ABC), salud (con cierta relevancia en Al Massae), género (hasta un 20% de las informaciones que publica As Sabah están relacionadas con cuestiones de género) cooperación y desarrollo (sobre todo en Al Massae y Al Dostur), tecnología (solo algo por encima del 10% en Al Ahram), movilidad (tan sólo tema destacado en El País con un 20% de las informaciones relacionadas con este tema) y, finalmente, la discapacidad (solo aparece en La Vanguardia).

Si comparamos los temas destacados en este análisis con estudios precedentes que hemos abordado en la sección anterior podemos señalar que se observan en nuestro análisis algunos elementos ya destacados por estos estudios.

Por un lado, la importancia que adquiere la categoría de sucesos en las informaciones relacionadas con jóvenes en nuestra investigación es un indicador de la tendencia a representar a los jóvenes con la ruptura del orden social que recogen algunas investigaciones (Lozano, Peral, Sabartés y Soler, 2006; Tirocchi, 2008; Suárez Villegas, 2011; Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, 2013; Bernardini, 2013).

Por otro lado, también observamos de nuestro análisis la relevancia que conceden prácticamente todos los diarios a informaciones relacionadas con la ocupación de los jóvenes, algo que también recoge Alcoceba Hernando (2014).

Pero más allá de estas dos cuestiones, un hecho a destacar del análisis de la clasificación temática que no han considerado otros estudios aquí citados es la relevancia que adquieren en nuestra investigación las informaciones relacionadas con la política y la legislación o sobre la participación social y política. No obstante, como veremos seguidamente, que se traten estos asuntos con frecuencia al hablar sobre los jóvenes no implica necesariamente que estas informaciones estén protagonizadas por jóvenes, algo que sí se ha abordado y que también desarrollaremos, ni que estas tengan un enfoque positivo.

Sobre la variable acerca del enfoque de las informaciones que incluimos en nuestro análisis, algo que nos podría ayudar a definir hasta qué punto se presentan como un problema las informaciones relacionadas con los jóvenes, por lo general observamos que en todos los diarios se presenta la información con mayor frecuencia como un problema que como una solución o que como ambos en su conjunto. El enfoque problema en las informaciones es muy significativo en el caso de los dos diarios marroquíes y en el diario egipcio Al Dostur.

En cuanto al resto de los diarios, hay menor diferencia entre los tipos de enfoque: en Al Ahram encontramos el mismo número de informaciones que aluden a un problema o a una solución, en el diario El País es frecuente la alusión al problema y a la solución al mismo tiempo dentro de la información y en el diario ABC es algo más frecuente que la información aborde una solución que las otras tipologías de enfoque.

Si cruzamos la variable de enfoque con las temáticas más destacadas en las informaciones sobre jóvenes, apreciamos que algunos temas tienden más que otros a presentarse como un problema. Por ejemplo, en general en todos los diarios, respecto a la ocupación, como resulta lógico, el valor de desempleo se presenta como un problema en el 70% de los casos, pero en otros aspectos como el empleo en general o alguna profesión en particular, aunque el enfoque predominante suele ser el de solución, las informaciones sobre estas cuestiones que presentan un enfoque de problema son también significativas.

En el caso de las noticias sobre las políticas de empleo el enfoque más relevante es el de presentar el problema y ofrecer la solución al mismo tiempo dentro de la misma información. En las informaciones relacionadas con la participación el enfoque de problema es todavía más notable y es el enfoque más destacado en todas las cuestiones referentes a la participación como la participación política, la afiliación a partidos políticos, asociacionismo y manifestaciones y campañas reivindicativas. Lo mismo ocurre con las noticias sobre sucesos o con las informaciones relacionadas con la paz y la seguridad, también con aquellas informaciones sobre política y legislación-el tema con el que se vincula mayoritariamente las noticias sobre los jóvenes- a excepción de cuando se tratan asuntos sobre política internacional, relaciones internacionales que destaca el enfoque de solución o cuando se hace referencia a la democracia que predomina el enfoque de problema y solución conjuntamente. En las noticias económicas hay una mayor diversidad de enfoques.

Algunos aspectos económicos como las infraestructuras y transportes, las finanzas, la pobreza o las desigualdades y la crisis económica presentan un enfoque de problema y otras como la economía en función de los sectores (primer sector, sector industrial, sector servicios...) o el desarrollo sostenible se enfocan primordialmente como una solución. Aunque con menor relevancia en nuestra investigación, es interesante resaltar el enfoque que reciben otros temas como la movilidad en relación a los jóvenes donde la llegada de migrantes y las causas de la migración se presentan frecuentemente como un problema, la salida de migrantes como un problema y solución y la integración de las comunidades migrantes en los países de acogida con la misma frecuencia como problema simplemente y como problema y solución al mismo tiempo.

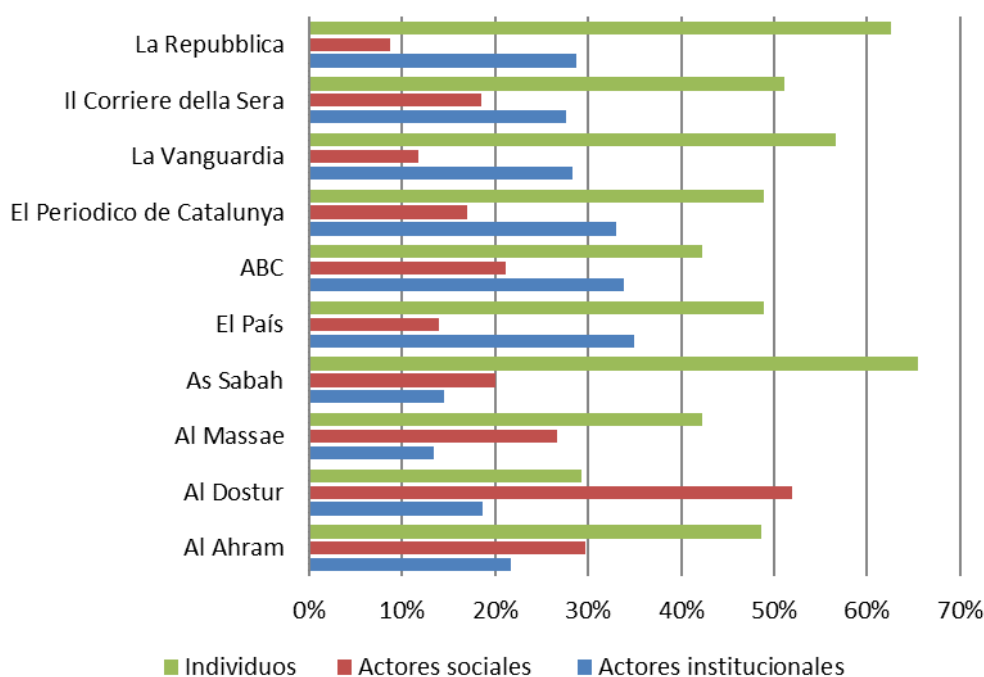
Las informaciones relacionadas con la educación y la formación son, a diferencia del resto de temas, consideradas asiduamente en nuestro análisis como una solución. Por último, el enfoque sobre el ocio de los jóvenes no es definido. Mientras que frecuentar

bares y otros locales de ocio o las actividades deportivas presentan un enfoque de problema otras cuestiones como los viajes, los eventos artísticos, los espacios de debate son considerados como una solución y otros contextos de ocio como las fiestas y ferias o juegos electrónicos o experiencias virtuales tienen un enfoque neutro.

Una de las cuestiones que desarrollan los estudios previos es la idea de que los medios son propensos a problematizar el ocio de los jóvenes (Lozano, Peral, Sabartés y Soler, 2006; Suárez Villegas, 2011), en nuestro caso, teniendo en cuenta la escasa presencia de informaciones relacionadas con el ocio no podemos llegar a conclusión alguna al menos en términos cuantitativos y a la vista de la diversidad de enfoques que prevalece en las reducidas informaciones que tratan esta cuestión, aunque cuando se analiza la unidad cualitativamente, como veremos en el siguiente capítulo, sí se pueden apreciar algunas elementos planteados por algunos autores. En general, respecto al enfoque sobre las temáticas tomadas en consideración, otro aspecto a destacar es el reducido número de informaciones con un enfoque neutro y, por tanto, la predisposición del medio por decantarse por uno u otro tipo de enfoque al presentar las informaciones.

Cambiamos de categoría de análisis y nos preguntamos ahora quién protagoniza e interviene en las informaciones relacionadas con los jóvenes en función de la distinción entre los tipos de actores que realizamos en el análisis: actos institucionales, actores sociales e individuos. Como podemos apreciar en el siguiente gráfico, en todos los diarios analizados destacan los individuos por encima de los actores institucionales y sociales, a excepción de en el diario egipcio Al Dostur donde los actores sociales predominan por encima del resto de actores.

Gráfico 5.2. Tipos de actores destacados en la información

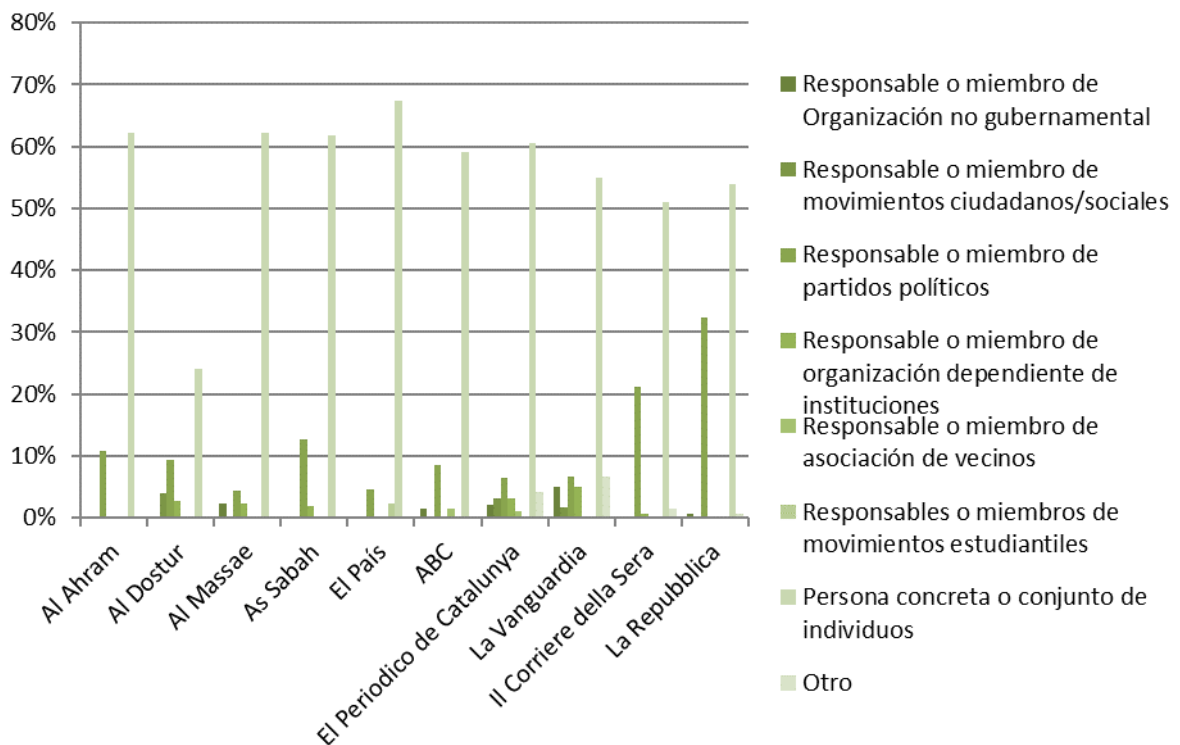


Como ya recogíamos en el artículo que contiene parte de los resultados de este análisis, además del predominio general de los actores individuales en las informaciones relacionadas con jóvenes, existen una diferencia visible entre el protagonismo que tienen los actores institucionales y los actores sociales entre los diarios mediterráneos europeos y los diarios mediterráneos árabes. Mientras que en los diarios italianos y españoles los actores institucionales protagonizan cerca del 30% de las informaciones, superando esta cifra en algunos casos, en los diarios marroquíes y egipcios los actores institucionales no son tan frecuentes en las informaciones, no alcanzan el 20% a excepción de en el diario egipcio Al Ahram donde se supera este porcentaje por poco, y, por el contrario, se perciben una mayor presencia de los actores sociales en los diarios árabes, sobre todo, en el diario egipcio Al Dostur.

“[...] se deduce que mientras que los diarios europeos se hacen mayor eco de la voz de los organismos institucionalizados, como el propio gobierno, ministerios, órganos de poder internacionales, las fuerzas del orden, autoridades religiosas etc. en los diarios árabes las informaciones sobre jóvenes están protagonizadas en mayores ocasiones por actores sociales como organizaciones no gubernamentales, empresas privadas, movimientos ciudadanos etc. que por actores institucionales” (Ortega Miranda, 2017:s/n).

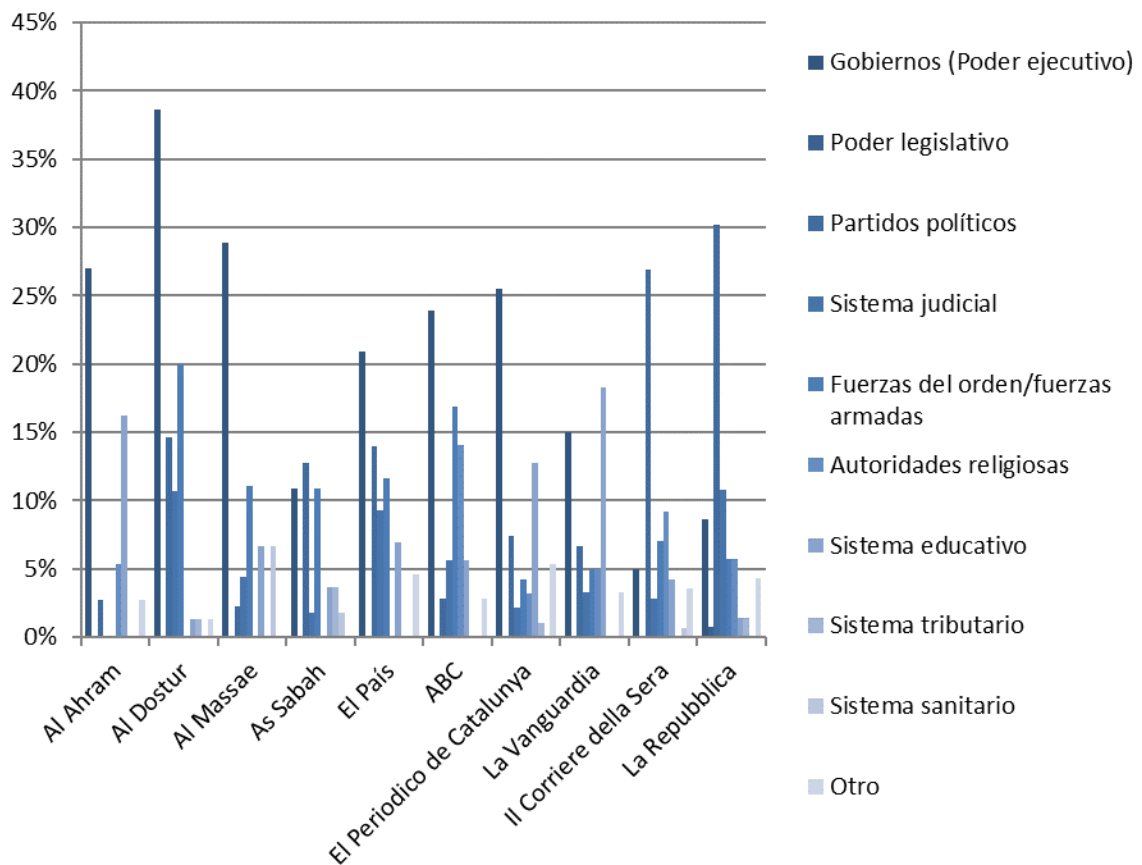
Observemos ahora a través de los siguientes gráficos que tipo de figuras intervienen en la información y con qué frecuencia respecto a cada categoría de actores en cada uno de los diarios.

Gráfico 5.3. Tipos de individuos



Dentro de la categoría de individuos, la figura más destacada, con diferencia respecto al resto de individuos que intervienen en la información, es la de persona concreta o conjunto de individuos. Entre el 50% y el 60% de informaciones contarán con la intervención de una persona concreta o conjunto de individuos que no serán ni responsables ni miembros de ninguna de las organizaciones institucionales o sociales contempladas con valor en esta variable. No obstante, en segundo lugar, destaca en todos los diarios la figura de responsable o miembro de partidos políticos, especialmente, en los dos diarios italianos. Este dato viene a señalar que aun y cuando intervienen individuos en la información estos serán, por detrás de personas concretas sin ningún cargo ni representación, figuras institucionales, algo que refuerza la presencia de las instituciones, como ahora veremos, en las informaciones sobre jóvenes.

Gráfico 5.4. Tipos de actores institucionales



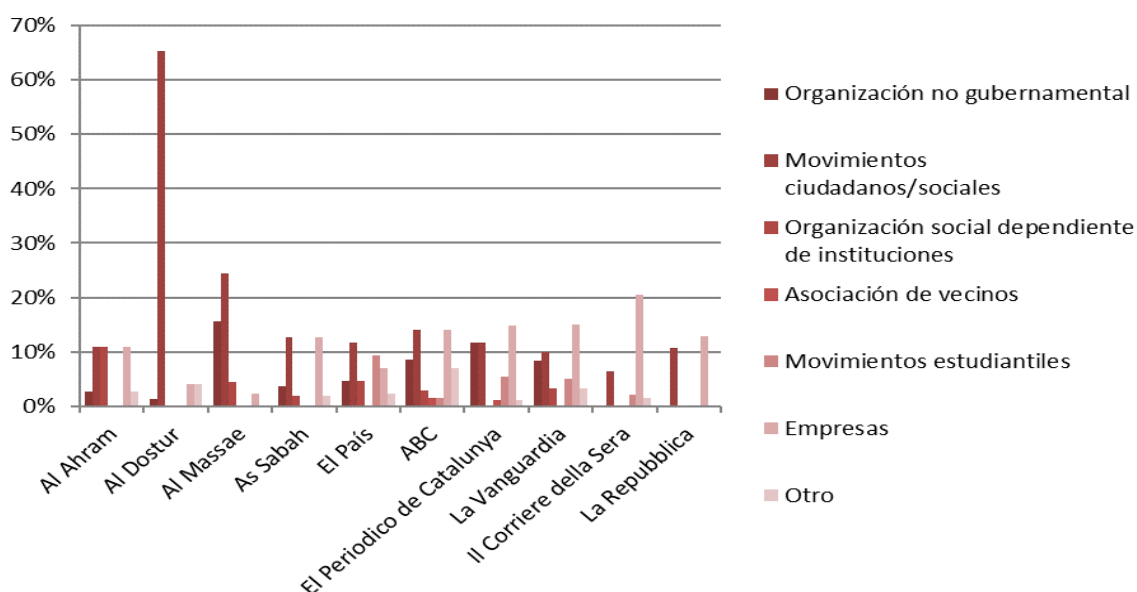
Respecto al tipo de actores institucionales que intervienen en la información destacan en todos los diarios los gobiernos por encima de cualquier otro tipo de figura institucional, salvo en el caso de en los dos diarios italianos donde a falta de formar gobierno en Italia en el periodo de recogida de la muestra, marzo de 2013, los partidos políticos son los actores institucionales destacados en ambos diarios. Por lo general, los partidos políticos son la segunda figura institucional más destacada también en el resto de diarios, con algunas excepciones como en el diario egipcio Al Ahrām, en el marroquí Al Massae y en el español ABC. Además de los gobiernos y los partidos políticos, se

distingue la presencia de otras figuras institucionales como el sistema judicial en el diario La Repubblica y en Al Dostur, las fuerzas del orden con hasta un 20% de representación del total de informaciones en el diario Al Dostur y cercano al 17% en el ABC, las autoridades religiosas también en el ABC y el sistema educativo en los dos diarios catalanes y en el egipcio Al Ahram.

Finalmente, como actores sociales podríamos destacar la presencia de los movimientos ciudadanos o sociales en las informaciones relacionadas con los jóvenes en todos los diarios. En el caso de algunos, su presencia es muy evidente, como en el caso del diario egipcio Al Dostur donde en un 65% de las informaciones intervienen los movimientos sociales. También, en menor medida, en Al Massae con una presencia de estos movimientos en el 24% de las informaciones. En Il Corriere della Sera, por el contrario, los movimientos sociales solo intervienen en un 6% de las informaciones. Las empresas de naturaleza privada, consideradas también actores sociales, intervienen en las unidades de todos los diarios, pero en menor medida que los movimientos sociales y tienen presencia en el 20% de las informaciones de Il Corriere della Sera, en el 15% de La Vanguardia y su presencia es inferior en el resto de diarios.

Por otra parte, las organizaciones no gubernamentales también participan en las informaciones de todos los diarios, excepto en los dos italianos, aunque su intervención solo alcanza el 15% y no sobrepasa esta cifra de entre el total de informaciones de cada diario en el diario egipcio Al Dostur, en línea con la presencia en este diario de los movimientos sociales y del predominio de los actores sociales en general. La participación del resto de actores sociales es más reducida. Solo tienen una presencia considerable, aunque reducida las organizaciones sociales dependientes de instituciones en Al Ahram y los movimientos estudiantiles en los dos diarios catalanes y en As Sabah.

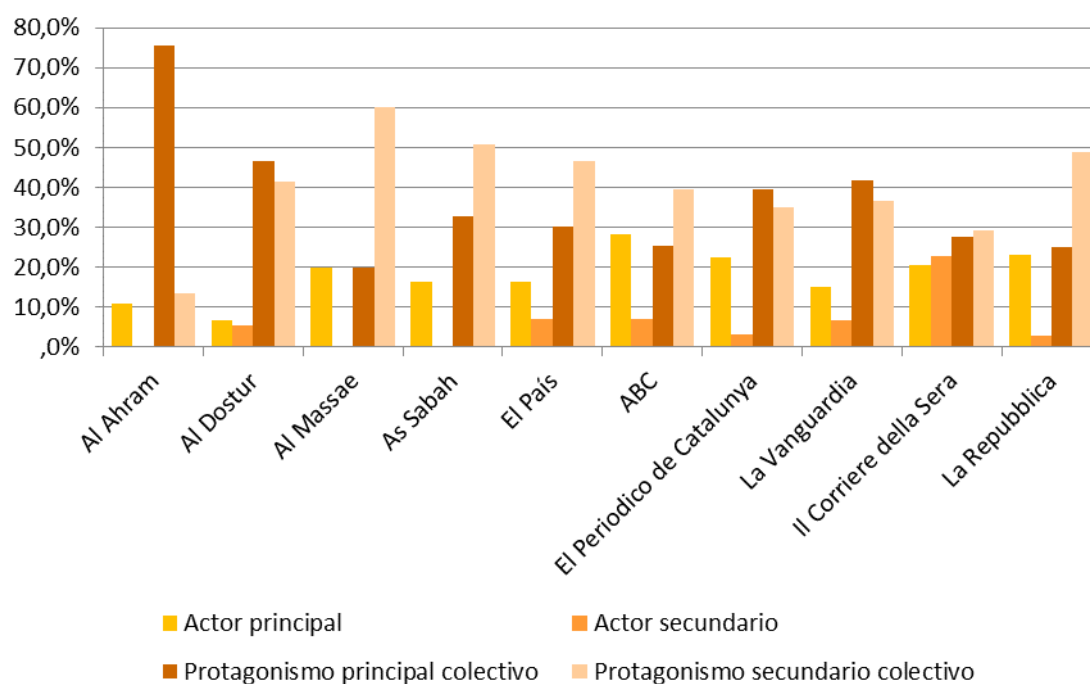
Gráfico 5.5. Tipo de actores sociales



Teniendo en cuenta las particularidades que acabamos de presentar donde destaca un protagonismo individual de las informaciones, con un protagonismo también destacado de los actores institucionales en el caso de los diarios europeos y de los actores sociales en los diarios árabes, y considerando la intervención de los tipos de actores individuales, institucionales y sociales, reparemos ahora en la aparición concreta del joven o jóvenes en la información.

Ya hemos mencionado al comienzo de este apartado que la muestra está compuesta por informaciones relacionadas, de alguna u otra forma, con los jóvenes, ya sea en su conjunto o en forma de individuo joven que está involucrado en la información, pero ¿Hasta qué punto los jóvenes protagonizan la información o intervienen en la misma de forma secundaria? Por otro lado, atendiendo a las características sociodemográficas, ¿Los diarios destacan un perfil concreto de ‘joven’ en sus informaciones?

Gráfico 5.6 Protagonismo del joven/es en la información⁹³



A modo general, de entre todas las informaciones relacionadas con jóvenes en todos los diarios podemos señalar que algo más de la mitad del total de las informaciones van a contar con los jóvenes como personajes principales de la información, ya sea a nivel individual como colectivamente. Por tanto, a pesar de que el protagonismo de los jóvenes como actores principales de la información es superior, la participación de los

⁹³ Este gráfico, con distinto diseño, aparece publicado en el artículo de la revista Ámbitos escrito por la autora de esta investigación como parte del resultado del análisis de contenido fruto de esta tesis doctoral. El artículo se puede consultar en el siguiente enlace: <https://institucionales.us.es/ambitos/jovenes-adultos-prensa-analisis-la-relacion-la-cobertura-mediatica-los-jovenes-al-norte-sur-del-mediterraneo/>

jóvenes en un número significativo de las unidades, alrededor del 45% de las noticias, será secundaria. No obstante, cabe señalar las diferencias existentes entre los diarios.

El protagonismo colectivo de los jóvenes es notable en los dos diarios egipcios, sobre todo, en Al Ahram pero también en Al Dostur, - el 75% y el 46% de las informaciones respectivamente están protagonizadas por el colectivo joven- y es en estos dos diarios donde más prevalece este tipo de protagonismo. Por el contrario, en el resto de diarios será el protagonismo secundario colectivo, de entre todos los contemplados, el que más destaca en las informaciones sobre jóvenes, a excepción de en los dos diarios catalanes donde destaca el protagonismo principal colectivo. En la mayoría de los diarios no hay grandes diferencias, no obstante, entre el protagonismo colectivo principal y secundario. Si nos fijamos en la relevancia del joven a nivel individual dentro de la información, es más frecuente que el joven como sujeto individual aparezca protagonizando la información que de manera secundaria. Por tanto, es la suma entre su presencia como sujeto individual y como colectivo, como más se tiende a representar a los jóvenes, lo que resulta en general en un mayor protagonismo principal del joven, aunque con reducida diferencia respecto a un protagonismo secundario.

Esta variable de análisis nos sirve para corroborar o no una de las premisas con la que partíamos al comienzo de esta investigación y que explicamos en el apartado 5.2 de este capítulo que resumidamente viene a afirmar que la relevancia de los jóvenes en las informaciones publicadas por los diarios árabes será mayor que en las publicadas por los diarios europeos.

En vista de los resultados acerca del protagonismo de los jóvenes, podríamos decir que nuestra hipótesis queda refutada o solo se confirma en parte puesto que a pesar de que en los dos diarios egipcios sí se aprecia un mayor protagonismo principal de los jóvenes con respecto a otros diarios frente a informaciones que solo los mencionan o donde prevalece una presencia secundaria de los jóvenes, este fenómeno no está presente, de igual forma, en los diarios marroquíes pero, en cambio, sí se aprecia un mayor protagonismo principal de los jóvenes en el diario ABC y en los dos diarios catalanes.

En cualquier caso, además, las diferencias entre el protagonismo principal y secundario en el resto de diarios no son muy significativas. Con todo, concluimos que la hipótesis en cuanto al protagonismo de los jóvenes en los diarios árabes y en los diarios europeos no queda del todo confirmada o se confirma solo en parte, en tanto que prevalece un mayor protagonismo de los jóvenes en las informaciones que difunden los diarios egipcios pero no en la que difunden los diarios marroquíes, y solo también en parte puesto que en algunos diarios europeos y no en todos, el protagonismo de los jóvenes es secundario pero sin grandes diferencias además respecto a las informaciones en las que sí aparecen como protagonistas.

Consideremos ahora las características sociodemográficas de los jóvenes que se mencionan directamente o se pueden inferir de las informaciones. En cuanto al género,

en todos los diarios prevalece el valor de no pertinente respecto a esta variable algo que se entiende debido a que, como acabamos de ver, en muchas de las informaciones se presenta a los jóvenes como colectivo o a través de la categoría genérica de la juventud. No obstante, en las informaciones que sí se menciona o se infiere el género de los jóvenes, aunque se trata de pocas unidades, hay una mayor presencia de hombres que de mujeres salvo en El Periódico de Catalunya donde aparecen el mismo número de mujeres que de hombres y en La Vanguardia donde hay mayor presencia de mujeres, aunque con poca diferencia.

La diferencia entre la presencia de los hombres respecto a las mujeres, no obstante, tampoco es muy amplia en ningún diario. Donde más diferencias se observan es en el País donde de las 13 unidades de análisis donde se puede discernir el género solo 1 se refiere a una mujer joven y en el ABC que contiene 24 unidades en las que se hace referencia al género del joven y solo 6 tratan sobre una mujer. La franja de edad exacta de la figura joven al igual que el género también es no pertinente en la mayoría de las unidades.

En el caso de las unidades en las que sí se menciona la edad o franja de edad concreta, en cada diario predomina una franja de edad respecto a otras, pero sin grandes diferencias debido a las pocas unidades en las que la edad es concretada. En general, teniendo en cuenta todos los diarios, se tiende a informar más acerca de los más jóvenes, entre la franja de edad de 18 a 22 años, que, de jóvenes de mayor edad, aunque con poca diferencia como ya hemos señalado.

De nuevo, también la ocupación de los jóvenes es no pertinente en la mayoría de los casos, pero en menor medida que el género y la edad de los jóvenes. Así, observamos que cuando se menciona la ocupación se tiende a señalar tanto a los estudiantes, trabajadores o desempleados de manera más o menos equilibrada en todos los diarios a excepción de en los dos diarios catalanes donde la condición de estudiantes de los jóvenes destaca por encima de otras ocupaciones. Este es un dato que concuerda con la relevancia temática de la educación y la formación en La Vanguardia y, aunque en menor medida, en El Periódico de Catalunya.

Respecto al origen geográfico de los jóvenes que aparecen en la información, más allá de las menciones que cada diario realiza de los jóvenes de su propio país, también se alude a jóvenes de otros países, aunque con escasa frecuencia. En este sentido, cabe destacar que los diarios europeos tienden a referirse en mayores ocasiones a jóvenes pertenecientes a los otros países que se incluyen en la investigación o pertenecientes a otro país mediterráneo que los diarios árabes. De especial relevancia, las menciones a jóvenes de otros países mediterráneos en los dos diarios catalanes. Respecto a la clase social de los jóvenes es la variable que menos se hace constar en las unidades de análisis y tan solo es notable cuando se apunta a jóvenes de clase social baja o clase alta pero estos casos suponen un número muy reducido del total de las unidades.

En el plano narrativo y en cuanto al sistema actancial y las modalidades narrativas de Greimas y Courtés (1982) presentadas en el apartado anterior, se aprecia un claro predominio de los roles de sujeto y objeto frente al resto de roles actanciales en la mayoría de los diarios, a excepción de en El País y en los dos diarios italianos, donde en el caso de los dos diarios italianos el rol de destinador es el rol claramente predominante frente al resto con el 74% de las informaciones en Il Corriere della Sera y el 92% en La Repubblica que contienen la figura del destinador. En El País el rol de destinador está presente en un 60% de las informaciones. La figura de destinatario a quien va dirigida la información, sin embargo, es menos visible en los tres diarios y, sobre todo, en los dos diarios italianos. En estos tres diarios, por tanto, vamos a encontrar más informaciones del tipo alguien 'declara/manifiesta/expone' que de intención o consecución de la acción que supone el sistema actancial de sujeto-objeto. Pero, sin embargo, no quedará patente en la mayor parte de las informaciones a quién van dirigidas estas afirmaciones y declaraciones, ni explícitamente ni de forma que se pueda inferir de la información. Respecto al resto de roles es significativa la relevancia que tiene el rol de opositor en el diario egipcio Al Dostur, hasta un 21% de las informaciones contienen la figura del opositor, que, en función de la perspectiva, lo ocupa el gobierno y las fuerzas de seguridad o los manifestantes y ciudadanos.

En línea con los roles actanciales de sujeto y objeto destacados, predomina en la mayoría de los diarios la acción de los actantes (hacer) sobre el estado o cualidad de los mismos (ser o estar) aunque no de forma contundente y a excepción de en los dos italianos y en El País donde por encima de la acción prevalece la esencia o cualidad de los participantes en la información. En cuanto a los enunciados modales que modalizan las acciones o el estado y cualidad de los actantes, destaca 'querer' en todos los diarios. Teniendo en cuenta que en la mayoría de los diarios es la acción la que prevalece sobre el estado o cualidad, 'querer hacer' se conformará como el enunciado modal más destacado.

En los dos diarios italianos, en cambio, destaca manifiestamente 'saber' donde hay una gran presencia de opiniones y valoraciones de distintos actores. Como acabamos de mencionar, en los dos diarios italianos es la cualidad y esencia del actante la que destaca por encima de sus acciones, por tanto, el enunciado modal 'saber ser' predomina en estos dos diarios, es decir, en las informaciones se plasma mayoritariamente el dominio y la habilidad de los participantes a través de los juicios que emiten sobre diversos asuntos. En el caso de El País hay una mayor variedad de enunciados modales como 'saber' pero también 'querer' o 'poder' que, sobre todo, modalizan, el estado o cualidad de los personajes participantes más que sus acciones, menos destacadas en las informaciones que publica este diario.

A nivel de superestructura de la información, observamos que en la mayoría de los diarios las informaciones sobre jóvenes son noticias novedosas y de las que se informa por primera vez, aunque con algunas excepciones. En el diario ABC y la Repubblica algo más del 50% de las informaciones que se publican son conocidas con anterioridad y en

el caso de Al Dostur es todavía más evidente donde un 74% de las informaciones contienen hechos o datos conocidos de antemano.

Respecto a los antecedentes podemos señalar que los diarios árabes, a excepción del egipcio Al Ahram, son más propensos que los diarios europeos a incluir antecedentes, es decir, datos previos al hecho noticiable que no se habían dado a conocer con anterioridad. Por encima del 75% de las informaciones en los dos diarios marroquíes y en Al Dostur contienen antecedentes, mientras que en el resto de diarios europeos y también en Al Ahram los antecedentes se incluyen en menos de la mitad de las informaciones-salvo en el ABC donde se incluye en un 56% de las mismas-. Algo similar ocurre con las explicaciones y datos complementarios que se aportan, más abundantes en todos los diarios árabes que en los europeos.

En cuanto a las consecuencias, en más de la mitad de las informaciones de todos los diarios se incluyen las consecuencias que genera el hecho noticiable, tanto en términos de acciones como de reacciones o declaraciones al respecto.

Si atendemos a las variables sobre la interpretación explícita, valoración, e implícita, intencionalidad, en relación a las informaciones sobre jóvenes que publica cada diario, podemos inferir que todos los diarios tienden frecuentemente a interpretar implícitamente las informaciones y lo hacen en mayor medida que de manera explícita a través de valoraciones manifiestas. Los dos diarios italianos y La Vanguardia son los diarios que más valoraciones incluyen de entre todos los diarios, alrededor del 36% de las informaciones en los dos diarios italianos incluyen valoraciones y un 40% de las informaciones en el caso de La Vanguardia.

En general, los diarios europeos son más propensos a incluir valoraciones que los diarios árabes y también a incluir más interpretaciones implícitas que estos últimos. La intencionalidad de las informaciones es muy notable, sobre todo, en los dos diarios italianos y en los dos catalanes.

Otro de los aspectos que caracteriza las informaciones sobre jóvenes es la finalidad que se puede inferir de los actos de habla (Austin, 1955) que predominan en las informaciones. Así podemos destacar que la finalidad dominante en las informaciones sobre jóvenes en términos globales es la de juzgar o emitir una sentencia respecto alguna cuestión o algún sujeto puesto que son los actos judicativos, por encima del resto de actos de habla, los más destacados en las unidades de análisis. Están presentes en algo más de la mitad de las informaciones. Los actos judicativos son especialmente relevantes en los dos diarios italianos con 'valorar' y 'diagnosticar' como los actos de habla más empleados y también en El Periódico de Catalunya con 'valorar'.

Seguidamente de los actos judicativos, los actos ejercitativos y, con poca diferencia, los actos expositivos son los actos de habla más destacados y se incluyen en la mitad de las informaciones en el caso de los actos ejercitativos y en algo menos de la mitad de las

unidades de análisis en el caso de los actos expositivos. En cuanto a los actos ejercitativos que vienen a expresar el ejercicio de derechos y poderes de los sujetos que intervienen en la información son relevantes también en los dos diarios italianos a través de afirmaciones en las que se ejercen potestades y, en menor medida, en Al Dostur mediante 'reclamar'.

Los actos expositivos, por su parte, que se refieren al modo de presentar las expresiones de los sujetos participantes en la información, son igualmente destacables en los dos diarios italianos y en El Periódico de Catalunya mediante 'afirmar' y en el caso de los dos diarios italianos, sobre todo, mediante 'interpretar'.

Los dos actos de habla restantes, los actos compromisorios a través de los que los sujetos se comprometen a hacer algo o los actos comportativos mediante los que se muestran las conductas de los participantes son menos relevantes. Es interesante resaltar la importancia del acto compromisorio como 'defender' o del acto comportativo como 'criticar' en el diario egipcio Al Dostur, el acto comportativo de 'invitar' en El Periódico de Catalunya y en La Repubblica, el acto comportativo como 'criticar', al igual que en Al Dostur, y el compromisorio como 'defender'.

Como ya hemos mencionado previamente, las variables narrativas, sobre los niveles del texto y los actos de habla se observarán más detenidamente en el capítulo siguiente donde se aplicarán como categorías de análisis a una parte reducida de la muestra.

Finalmente, como últimos resultados del análisis de contenido cuantitativo, presentamos una valoración del tratamiento general de las unidades de análisis en base a la adecuación del texto con el acompañamiento icónico y otros indicadores recogidos en la ficha de análisis de contenido que se incluye en el anexo (pag. 510-518). A este respecto, el 70% de las unidades de análisis van a ir acompañadas de ilustraciones como fotografías, gráficos etc.

Es el diario italiano Il Corriere della Sera el que más noticias publica sin acompañamiento icónico de ningún tipo, no obstante, debido al gran número de unidades que recoge este diario, la proporción de estas unidades es reducida respecto al total de unidades del diario.

Por lo general, en la mayoría de las piezas la adecuación del texto al acompañamiento icónico será adecuada, aunque en los dos diarios italianos se observa una media de 20 unidades por diario donde se considera que la adecuación es solo parcial.

Respecto a la valoración sobre el tratamiento de las unidades de análisis, en todos los diarios la valoración concedida que destaca es la de un tratamiento aceptable de la información, es decir, se considera que las unidades contienen tanto aspectos negativos como positivos y que estos últimos sobresalen levemente respecto a los primeros, aunque con algunos matices.

En términos generales, se aprecian más unidades de análisis que contienen un tratamiento positivo en los diarios europeos que en los diarios árabes, no obstante, el caso de los dos diarios italianos es paradigmático. Al tiempo que los dos diarios italianos contienen informaciones valoradas positivamente por su tratamiento, también se observan otras que valoramos de forma negativa. En especial, en *Il Corriere della Sera* donde hasta 24 unidades de análisis se valoran negativamente y 2 muy negativamente por contener varios o bastantes elementos contrarios a la ética periodística como un enfoque tendencioso de la información, informaciones que contemplan exclusivamente una única perspectiva, datos incoherentes, que se emplee un lenguaje estereotipado, discriminatorio etc.

A modo de síntesis y para concluir con este apartado y el capítulo, podemos observar de nuestro análisis, a pesar de las particularidades de cada diario, algunos elementos en común entre la mayoría de los diarios que nos permite advertir el siguiente perfil de pieza informativa sobre jóvenes:

“[...] una noticia breve de menos de una página y que, rara vez, aparece destacada en portada, de ámbito nacional, autonómico o dentro de la sección de sociedad, que habla de jóvenes autóctonos y muy poco de jóvenes de otros países y que ,generalmente, trata sobre política, participación, economía o sucesos en los que los jóvenes protagonizan las informaciones en las que aparecen, aunque con poca diferencia respecto a informaciones donde desempeñan un rol secundario” (Ortega Miranda, 2017:s/n).

Y, añadimos, una pieza informativa que tiende a representar al joven como colectivo más que a nivel individual donde las informaciones acostumbra a contener un enfoque de problema, las figuras institucionales tienen una presencia significativa (más en los diarios europeos y menos en los árabes con mayor predominio de los actores sociales), donde prevalece el sistema actancial de sujeto (que quiere hacer algo)-objeto y donde la información se expone, asiduamente, de manera intencional mediante juicios y sentencias sobre las cuestiones o sujetos que en ella se tratan.

Capítulo 6

El discurso en las informaciones sobre jóvenes

6.1 Análisis semiótico y del discurso. Aproximación y categorías de análisis

Ya hemos mencionado el análisis de contenido desde la metodología cuantitativa (véase apartado 5.1) y que aplicamos a los titulares y lead de las unidades de análisis. En esa propuesta, incluíamos, como variables, conceptos y categorías extraídas de las teorías semiótica y del discurso. Aquí nos referirnos al análisis cualitativo de los contenidos o mensajes presentes en los textos. En la tradición de la investigación de la comunicación y de las ciencias sociales ambos acercamientos metodológicos aplicados al objeto de estudio parecían excluyentes. Debates posteriores consideran de interés aplicar ambas metodologías a un objeto de estudio determinado. En nuestro caso, optamos por esta segunda opción por lo que contamos tanto con resultados cuantitativos que miden las frecuencias de los elementos presentes en los contenidos y los cruces de variables para mostrar lo dicho en el texto, resultados ya presentados en el capítulo anterior, como las informaciones e inferencias extraídas del texto y sus elementos tonado éste como una unidad para, desde una metodología cualitativa, aplicar categorías procedentes del campo de la semiótica y del análisis del texto/discurso, con el fin de presentar la manera en la que lo propuesto en el texto y sus interacciones se hacen presentes.

Aunque en el análisis semiótico y en el análisis del discurso se analiza igualmente el contenido de los textos, no existe un consenso respecto a la consideración de si estos forman parte del análisis de contenido cualitativo o si conforman técnicas de análisis independientes. Andréu Abela (2000) considera que la técnica de análisis del discurso difiere de la del análisis de contenido ya que a pesar de que las considera técnicas limítrofes puesto que ambas indagan en el sentido del texto, el autor sostiene que el análisis del discurso se aleja más del texto que el análisis de contenido en la medida en que las perspectivas teóricas por las que se sustenta el análisis del discurso a nivel interpretativo no admiten la mediación de categorías tan estrictas como las que se imponen en el análisis de contenido. Por otro lado, el análisis semiótico, al igual que el análisis de contenido, aunque también se centra en el estudio del significado de los textos, en última instancia, la unidad de análisis del análisis semiótico es el signo. Como afirma el autor a través del análisis semiótico más que analizar el texto lo que se pretende es construirlo a través de “[...] un aparato descriptivo-interpretativo de las acciones de los sujetos” (Andréu Abela, 2000:10).

Respecto al análisis del discurso, van Dijk (1990) que realiza una revisión del origen del análisis del discurso y de sus principios básicos nos ayuda a entender lo que el autor define como una disciplina que implica no solo una metodología, sino que remite a un objeto de estudio concreto, el discurso (1990:44). El autor considera que el análisis del discurso surge a partir de las aportaciones de distintas disciplinas dentro de las

humanidades y las ciencias sociales que a través de procesos de integración han logrado configurar esta especialidad que es, en mayor o menor medida, autónoma (Dijk, T. van, 1990:35-36). A partir de la recuperación de la retórica clásica, del desarrollo de la lingüística como nexo de unión entre la semiótica y el estructuralismo, de la etnografía, del análisis etnometodológico de la conversación informal, de la lingüística del texto y otras disciplinas afines se ha configurado la disciplina del análisis del discurso que se caracteriza por algunos principios básicos (Dijk, T. van, 1990:36-43). Por un lado, el análisis del discurso se fundamenta en lo señalado al comienzo de este párrafo, la idea de que el análisis lingüístico puede ir más allá de la oración como unidad de análisis y puede, por tanto, abarcar el resto de estructuras del texto. En segundo lugar, a través del análisis del discurso no solo atendemos al texto en si mismo sino como bien explica van Dijk (1990) a: “[...] las dimensiones cognitivas, sociales y culturales del uso del lenguaje y del discurso. En otras palabras, tanto el texto como el contexto son el campo real de la descripción analítica del discurso y de la formación de la teoría” (Dijk, T. van, 1990:43). En tercer lugar, el análisis del discurso defiende que el discurso, al igual que la oración, contiene estructuras basadas en ciertas reglas y que, por tanto, estas estructuras son susceptibles de ser sistematizadas, del mismo modo que es posible el reconocimiento de elementos en el discurso que vienen delimitados por el uso del lenguaje (Dijk, T. van, 1990:44-45).

En cuanto a la semiótica, Gonzalo Abril (1995) afirma que ésta se ha configurado principalmente como una metodología empleada para el análisis de textos y discursos y reconoce un pluralismo metodológico que no solo abarca las corrientes formales de la semiótica de Pierce, la semiótica de la Escuela de París liderada por Greimas o la lingüística textual europea, para Abril otras corrientes de investigación como el análisis del discurso- en el sentido anglosajón- pero también la etnometodología o el análisis de la conversación, corrientes citadas también por van Dijk (1990), pueden considerarse, de igual modo, investigaciones semióticas en tanto no se realice una lectura dogmática y se entiendan todas como “[...] el estudio de la producción, circulación e interpretación del sentido en contextos enunciativos determinados” (Abril, 1995:429).

Abril (1995) en base al planteamiento de Roland Barthes nos recuerda los tres aspectos de la semiótica que cualquier interprete del texto ha de tener en cuenta: el orden sintáctico, en el que se basan las relaciones morfológicas y funcionales entre los signos, el orden semántico, que corresponde a las formas de categorización de los significados que aluden a un sistema cognitivo concreto, y el orden pragmático, mediante el que los signos se dotan de un sentido social y de utilidad en un contexto determinado. Los tres elementos son desde la perspectiva semiótica, argumenta Abril, interdependientes en la medida en la que las estructuras sintácticas básicas son necesariamente conceptuales y en la medida también en la que en algunos casos el orden de las palabras puede venir determinado por el contexto (Abril, 1995:432-433). Abril a partir de la lectura que hace de Barthes se refiere al sentido, interpretación, inferencia que se puede derivar del

texto/discurso, por lo que nos moveremos en el ámbito de la semiótica y no en el de la estructura y niveles del texto/discurso.

Abril (1995) aboga por una semiótica que interprete los textos de manera inferencial, al igual que sostienen otros autores respecto al análisis de contenido abordado en el capítulo anterior (Holsti, 1969; Krippendorf, 1990; Bardin, 1986 y McQuail, 2010), ya que es de esta forma cómo actúan también los agentes que intervienen en la comunicación, desarrollando inferencias sobre el contexto y prebando las respuestas posibles y lógicas de sus interlocutores, “Aun cuando solo sea para ratificar que es precisamente el valor convencional del acto de discurso y no otro el que conviene dar por bueno en un determinado contexto” (Abril, 1995:431). Desde esa base inferencial, Abril defiende la capacidad crítica de la semiótica:

“[...] su capacidad de parafrasear los sentidos indirectos, amortiguados, aplazados y anticipados por las actividades de discurso, que es siempre un escenario de ejercicio de poder y de lucha por el poder [...] la lectura semiótica ha de abordar los discursos "a contrapelo", hasta el umbral de ilegibilidad e indecibilidad de los sentidos derrotados que todo sentido, en cuanto victorioso (en tanto que sentido de los vencedores), establece como su trasfondo de legibilidad y decibilidad” (Abril, 1995:457).

Teniendo presentes estas consideraciones acerca del análisis del discurso y el análisis semiótico aplicado al discurso, en esta segunda etapa de análisis de la investigación, hemos empleado una ficha que contiene algunas categorías discursivas y semióticas. Esta ficha se basa en la ficha elaborada por Teresa Velázquez (2011b) y que fue empleada por la autora para el análisis de los titulares y lead de algunas noticias de prensa a partir de los diferentes niveles del discurso periodístico que propone van Dijk (1990), el sistema actancial y los enunciados modales de Greimas y Courtés (1982) y los actos de habla de Austin (1955). En nuestra investigación la ficha ha sido aplicada a la totalidad de la pieza informativa y contiene estas categorías semióticas y del discurso, la mayoría ya contempladas en el análisis de contenido cuantitativo previo, y que recuperamos de nuevo en este apartado.

En primer lugar, en nuestro análisis vamos a considerar las estructuras del discurso periodístico atendiendo a dos categorías semánticas para el análisis del discurso periodístico que propone van Dijk (1990) la superestructura, que ya introdujimos en el capítulo anterior y fue considerada como variable del análisis de contenido cuantitativo, y la macroestructura. Por un lado, la superestructura, como recogemos en el capítulo 5, corresponde al cuadro general del texto, es decir, a un esquema de su significado global, que se conforma a partir de las relaciones de subordinación entre las diferentes partes semánticas del mismo. Este esquema general del significado del texto estará definido por categorías superestructurales específicas, aunque flexibles, que se asemejan a las estructuras de un relato y que en función del tipo de discurso responden a unas reglas de ordenamiento más o menos fijas y convencionales (Dijk, T. van, 1990:80-83).

Por otra parte, tomaremos como referencia destacada para el análisis del discurso las distintas aportaciones realizadas a lo largo del tiempo por Teresa Velázquez, ya sea en solitario (1982, 1988, 1989, 1992, 2011) como junto con otros autores (1983, 1984, 1985, 1986, 1987). En concreto, recuperamos las categorías superestructurales de la noticia periodística propuestas por Velázquez (2011b) que fueron reformuladas por la autora junto con Fontcuberta (1986) a partir de los planteamientos de van Dijk (1990) y reformulado por Velázquez y Fontcuberta (1986) para observar cuales de estas categorías, ya presentadas en el capítulo anterior, se observan en las diferentes partes de la noticia (titular, cuerpo, acompañamiento icónico) y que serían las siguientes: información previa (la información o datos son ya conocidos) y antecedentes (datos previos al hecho noticiable que se presentan por primera vez)- ambas dos categorías conformarán el *background* o el contexto de la noticia-, explicación (que se puede presentar a través de información complementaria o de una organización de los datos que se presentan en la información), consecuencias (que se plasman a través de las conductas o dictámenes y decisiones, situaciones de hecho, que se derivan del hecho noticiable) y la interpretación explícita (valoración) e implícita (intencionalidad)⁹⁴ que se aprecia en cada parte del texto periodístico (Velázquez, 2011b:249-253). A través de estas categorías superestructurales que incluimos en el análisis cualitativo podremos observar de qué forma se organizan las diferentes categorías asignadas al discurso de la noticia dentro de las informaciones sobre jóvenes.

En esta segunda etapa de análisis también vamos a observar la macroestructura del discurso periodístico que plantea van Dijk (1990). La macroestructura del texto, por su parte, corresponde al contenido semántico de las distintas partes del texto, esto es, al tema y sentido general que resulta en cada una de las partes y que podemos obtener a través de la identificación de las ideas principales en relación a otra información más secundaria. La macroestructura se vincula a la superestructura del discurso de modo que “[...] cada categoría de la superestructura se asocia con una macroproposición (tema) de la macroestructura semántica” (Dijk, T. van,, 1990:44-45). La macroestructura de un texto responde al tema de este. Hay dos tipos de macroestructura, la global del texto y la local. Para poder obtener la macroestructura es preciso aplicar lo que van Dijk define como macro-reglas, que es, como afirma el autor, lo que generalmente se entiende como resumen. El autor distingue tres formas principales a través de las que se puede producir el resumen de las partes del texto que da lugar a los temas locales: a través de la supresión de la información-se eliminan los elementos no significativos del texto-, mediante la generalización- las informaciones concretas se sustituyen por generalizaciones- y mediante la construcción-se construye una nueva proposición que incluya como un todo los distintos elementos que la constituyen- (Dijk, T. van, 1990:56). Velázquez (2011b), distingue otra macro-regla principal que corresponde a “[...] la

⁹⁴ Teun van Dijk para la superestructura habla de la categoría de “Comentario”, Velázquez y Fontcuberta (1986) modifican esta categoría por la de “Interpretación explícita (valoración)” e “Interpretación implícita (intencionalidad)”.

integración en una sola proposición de la serie de proposiciones contenidas en la secuencia porque cada una de ellas es una condición normal, un componente normal o una consecuencia normal para aquélla” (Velázquez, 2011b:255). La autora distingue la macro-regla de la integración que se diferencia de la de construcción puesto que a través de la macro-regla de la construcción construimos una nueva proposición a partir de la encadenación lógica de proposiciones en la que la primera proposición es un elemento o consecuencia normal de la segunda y así para el total de proposiciones, mientras que en la macro-regla de la integración la proposición que resume debe englobar las distintas proposiciones que la componen pero sin que estas conformen una secuencia lógica en la que la primera sea un componente o consecuencia de la segunda (Velázquez, 2011b:255-256). Estas macrorreglas se aplican a cada una de las partes del texto que contiene una idea o tema, de manera que la macroestructura local será coincidente con el tema local de esa parte del texto. Una vez se cuenta con todas las macroestructuras locales, se procede a aplicar la cuatro macrorreglas con la finalidad de obtener el tema global del texto. En el caso de las noticias, esta macroestructura global estaría contenida en el titular y lead de la misma, lo que indicaría que la construcción de ese texto respondería la coherencia semántica del mismo.

Teun van Dijk a pesar de describir este proceso que se produce mediante las macro-reglas reconoce, no obstante, que este no deja de ser un proceso subjetivo que guarda relación con el conocimiento y creencias personales de cada sujeto. No obstante, señala que habitualmente el autor del texto suele producir señales por las que podemos deducir los temas, por ejemplo, en el título o haciendo alusión explícita al tema en cuestión en el texto (Dijk, T. van, 1990:59). En el caso del texto periodístico van Dijk considera que en la deducción de los temas del discurso periodístico entran en juego, quizá en mayor medida que en otro tipo de textos, las representaciones cognitivas puesto que gracias a nuestros conocimientos, por ejemplo, sobre las tramas políticas podemos advertir fácilmente de un texto, aunque este incompleto, los temas locales del mismo (Dijk, 1990:62). Definir la macroestructura, tema local, de cada parte del texto, nos posibilita dibujar el marco semántico en el que se sitúan el resto de categorías de análisis.

Otras dos categorías que incluimos en el análisis del discurso de las informaciones sobre jóvenes es el modelo actancial y los enunciados modales que plantean Greimas y Courtés (1982) y que hemos descrito en el capítulo anterior (véase pag. 299). Aquí nos limitaremos a mencionar que el modelo actancial y las modalidades narrativas son valiosas en esta etapa de la investigación para poder determinar el tipo de protagonismo del joven dentro de la unidad, si aparece como sujeto, con el potencial o habilidad de llevar a cabo acciones, como destinador, que nos hace saber algo o por el contrario, si resulta el objeto de las acciones de otros o el destinatario de las declaraciones de terceros o si actúa también como ayudante o opositor en las informaciones y de qué

manera se modalizan las acciones o el estado de los actores jóvenes dentro de la información.

De esta forma, estas categorías de análisis nos servirán para confirmar o refutar si se observan algunas de las tendencias discernidas por estudios precedentes que apuntan al joven como sujeto pasivo o activo de la información en función de los temas con los que se le relaciona: sujeto activo en asuntos relacionados con vandalismo, delincuencia etc. y sujeto pasivo en informaciones mediadas por instituciones (Suárez Villegas, 2011; Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, 2013). Por otra parte, observar la estructura narrativa del relato nos es de utilidad también para reconocer el tipo de implicación del resto de figuras participantes en la información y, en ese sentido, si se observa la visión adultocéntrica que establecen algunos estudios presentados en el capítulo precedente (Alcoceba Hernando, 2014; del Pueyo, 2014).

Finalmente, en relación a los roles narrativos y los enunciados modales, en este análisis vamos a observar detenidamente el nivel pragmático del discurso a través de los actos de habla, comentados también en el capítulo precedente (véase pag. 303), situándolos en cada parte del texto de la noticia. Así, de la relación de los actos de habla con la forma en la que se presenta el texto (superestructura), la temática local que subyace de cada parte del texto (macroestructura), el rol actancial predominante en cada parte del texto y observando la forma en la que se modaliza el estado o acciones de los actantes (modelo actancial y enunciados modales), podremos distinguir la finalidad que subyace de cada parte del discurso y su relación con el resto de categorías. A estas categorías, se le añade otra mediante la que definimos el tipo de actor que interviene en cada parte del texto en función de la distinción que realizamos también en el análisis de contenido previo entre los actores institucionales, sociales e individuos.

6.2 La concreción del análisis: el discurso en las informaciones sobre jóvenes de la prensa de ámbito mediterráneo

De entre las 762 unidades de análisis que componen la muestra, en esta segunda etapa de la investigación se han seleccionado 20 unidades para su análisis semiótico y del discurso, 2 unidades por diario. Para la selección de estas noticias se ha tenido en cuenta, principalmente, dos criterios: que la unidad involucrará directamente a los jóvenes, bien porque están claramente presentes en el acontecimiento noticioso o bien porque se trata de un hecho que les atañe directamente. En alguna de las unidades seleccionadas, donde hay una presencia más circunstancial de los jóvenes, como colectivo o a nivel individual, se ha especificado el motivo correspondiente de la elección en el propio análisis. El segundo criterio que se ha tomado en consideración para la selección ha sido el ámbito temático. Se ha tratado de abordar, en la mayor parte de la selección, que las unidades respondieran a los ejes temáticos más destacados por el análisis de contenido cuantitativo previo y al mismo tiempo, en el caso de algunas unidades, que los ámbitos temáticos coincidieran entre los diarios de manera que se

podieran comparar los diferentes tratamientos que sobre los mismos hechos noticiosos o acontecimientos similares realizan los distintos medios.

Así, se incluyen dos unidades cuyo eje temático principal es el de la educación y la formación mediante la cobertura que realizan El Periódico de Catalunya y La Vanguardia de la huelga de estudiantes universitarios celebrada en Cataluña el 1 de marzo de 2013 (unidades 1 y 3). Por otro lado, también por parte de los dos diarios catalanes, se selecciona una noticia por cada diario que se hace eco de los resultados de un informe sobre el perfil de los jóvenes consumidores de drogas (unidades 2 y 4). En ambas unidades no solo se aborda los hábitos de salud de los jóvenes mediante el consumo de drogas, también se mencionan los factores que pueden aumentar dicho consumo como el fracaso educativo o el desempleo.

Del diario El País se seleccionan dos unidades que guardan relación con la ocupación de los jóvenes. Una noticia que presenta una medida del gobierno español para fomentar el empleo entre los jóvenes (unidad 5) y una entrevista a un joven que ha publicado un libro sobre los trabajos precarios que ha ido encadenado a lo largo de su vida laboral (unidad 6).

Por parte del diario ABC, una de las unidades que se incluye trata los problemas generados en un barrio madrileño a partir de la concentración de jóvenes que se reúne para salir de fiesta los fines de semana (unidad 7). Esta información está relacionada con los contextos de ocio de los jóvenes y, en base a la categoría señalada en el análisis de contenido previo, también con el eje temático de sucesos y, en concreto, con el vandalismo al que se hace alusión en el mismo título de la unidad. En la siguiente unidad publicada por el diario ABC (unidad 8) los jóvenes no intervienen como colectivo sino a nivel individual a través de un joven copiloto que está relacionado con una información sobre el uso indebido del canal de emergencia entre los pilotos.

Del diario italiano La Repubblica se recoge una unidad que presenta algunos de los resultados que publica un informe del Instituto Nacional de Estadística Italiano (ISTAT) acerca del desempleo en Italia en el que se hace especial alusión al desempleo juvenil (unidad 9) y otra unidad de portada y muy breve sobre la llegada a Roma del grupo parlamentario del Movimiento 5 Stelle (unidad 10).

También de ámbito político, la primera unidad de Il Corriere della Sera está basada en la publicación de un análisis sociológico sobre la intención de voto de los jóvenes italianos (unidad 11) y una segunda unidad que aborda la relación entre la formación y el empleo entre los jóvenes (unidad 12).

Del diario marroquí As Sabah seleccionamos dos noticias que categorizamos dentro del ámbito de los sucesos, la primera, una noticia que informa acerca de un asesinato cuya autoría corresponde a un joven (unidad 13) y otra sobre la trata de mujeres donde las víctimas son mujeres jóvenes (unidad 14).

Del diario Al Massae también se selecciona una unidad dentro de la categoría de sucesos que tiene que ver con la aparición del cadáver de una mujer joven (unidad 15) y otra unidad en torno a una mesa redonda organizada por el consejo de juventud de Rabat sobre la participación de los jóvenes a nivel local (unidad 16).

El diario egipcio Al Dostur, por su parte, contempla en una de las unidades seleccionadas la opinión de un movimiento de jóvenes vinculados a la revolución egipcia sobre el uso propagandístico de los templos por parte de los Hermanos Musulmanes (unidad 17) y otra noticia sobre el ataque de un grupo de jóvenes a un funcionario (unidad 18).

Finalmente, en el caso del diario egipcio Al Ahram ambas unidades están relacionadas con acciones en las que los jóvenes participan colectivamente, una acerca de un programa ocupacional para los jóvenes (unidad 19) y, la segunda, una actividad de voluntariado en la que participan numerosos jóvenes (unidad 20).

Cabe matizar que la elección de estas unidades no responderá a la representatividad de estas respecto al tipo de información más habitual recogida en cada diario pero sí se ha pretendido, como mencionábamos al comienzo, que las temáticas de las unidades seleccionadas para esta segunda etapa coincidieran con los ejes temáticos predominantes que han resultado del análisis de contenido cuantitativo del total de las informaciones sobre jóvenes que componen la muestra, independientemente de la frecuencia con la que aparecen en cada diario. Esto, no obstante, no significa que el tratamiento que realiza cada diario sobre cada temática sea tampoco representativo ni del tratamiento que realiza cada diario sobre esa temática en particular- a excepción de cuando se menciona tal cosa en el análisis- ni del tratamiento que recibe cada tema en la totalidad de la muestra en general.

A través de este análisis se ha querido complementar los resultados obtenidos del análisis de contenido cuantitativo desarrollado con anterioridad, con la intención de profundizar en la relevancia que tiene el joven dentro de la noticia y la relación entre los distintos elementos subyacentes en el discurso que proyecta el diario, atendiendo, como recogíamos al inicio de este capítulo, a la aparición o no de ciertos componentes en el discurso y a través de los que podemos interpretar el contexto social en el que se enmarca el contenido. El texto íntegro de las unidades tal y como aparecen publicadas en los diarios se puede consultar en los anexos de este trabajo (pag. 554). En el caso de los diarios árabes, además del texto original en árabe se incluye la traducción al castellano de cada una de las unidades.

Unidad 1

Diario: El Periódico de Catalunya

Fecha: 1 de marzo de 2013

Sección: Sociedad

Página: 32

Ubicación en los anexos: pag. 554

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Antetítulo	Jornada de movilizaciones en la educación superior	Hecho noticiable: Información previa	Movilizaciones en la educación superior	Institucional: educación superior	Sujeto: Educación superior Destinador: autor de la noticia	Querer hacer Hacer saber	Acto expositivo: informar	Hay un Destinador implícito que hace saber algo
Título	La universidad para contra la amenaza de nuevos recortes	Hecho noticiable: Información previa	La Universidad cesa su actividad en protesta por los recortes	Institucional: la universidad	Sujeto: la universidad	Querer hacer	Acto comportativo: criticar	La universidad ante la amenaza de nuevos recortes toma la decisión de parar. Más adelante, en el cuerpo de la unidad se matiza que se suspendieron las clases en muchos de los campus pero no en todos (no se sabe con exactitud)
Subtítulo 1	Los estudiantes secundan de forma mayoritaria la segunda huelga de este curso	Explicación (información complementaria) Información previa	Seguimiento de la huelga por parte de los estudiantes	Social: movimiento estudiantil	Ayudante: movimiento estudiantil	Querer hacer Poder hacer	Acto judicial: calcular Compromisorio: Apoyar	Los estudiantes apoyan al Sujeto implícito "Universidad" en su acción (huelga)
Subtítulo 2	La manifestación de Barcelona termina con cinco detenidos por actos vandálicos	Consecuencia	Detenciones de participantes por actos vandálicos	Institucional: la universidad Individuos: cinco detenidos	Sujeto : la universidad Objeto: la huelga Opositor: los detenidos por actos vandálicos	Querer hacer Poder hacer	Acto expositivo: informar	Hay un Sujeto implícito (la Universidad) cuyo Objeto es llevar a cabo acciones en torno a la huelga, entre ellas, la manifestación. Esta se ve alterada por unos opositores que son los detenidos por actos vandálicos

Cuerpo 1	No había, a priori ... que no aplique más recortes.	Información previa Explicación (información complementaria)	Comparación entre las dos huelgas y descripción del seguimiento de la huelga que da lugar al hecho noticioso	Institucional: la universidad	Sujeto: la universidad	Querer hacer	Acto judicial: Caracterizar Acto ejercitativo: Reclamar	La Universidad reclama y para ello se hace la huelga
Cuerpo 2	Laprotesta, convocada ... las protestas no registraron incidencias	Consecuencias	Incidentes vinculados a la huelga	Social: movimientos estudiantiles	Sujeto: movimientos estudiantiles	Querer hacer	Acto judicial: Caracterizar	“La protesta no se libró de incidentes” aunque mencionan que estos fueron organizados por una minoría
Cuerpo 3	Pese a la masiva ... para impedir las clases	Consecuencias: reacciones Interpretación explícita: citas directas Interpretación implícita: intencionalidad	Declaraciones de la Generalitat sobre la huelga	Institucional: La Generalitat	Destinador: La Generalitat	Hacer saber	Acto expositivo: interpretar Acto judicial: condenar	Esta sección viene introducida a través del ladillo que resume las declaraciones de la Generalitat sobre la huelga: “Normalidad, según el Govern”. El diario refleja las contradicciones de la Generalitat ante lo que para el diario es una “masiva afluencia de los alumnos a las manifestaciones” la Generalitat asegura que la actividad académica se desarrolló con normalidad y después, cifra en un 70% el seguimiento de la huelga.

Foto 1 (arriba) y pie de foto 1	<p>Pie de foto: Cabeza de la manifestación universitaria a su paso por el parque de la Ciutadella de Barcelona, ayer.</p> <p>Descripción de la fotografía: fotografía de plano general donde aparece el encabezado de la manifestación, se aprecia claramente a tres jóvenes, y la multitud que le sigue. Los individuos andan con las manos alzadas y se distinguen pancartas y banderas</p>	Hecho noticiable: Información previa y antecedentes	Encabezado de la manifestación	Social: movimientos estudiantiles	Sujeto: movimientos estudiantiles	Querer hacer	Acto expositivo: informar	En la foto aparece el encabezado de la manifestación, pero no se acaba de apreciar, por su alcance, si hay congregada una gran multitud
Foto 2 (debajo) y pie de foto 2	<p>Pie de foto: Un contenedor de basuras arde ante la sede de Unió, tras ser incendiado por unos encapuchados.</p> <p>Descripción de la fotografía: fotografía de plano general donde se aprecia contenedores de basura en medio de la calle, uno de ellos en llamas y otros volcados, y la basura en el suelo. Al fondo, se ven agentes de policía, algún medio cubriendo la noticia y una multitud observando</p>	Consecuencias	Contenedor en llamas y otros contenedores volcados	Individuos: encapuchados	Sujeto; encapuchados Objeto: contenedor	Querer hacer	Acto expositivo: informar	El medio publica una fotografía de uno de los actos vandálicos ocurridos en la manifestación, aunque en la parte inferior, de igual tamaño que la foto anterior. En el cuerpo se indica, no obstante, que fueron actos provocados por una minoría

En esta noticia podemos apreciar como el medio prioriza la institución, la Universidad, como Sujeto de la noticia, quiere hacer algo con un objeto (manifestarse contra los recortes convocando una huelga). Este rol se le otorga ya en el titular frente a los estudiantes que aparecen más bien como Ayudantes de la institución en su acción de manifestarse contra los recortes (“los estudiantes secundan la huelga”), manifiestan su intención de hacer algo, apoyarla (acto compromisorio apoyar). Lo cierto es que más adelante, en el cuerpo, se informa que, según datos de la Generalitat, la participación de los profesores y personal de administración y servicios no ha sido relevante, agentes que podrían terminar de conformar la entidad Universidad como Institución. Esta elección del diario deja entrever, por tanto, que la participación de los sujetos jóvenes en la noticia, en cuanto a agentes que dan lugar al hecho noticioso, queda relegada por el diario al rol de Ayudantes, a pesar de la alta participación de estudiantes a la que se hace referencia en el cuerpo de la noticia.

El diario destaca el rol de Sujeto de la Universidad (que no está compuesta, únicamente, de alumnos) como Institución. Sin embargo, cuando se trata de relatar los actos vandálicos ocurridos durante la manifestación, los jóvenes estudiantes sí aparecen como sujetos que han provocado los altercados. Llama la atención el espacio dedicado a relatar los episodios delictivos, si bien el diario reconoce que los altercados fueron provocados por una minoría. Estos actos vandálicos se presentan como consecuencias ya en el segundo subtítulo y se les dedica un párrafo completo del cuerpo (cuerpo 2), como elemento caracterizador de la manifestación (Acto judicial caracterizar), además de una fotografía de igual tamaño a la imagen del encabezado de la manifestación. Poco se habla, por su parte, de los objetivos de la protesta más allá de que no difieren mucho de los argumentos de protestas anteriores y en la noticia poco o nada tienen que decir los estudiantes al respecto, a los que no se les da la palabra en ningún momento, no aparecen como Destinadores. Sólo al principio de la noticia en el título y al principio del cuerpo destaca el acto comportativo de criticar y el acto ejercitativo de reclamar como objetivo en sí mismo de la manifestación y la acción que da lugar al hecho noticioso. En cambio, se priorizan los actos expositivos de informar o interpretar donde es el autor de la noticia, el sistema educativo (en el antetítulo) o la Generalitat (cuerpo 3) los que cumplen el rol de Destinadores.

El enfoque institucional de la noticia se refuerza con el espacio dedicado a mostrar la versión de la Generalitat sobre la huelga y que concluye el relato (cuerpo 3). Se aprecia cierta intencionalidad por parte del medio en exponer las contradicciones del Gobierno resaltando de sus declaraciones, primero que la jornada había transcurrido con normalidad en las aulas y después, que el seguimiento había sido de un 70%. También se advierte la intencionalidad del medio a la hora de indicar entre paréntesis el descuento salarial al que se hubieran enfrentado los profesores y el personal de administración y servicios de haber secundado la huelga, tras el apunte por parte de la Generalitat de la baja participación de este colectivo en la huelga. El medio apunta, por

tanto, a una posible razón de la escasa presencia de profesores y personal de servicios en la huelga.

Unidad 2

Diario: El Periódico de Catalunya

Fecha: 09-03-2013

Sección: Sociedad

Página: 35

Ubicación en los anexos: pag. 555

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Antetítulo	Informe de la Fundación de Ayuda Contra la Drogadicción	Hecho noticiable: Información previa	La Fundación de ayuda contra la drogadicción elabora un informe	Social: Fundación de ayuda contra la drogadicción	Destinador: Fundación de ayuda contra la drogadicción	Hacer saber	Acto expositivo: informar	El medio anuncia en el antetítulo que la noticia tratará sobre el informe elaborado por la Fundación
Título	Las drogas no asustan a los consumidores jóvenes	Interpretación implícita: intencionalidad Consecuencias: reacciones	Las drogas no asustan a los consumidores jóvenes	Individuos: consumidores jóvenes	Objeto: consumidores jóvenes (conclusión que sugiere el informe)	Hacer saber	Acto judicativo: determinar	El medio expone como principal conclusión del informe que las drogas no asustan a los consumidores jóvenes, reacción del diario ante el estudio
Subtítulo 1	Uno de cada tres cree que el consumo no le perjudica ni le causa ningún problema	Explicación (información complementaria)	Uno de cada tres consumidores jóvenes cree que el consumo no le perjudica	Individuos: consumidores jóvenes	Destinador: consumidores jóvenes	Crear saber	Acto judicativo: calcular Acto expositivo: testificar	El diario destaca en el subtítulo (1) uno de los resultados del informe
Subtítulo 2	El fracaso escolar y el desempleo agrava el riesgo de caer en la drogodependencia	Explicación (información complementaria)	Dos factores que agravan el riesgo del consumo de drogas	Individuos: consumidores jóvenes	Objeto: consumidores jóvenes (conclusión que sugiere el informe)	Hacer saber	Acto expositivo: interpretar	El diario destaca en el subtítulo (2) otro de los resultados del informe
Cuerpo 1	Uno de cada tres jóvenes ... a conflictos familiares.	Explicación (información complementaria)	La tercera parte de los encuestados no considera que el consumo de drogas les perjudique	Individuos: consumidores jóvenes	Destinador: consumidores jóvenes	Hacer saber	Acto expositivo: testificar	Se exponen los resultados del informe que dan lugar a la elección del titular

Cuerpo 2	Estos datos ... Anfetaminas en el último mes.	Explicación (información complementaria)	Los detalles de la investigación realizada	Social: Fundación de ayuda contra la drogadicción Individuos: consumidores jóvenes	Sujeto: Fundación de ayuda contra la drogadicción Objeto: informe	Hacer saber	Acto expositivo: informar	Se describe cómo se ha llevado a cabo la investigación cuyo resultado es el informe que se presenta
Cuerpo 3	Tras el estudio ... rechazo al riesgo.	Explicación (información complementaria)	tres perfiles de consumidores jóvenes	Social: Fundación de ayuda contra la drogadicción	Destinador: Fundación de ayuda contra la drogadicción	Hacer saber	Acto judicial: establecer	Se explican los tres perfiles de consumidores que elaboran los sociólogos de la investigación. Se introduce a través del ladillo: "Tres perfiles"
Cuerpo 4	Poco más del 14% ... consumo de estupefacientes.	Explicación (información complementaria)	Riesgos y ventajas del consumo, factores que propician el consumo, los consumidores son una minoría y asumen los riesgos	Social: Fundación de ayuda contra la drogadicción	Destinador: Fundación de ayuda contra la drogadicción	Hacer saber	Acto expositivo: interpretar	La noticia concluye que los consumidores de drogas son una minoría entre los jóvenes y que entre los consumidores hay diferencias en la percepción del riesgo que entraña el consumo. Sección introducida a través del ladillo: "Los riesgos"

Esta noticia se hace eco de una problemática entorno a los jóvenes españoles, el consumo de drogas, filtrada a través de la voz de otro, otro no joven, en este caso, un actor social constituido como asociación, la Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD) que elabora un informe sobre los jóvenes consumidores de drogas.

A lo largo de la mayor parte de la noticia el rol narrativo destacado es el de Destinatador encarnado por la propia Fundación que hace saber los resultados del informe y que se alterna con su rol de Sujeto cuyo Objeto es realizar el informe (cuerpo 2). Los jóvenes, por su parte, también desempeñan el rol de Destinatador que es visible en el subtítulo 1 y en el cuerpo 1 de la noticia mediante sus afirmaciones sobre el consumo de drogas cuando no son también objeto de las conclusiones que sugiere el informe (título y subtítulo 2). Por tanto, en ese caso, los jóvenes desempeñan también el rol de Destinatadores que hacen saber algo pero este rol estará siempre mediado por la Fundación de Ayuda a la Drogadicción como Destinadora última a través de la elaboración del informe. Conocemos, pues, las opiniones y posturas de los jóvenes (consumidores) pero no de primera mano, sino a través de los resultados e interpretaciones del estudio que se exponen bajo categorías y porcentajes, de ahí que predomine la información complementaria y los actos expositivos y en ciertos casos los actos judicativos que calculan, determinan o establecen los resultados del informe.

El estudio realizado merece para el medio un título poco alentador en el que se proyecta la interpretación implícita del diario: “Las drogas no asustan a los consumidores jóvenes” ante la estadística de que 1 de cada 3 consumidores jóvenes cree que las drogas no le perjudican. Se recoge en el título las consecuencias en forma de reacción del diario ante los resultados del estudio. La noticia proyecta, por tanto, dos problemas: el consumo en sí, de ahí la publicación del informe, y la que se expone como principal conclusión del estudio, las drogas no suponen un inconveniente para los jóvenes consumidores. Sólo al final de la noticia se resta gravedad al asunto y como otra de las cuestiones que “constata” el informe, se indica que los consumidores de drogas son un colectivo minoritario entre los jóvenes.

Unidad 3

Diario: La Vanguardia

Fecha: 01-03-2013

Sección: Tendencias

Página: 30

Ubicación en los anexos: pag. 556

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Paro masivo en varios campus e incidentes aislados en Barcelona	Explicación (información complementaria)	Huelga en algunos Campus universitarios y algunos percances en Barcelona	Individuos: participantes en la huelga y en los incidentes	Sujetos: participantes en la huelga y en los incidentes Destinador: autor de la noticia	Querer hacer Hacer saber	Acto judicativo: determinar	Un destinatador implícito, el medio, concreta el hecho noticioso, la huelga, que ha supuesto un paro masivo en algunos Campus y algunos incidentes en Barcelona
Subtítulo 1	Los Mossos disuelven una manifestación con escasa presencia de profesores	Consecuencia	Los Mossos ponen fin a la manifestación	Institucional: los mossos	Sujeto: los mossos	Deber hacer	Acto ejercitativo : revocar	Como consecuencia de algo ocurrido durante la manifestación, no se indica en el subtítulo, pero se da a entender que es debido a los incidentes mencionados en el título, los Mossos disuelven la manifestación, con escasa presencia de profesores, añade el diario como atributo de la misma.
Cuerpo 1	La jornada de protesta fue muy escasa	Explicación (información complementaria)	Seguimiento de la huelga y motivos	Individuos: estudiantes y profesores	Destinatario: estudiantes y profesores	Deber hacer	Acto judicativo: caracterizar	No se aprecia un claro sujeto, los estudiantes y los profesores aparecen más bien como los destinatarios de la jornada de huelga más que como sus precursores: "La huelga dejó sin clases a un número importante de estudiantes"
Cuerpo 2	La manifestación empezó ... sede de Unió	Explicación (información complementaria) Información previa Interpretación explícita: valoración	Descripción del recorrido de la manifestación	Social: movimientos estudiantiles	Sujeto: movimientos estudiantiles Destinador: autor de la noticia	Querer hacer Hacer saber	Acto expositivo: testificar	El autor describe, al detalle, el recorrido de la manifestación. Destaca los lemas de algunas pancartas y que califica: "algunas agudizan la imaginación"
Cuerpo 3	Por el camino ... y las instalaciones	Explicación (información complementaria) Consecuencias	Incidentes de la huelga	Individuos: algunos manifestantes y	Sujeto: manifestantes que provocan los altercados	Querer hacer Poder hacer	Acto expositivo: testificar	Se narran los diferentes incidentes acaecidos durante la manifestación. Se aprecia un sujeto, los manifestantes que

				Institucional: mossos	Opositor: policía			provocaron los altercados, y un opositor, los policías que trataron de impedirlo.
Cuerpo 4	La Universitat Autònoma ... manifestaciones	Explicación (información complementaria)	Seguimiento de la huelga en diversas universidades	Institucional: Universidades	Destinador: Universidades	Hacer saber	Acto judicial: calcular	Se relata el seguimiento de la huelga en distintas universidades. Se indica, explícitamente en al menos dos ocasiones que las fuentes que valoran el seguimiento son los propios centros.
Destacado 1	Incidentes. Cinco estudiantes detenidos y siete heridos leves al final de la protesta	Consecuencia	Los resultados de los altercados	Individuos: detenidos y heridos	Objeto: detenidos y heridos	Hacer saber	Acto judicial: establecer	El diario destaca los resultados que deja la huelga en relación con los incidentes
Destacado 2	Piquetes. A primera hora de la mañana se bloqueó el acceso a la UAB, la UB, LA UPC y la UPF	Explicación (información complementaria)	Los piquetes bloquean el acceso a las universidades	Individuos: piquetes	Sujeto: piquetes	Querer hacer	Acto judicial: determinar	El diario destaca el bloqueo de acceso a la diferentes universidades
Fotografía y pie de fotografía	Pie de foto: El grueso de la manifestación de estudiantes a su paso por la confluencia de las calles Pelai y Balmes de Barcelona Descripción de la fotografía: plano general de la manifestación donde se aprecia una gran multitud. Se distinguen pancartas y banderas	Hecho noticiable: Información previa	Grueso de la manifestación	Social: movimientos estudiantiles	Sujeto: movimientos estudiantiles	Querer hacer	Acto expositivo: interpretar	El medio nos indica que la fotografía abarca el grueso de la manifestación, es decir, la mayor parte de la misma

Se aprecian pocas diferencias en relación a la presencia de los jóvenes en la cobertura informativa de la jornada de huelga en las universidades catalanas que realizan La Vanguardia y El Periódico de Catalunya (ver unidad 1). Los jóvenes, en calidad de estudiantes que protagonizan la manifestación, tampoco aparecen, en general, como principales sujetos de la noticia a excepción de en el título, en el cuerpo 2 o cuando se hace referencia a los incidentes de la manifestación, al igual que en el Periódico de Catalunya. Incluso al principio del cuerpo de la noticia se indica que la huelga “dejo sin clases a un número muy importante de estudiantes”, como si la huelga fuera impuesta, de alguna manera, por agentes ajenos a los propios estudiantes. Tampoco se recogen declaraciones de los participantes en relación a la huelga y apenas una frase resume el motivo de la manifestación al principio del cuerpo de la noticia. No se vuelve a hacer referencia a las reclamaciones que originan la jornada de paro. Una de las principales diferencias entre uno y otro medio está relacionada con el papel de la Generalitat en el hecho noticioso.

Mientras que El Periódico de Catalunya dedica un apartado a recoger las declaraciones del gobierno catalán sobre la jornada, si bien es cierto que mostrando las contradicciones a las que apuntan dichas declaraciones, en La Vanguardia no se recoge en ningún momento las reacciones de la Generalitat. Se da por hecho la escasa presencia de profesores, como conclusión propia del medio, y para valorar el seguimiento de la huelga se tienen en cuenta las declaraciones de los centros universitarios como Destinadores que hacen saber (cuerpo 4). Por tanto, prevalece en la cobertura que realiza La Vanguardia el enfoque institucional frente a la visión de los propios estudiantes (que no aparecen como Destinadores), pero en su caso, se otorga mayor relevancia a los Mossos y menor presencia a la figura de la universidad como institución que genera la huelga. Al igual que la noticia publicada por PC, se dedica una parte considerable del cuerpo de la noticia a los incidentes provocados, por un “reducido grupo de manifestantes”. No sólo en el cuerpo sino el titular al completo (aunque se menciona que son incidentes aislados) y los dos destacados se dedican a relatar los incidentes. El PC, por su parte, si bien sólo en un subtítulo se informa de los altercados, de las dos fotografías que acompañan la noticia, una de ellas está relacionada con los incidentes. La Vanguardia, por su parte, sólo dedica una fotografía a la manifestación y no incluye ninguna otra imagen relacionada con el vandalismo. La categoría superestructural que predomina es la de la explicación a través de la de información complementaria sobre la manifestación donde se ofrece testimonio sobre el recorrido (acto expositivo testificar en cuerpo 2 y 3) y se caracteriza la jornada de huelga (acto judicial caracterizar, cuerpo 1). También se aprecian las consecuencias del hecho noticioso que son los incidentes ocurridos durante la manifestación (subtítulo 1, cuerpo 3 y destacado 1), interpretación explícita en el cuerpo 2 al valorar algunos de los lemas de la manifestación y se incluye información previa cuando se hace referencia a espacios de Barcelona ya conocidos por el público (cuerpo 2 y fotografía).

Unidad 4

Diario: La Vanguardia

Fecha: 09-03-2013

Sección: Tendencias

Página: 35

Ubicación los anexos: pag.557

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	El 34% de los jóvenes consumidores de drogas niega problemas por su uso	Explicación (información complementaria)	Parte de los consumidores jóvenes de drogas declaran que su consumo no les causa problemas	Individuos: consumidores jóvenes	Destinador: consumidores jóvenes	Hacer saber	Acto expositivo: afirmar	El diario destaca en el titular el principal resultado de la investigación llevada a cabo por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), que se explica más tarde, en el cuerpo
Cuerpo 1	El 34% de los jóvenes habitual de drogas	Explicación (información complementaria) Información previa	Conclusiones de la investigación y mención de la misma	Individuos: consumidores jóvenes	Destinador: consumidores jóvenes	Hacer saber	Acto judicial: establecer	Aunque al final de la sección, se menciona que son las principales conclusiones de una investigación llevada a cabo por la FAD, predominan las declaraciones de los jóvenes, de ahí que los jóvenes consumidores devengan Destinadores en este apartado, en lugar de la FAD
Cuerpo 2	La investigación se realizó ... el último mes	Explicación (información complementaria)	Descripción de la investigación llevada a cabo	Social: Fundación de ayuda contra la drogadicción Individuos: consumidores jóvenes	Sujeto : Fundación de ayuda contra la drogadicción Objeto: consumidores jóvenes	Querer hacer	Acto judicial: caracterizar	Se explica la investigación desarrollada: quién la desarrolla, a quién va dirigida, cuando, bajo que supuestos etc.
Cuerpo 3	Entre los que sí reconocen ... pareja (14%)	Explicación (información complementaria)	Tipología de problemas relacionados con el consumo que se mencionan en la investigación	Individuos: consumidores jóvenes	Destinador: consumidores jóvenes	Hacer saber	Acto judicial: establecer	Se establecen los tipos de problemas asociados al consumo de drogas mencionados en la investigación junto con su porcentaje
Cuerpo 3	Los responsables del estudio ... les importa"	Interpretación explícita: valoración	Interpretación de los resultados de la investigación por parte de los responsables del estudio	Social: Fundación de ayuda contra la drogadicción	Destinador: Fundación de ayuda contra la drogadicción	Hacer saber	Acto expositivo: interpretar Acto ejercitativo: advertir	Los investigadores del estudio interpretan y valoran los resultados de la investigación. Entre los cuales, se advierte la inconsciencia o falta de interés de los padres de estos jóvenes consumidores

Cuerpo 4	El informe <i>Misma drogas ...</i> por ello	Explicación (información complementaria)	El informe revela tres perfiles de consumidores	Social: Fundación de ayuda contra la drogadicción	Destinador: Fundación de ayuda contra la drogadicción	Hacer saber	Acto judicial: establecer	Se establecen y describen los tres perfiles sobre consumidores jóvenes que elabora el informe
----------	---	--	---	--	--	-------------	------------------------------	---

Esta noticia recoge los resultados del informe elaborado por la Fundación de Ayuda para la Drogadicción (FAD) sobre los jóvenes consumidores de drogas. Al igual que el PC (ver unidad 2) se hace eco de una problemática que afecta a los jóvenes y que no conocemos directamente a través de los propios consumidores jóvenes, sino que el fenómeno es filtrado a través de un actor social, el informe elaborado por la FAD. Los jóvenes sí aparecen como Destinadores en la información, los jóvenes hacen saber, afirman o establecen alguna información, pero, al igual que comentábamos en el caso de la unidad 2 del PC, sabemos que el Destinador es, en última instancia, la FAD que también aparece como tal interpretando las declaraciones de los jóvenes y estableciendo los distintos perfiles de consumidores jóvenes (cuerpo 3 y 4).

Ambas noticias, esta de La Vanguardia y la del PC, describen los resultados de la investigación y se limitan a reflejar las interpretaciones de los responsables del estudio que se realiza mayoritariamente a través de información complementaria, pero encontramos algunas diferencias en lo que respecta a la intencionalidad de cada medio, al incluir u obviar cierta información y en el predominio de los actos judicativos como establecer o caracterizar e incluso el ejercitativo advertir en La Vanguardia frente a los actos de habla expositivos como informar o testificar que tienen mayor presencia en el PC. Por otro lado, el empleo del porcentaje en el título en lugar de la elección que hace PC del verbo <<no asustan>> en referencia a que las drogas no asustan a los consumidores jóvenes, denota un título menos alarmista que el empleado por el PC. No obstante, si bien el PC reconoce al final de la noticia y como conclusión también del informe que el consumo de drogas sólo afecta a una minoría de los jóvenes, La Vanguardia no incluye este dato en la información. Además, La Vanguardia añade otro problema como resultado del estudio que no se incluye en el PC en el cuerpo 3 y que se presenta como una valoración por parte del director técnico de FAD. Tres de cada cuatro consumidores jóvenes viven con sus padres por lo que el director de la FAD destaca, se recoge a través de una cita directa, que o bien los padres ignoran el consumo de sus hijos o bien no les importa. El medio recoge, por tanto, algo que no hace el PC, el cuestionamiento de la comunicación en la relación entre padres e hijos y la implicación de los padres en la vida de sus hijos.

Unidad 5

Diario: El País
 Fecha: 09-03-2013
 Sección: Sociedad

Página: 35
 Ubicación en los anexos: pag. 557

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Ningún joven parado más de cuatro meses	Explicación (información complementaria)	Objetivo del acuerdo: que los jóvenes no estén en situación de desempleo más de cuatro meses	Individuos: jóvenes	Objeto: jóvenes	Querer ser/estar	Acto compromisorio: comprometerse	Se indica en el título el principal objetivo del acuerdo entre varios países de la UE, incluido España, que se indica ya justo después, en el subtítulo
Subtítulo	España asume un compromiso europeo que varios expertos creen imposible	Consecuencias: reacciones	España asume un compromiso ante Europa que algunos expertos creen imposible de lograr	Institución: gobierno de España	Sujeto: gobierno de España	Querer hacer	Acto compromisorio: comprometerse	El gobierno de España asume un acuerdo que algunos expertos creen imposible, añade el medio
Cuerpo 1	¿Se imagina ... su anterior puesto	Información previa Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Objetivos del acuerdo	Individuos: jóvenes	Objeto: jóvenes	Querer ser/estar	Acto compromisorio: estar de acuerdo	Se describen los objetivos del acuerdo. Se aprecia intencionalidad por parte de <i>El País</i> al incluir al comienzo de la noticia la pregunta retórica: "¿Se imagina un país en el que los jóvenes ... ?" o la expresión "ese panorama de ensueño". El mismo medio deja entrever que el acuerdo es difícil de imaginar
Cuerpo 2	Claro que esta propuesta ... sobre mano	Antecedentes Interpretación explícita: valoración	Comparación entre el desempleo juvenil en España y Alemania	Institución: gobierno de España y Alemania	Sujetos: gobierno de España y Alemania	Deber hacer	Acto ejercitativo : comparar	El País compara la situación de desempleo juvenil de Alemania y España e indica que para un país como Alemania será más fácil alcanzar el acuerdo
Cuerpo 3	Pese a la dificultad el paro juvenil	Explicación (información complementaria)	Declaraciones de la ministra, Fátima Bañez, sobre el acuerdo	Institución: gobierno de España	Destinador: gobierno de España	Hacer saber	Acto compromisorio: comprometerse Acto ejercitativo : reclamar	El medio recoge las declaraciones de la ministra, Fátima Bañez, sobre el acuerdo, Por un lado, asume el cumplimiento del mismo y por otro, pide flexibilidad a Europa para poder cumplirlo

Cuerpo 4	Pese al optimismo inicial ... de Madrid	Consecuencias: reacciones Interpretación explícita: valoración	Declaraciones de un experto sobre el acuerdo	Individuo: profesor de la Universidad Carlos III de Madrid	Destinador: profesor de la Universidad Carlos III de Madrid	Hacer saber	Acto comportati vo: criticar	El País indica que algunos expertos ponen en duda el acuerdo y expone las declaraciones de un profesor de Universidad que critica la medida por no efectiva
Cuerpo 5	La recomendación ... el paro juvenil	Explicación (información complementaria)	Detalles del acuerdo	Institución: gobiernos europeos	Sujeto: gobiernos europeos Objeto: el acuerdo	Querer hacer	Acto judicial: caracterizar	Se detallan las características del acuerdo: su obligatoriedad e importe destinado
Cuerpo 6	Muchos expertos ... investigador de Fedea	Consecuencias: reacciones Interpretación explícita: valoración	Declaraciones de un experto sobre el acuerdo	Individuo: profesor de la Universidad de Oviedo	Destinador: profesor de la Universidad de Oviedo	Hacer saber	Acto comportati vo: criticar	El País indica que algunos expertos ponen en duda el acuerdo y expone las declaraciones de un profesor de Universidad que critica la medida por insuficiente
Cuerpo 7	El modelo de garantía ... es tan agudo	Interpretación implícita: intencionalidad	El modelo en el cual se basa el acuerdo	Institución: gobiernos europeos	Sujeto: gobiernos europeos Objeto: el modelo del acuerdo	Querer hacer	Acto ejercitativo : comparar	Se indica el modelo en el que se ha basado el acuerdo que ha sido tomado de otros países europeos donde las circunstancias de empleabilidad de los jóvenes son mejores, nos hace saber el medio.
Destacado	Bañez anunció que habrá 918 millones del fondo contra el desempleo juvenil	Explicación (información complementaria)	Importe destinado al fondo contra el desempleo juvenil	Institución: gobierno de España	Destinador: gobierno de España	Hacer saber	Acto ejercitativo : anunciar	Se destaca el importe total destinado a cumplir el acuerdo.

Es un ejemplo de noticia donde los jóvenes, sus circunstancias laborales, son el objetivo de las actuaciones de otros, en este caso, de los gobiernos europeos y del gobierno español, en particular. Los jóvenes pasan a ser el objeto de las acciones de las instituciones. Aunque el hecho noticioso de la unidad es el acuerdo tomado por los gobiernos europeos para disminuir el desempleo juvenil y por tanto, el actor principal va a ser, sin duda, institucional en cuanto a acuerdo tomado por gobiernos; ejerciendo los gobiernos de sujetos que quieren hacer algo y se comprometen a hacerlo (acto compromisorio) y que deben hacerlo, y también de Destinadores que hacen saber las características del acuerdo, se anuncian las medidas del acuerdo (destacado) y se reclama flexibilidad a Europa para llevarlo a cabo (cuerpo 3). La presencia de los jóvenes en la información se hace visible a través del rol narrativo de Objeto de las acciones de los Sujetos pero no aparecen como Destinadores puesto que, en ningún momento, se recogen sus pareceres a pesar de que la medida les repercute y afecta directamente a ellos. No se consideran agentes que puedan tener algo que decir, algo digno de publicarse, frente a acciones que van dirigidas a cambiar sus circunstancias laborales. En cambio, sí se cede la palabra a otros expertos que valoran la medida, dos profesores, dos miembros de otra institución, la Universidad, y por tanto, adquiere relevancia a lo largo del cuerpo de la noticia las consecuencias como categoría superestructural por medio de las declaraciones de los expertos sobre el compromiso adquirido por el gobierno.

Por otro lado, la intencionalidad de *El País* reflejando su incredulidad ante la medida es más que evidente. Ya desde el inicio del cuerpo, a través de la pregunta retórica “¿Se imagina un país en el que los jóvenes encontraran trabajo o prácticas a los cuatro meses de terminar los estudios? o el empleo de la expresión “Ese panorama de ensueño” deja patente que la medida es más utópica que realista (cuerpo 1). También destacamos una interpretación implícita del diario al final (cuerpo 7) cuando expone que la medida se ha obtenido de modelos desarrollados por algunos países europeos, pero aclara el diario: poseen mejores datos de desempleo juvenil (acto ejercitativo comparar). De otra parte, también existe una interpretación explícita en la información cuando se incluyen las declaraciones de dos “expertos” (y se da a entender que son compartidas por más) donde se critica el acuerdo puesto que se considera que no será efectivo y que es insuficiente (cuerpo 4 y 6) y la valoración del medio en el cuerpo 2 cuando compara (acto ejercitativo) la situación de desempleo juvenil de Alemania y España.

Unidad 6

Diario: El País

Fecha: 31-03-2013

Sección: especial (desempleo juvenil)

Página: 66

Ubicación en los anexos: pag. 558

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	El digno precario	Interpretación explícita: valoración	El digno precario	Individuo: Javier López Menacho	Destinador: autor de la noticia	Hacer saber	Acto judicial: determinar	El medio, como destinador implícito, califica al protagonista de la noticia como digno precario
Subtítulo	Javier López Menacho repasa en un libro su insólita vida laboral dentro de una chocolatina, apuntando el número de viajeros que se colaban en el metro o encuestando moteros	Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad Antecedentes	Javier López Menacho publica un libro sobre su vida laboral	Individuo: Javier López Menacho	Sujeto: Javier López Menacho Objeto: publicación del libro	Querer hacer	Acto ejercitativo : anunciar	El protagonista publica un video sobre su vida laboral, insólita según el País
Cuerpo 1	Ha sido chocolatina de verdad	Explicación (información complementaria) Antecedentes	Enumeración de los empleos que ha desarrollado el protagonista	Individuo: Javier López Menacho	Destinador: Javier López Menacho	Hacer saber	Acto expositivo: testificar	Se enumeran los empleos en los que ha trabajado el protagonista
Cuerpo 2	Durante año y medio De los trabajos	Explicación (información complementaria) Antecedentes Consecuencias: reacciones Interpretación implícita: intencionalidad	Perfil del protagonista y circunstancias que llevaron a la publicación del libro	Individuos: Javier López Menacho y su editor	Destinador: Javier López Menacho Ayudante: editor	Hacer saber Poder hacer	Acto expositivo: testificar	Se describe al protagonista y se incluye la reacción del padre al enterarse de la noticia de la publicación del libro de su hijo. Aparece el editor como ayudante, del que se dice "que es como un padre"

Cuerpo 3	El primer trabajo ... gane bastante	Explicación (información complementaria) Antecedentes Interpretación implícita: intencionalidad Consecuencias: reacciones	Descripción de los trabajos, de su situación familiar y de las reacciones de su padre	Individuo: Javier López Menacho	Destinador: Javier López Menacho Ayudantes: los padres	Hacer saber Poder hacer	Acto expositivo: testificar	Se describen los trabajos desarrollados por el protagonista y se intercala con la reacción de su padre e información sobre su familia. La narración se va hilando mediante el empleo de muchas citas directas del protagonista que describe en primera persona cada empleo
Cuerpo 4	No hizo esos trabajos ... segunda edición	Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad Antecedentes Consecuencias: reacciones y situaciones de hecho	Reacciones (de él mismo y su padre) y situaciones de hecho (firma de autógrafos) sobre la publicación del libro	Individuo: Javier López Menacho	Destinador: Javier López Menacho	Hacer saber	Acto expositivo: testificar	La noticia concluye con las reacciones del propio protagonista y de su padre, sobre la publicación del libro y el anuncio de la publicación de una segunda edición.
Destacado	El padre pensó que su hijo estaba siendo vejado: "Tú, dentro de una mascota". "Yo me siento muy digno", le contesto	Consecuencias: reacciones	Discusión entre padre e hijo sobre la idoneidad del trabajo	Individuos: Javier López Menacho y padre	Destinadores: Javier López Menacho y su padre	Hacer saber	Acto expositivo: testificar	Se destaca, entre todas las declaraciones del propio protagonista, la reacción del padre ante uno de los empleos de su hijo
Fotografía y pie de foto	Pie de foto: Javier López Menacho, autor del libro Yo precario, junto a uno de los animadores de la Puerta del Sol en Madrid disfrazado de Bob Esponja Descripción de la fotografía: plano medio del protagonista en la calle. Detrás, una persona disfrazada de Bob Esponja y personas caminando	Explicación (información complementaria)	El protagonista en las calles de Madrid	Individuo: Javier López Menacho	Sujeto: Javier López Menacho Objeto: el hecho de mostrarse	Querer ser/estar	Acto expositivo: informar	Mediante la fotografía, el protagonista y justo detrás una persona disfrazada de Bob Esponja, el medio ha querido ejemplificar la tipología de trabajos que se describen en el cuerpo de la noticia

Esta unidad que responde más bien a una crónica periodística que a una noticia y que ocupa una página entera del diario *El País* narra la trayectoria laboral de un joven periodista cordobés de 30 años a raíz de la publicación de su libro sobre los trabajos precarios que desarrollo durante año y medio en Barcelona. El protagonismo del joven, por primera vez en lo que llevamos de análisis a nivel individual y no colectivo, es absoluto dentro de la unidad. Conocemos su historia casi en primera persona puesto que en el relato que realiza el autor de la noticia se entremezcla constantemente el testimonio del joven y predomina, por tanto, el acto judicial de testificar sobre cualquier otro. Y lo que el protagonista cuenta en la unidad y que es motivo de la publicación de su libro son todos los trabajos precarios, según tilda él mismo, que obtuvo durante un tiempo en Barcelona: todos temporales, mal remunerados y alguno en el que le tardaban en pagar.

Se habla siempre de lo acontecido sin hacer referencia alguna a que otras personas, otros jóvenes, puedan estar pasando o hayan pasado por lo mismo, no se generaliza su situación, no se vinculan sus circunstancias con la realidad social y sólo al final, él mismo deja entrever algo en ese sentido cuando menciona que “hay gente que al leerlo le ha dado esperanzas”. La elección en el título de <<insólita vida laboral>> en referencia a la vivida por el protagonista, tampoco prevé que lo que le ha pasado al protagonista pueda ser algo habitual en la vida laboral de otros jóvenes. A lo largo del relato aparecen en escena dos actores destacados que acompañan al protagonista. Por un lado, su padre que sufre por las condiciones laborales de su hijo (sus declaraciones aparecen también en el destacado) y que se emociona ante la idea de que su hijo vaya a publicar un libro y su editor, del que el protagonista dice “que es como un padre”. Se resalta de esta forma la figura paterna, encarnada por el padre y el editor como Ayudantes en su trayectoria profesional. Las acciones de estas dos figuras están modalizadas por el poder hacer, el padre que le ayuda económicamente y el editor que posibilita la publicación del libro. En cuanto a las categorías superestructurales, al tratarse de un relato sobre la trayectoria laboral de este joven aparecen antecedentes, información complementaria y consecuencias en forma de reacciones, también interpretaciones implícitas en la alternancia entre la narración de los hechos por parte del joven autor del libro y las descripciones del autor de la información.

Unidad 7

Diario: ABC

Fecha: 08-03-2013

Sección: Madrid

Página: 64-65

Ubicación en los anexos: pag. 559

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Antetítulo	Coches rotos, sexo en portales, basura y gritos, ingredientes de las fiestas de jóvenes en Julián Romea y alrededores	Consecuencias: situaciones de hecho Explicación (información complementaria)	Componentes de la fiesta de jóvenes en Julián Romea y alrededores	Individuos: jóvenes	Destinador: autor de la noticia	Hacer saber	Acto judicial: caracterizar	Se indican los componentes que tienen las fiestas de los jóvenes
Título	Botellón, desfase y vandalismo en las calles de Chamberí	Explicación (información complementaria)	Botellón, desfase y vandalismo en Chamberí	Individuos: jóvenes	Destinador: autor de la noticia	Hacer saber	Acto judicial: caracterizar	De nuevo en el título, de manera más resumida que en el antetítulo, se mencionan tres acontecimientos que ocurren en el barrio de Chamberí: botellón, desfase y vandalismo
Cuerpo 1	Una mujer ... el descanso de sus residentes	Antecedentes Interpretación implícita: intencionalidad	Carta de un vecina de Chamberí a la asociación de vecinos en la que describe las acciones que llevan a cabo los jóvenes y que denuncia en la carta	Individuo: vecina de Chamberí Social: asociación de vecinos	Destinador: vecina de Chamberí Destinatario: asociación de vecinos Opositor: los jóvenes	Hacer saber Poder hacer	Acto judicial: condenar	Se muestra parte de la carta de denuncia de una vecina del barrio dirigida a la Asociación de vecinos donde describe los hechos que ocurren de jueves a domingo en el barrio
Cuerpo 1	El <<botellodromo>>... 170 euros	Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Situación del <<botellodromo>> donde los residentes contribuyen con sus impuestos	Individuos: vecinos de Chamberí	Destinador: vecinos de Chamberí Opositor: los jóvenes	Hacer saber Poder hacer	Acto judicial: establecer	El diario ubica donde los jóvenes suelen beber alcohol en la vía pública y especifica que se trata además de un barrio donde sus residentes pagan una considerable cantidad en concepto de impuestos
Cuerpo 2	<<A las ocho ... residente>>	Explicación (información complementaria) Consecuencias: situaciones de hecho	Declaraciones de otra residente sobre las consecuencias del <<botellón>>	Individuo: vecina de Chamberí	Destinador: vecina de Chamberí Opositor: los jóvenes	Hacer saber Poder hacer	Acto expositivo: testificar	Se recogen las declaraciones de otra residente del barrio que añade las consecuencias sufridas por el <<botellón>>

		Interpretación implícita: intencionalidad						
Cuerpo 3	Todos, incluida ... en la calle	Explicación (información complementaria)	Todos coinciden en que el foco del problema es una discoteca de la zona	Individuos: vecinos de Chamberí Institucional: Policía Municipal Social: discoteca de Julián Romea	Destinadores: vecinos de Chamberí y Policía Municipal Opositor: discoteca de Julián Romea	Hacer saber Poder hacer	Acto compromisorio: estar de acuerdo	Según el medio todos, vecinos y policía, apuntan a que el problema se origina por la presencia de una discoteca que admite un gran aforo en la zona
Cuerpo 4	Deterioro del patrimonio ... acciones>> mantiene	Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Declaraciones de la asociación de vecinos, la policía municipal y concejala del distrito sobre el fenómeno	Social: asociación de vecinos La Voz de Chamberí Institucional: policía municipal y concejala del distrito	Destinadores: asociación de vecinos La Voz de Chamberí, policía municipal y concejala del distrito	Hacer saber	Acto judicial: diagnóstico	Se incluyen las declaraciones del portavoz de la asociación de vecinos, la policía municipal y la concejala sobre el fenómeno y las distintas medidas que se han tomado
Cuerpo 4	Frío y exámenes ... perfección >> revelan	Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad Antecedentes	A pesar del incremento de la policía que corroboran los vecinos, creen que hay menos consumo en la calle debido al frío y que es época de exámenes. Advierten que puede repuntar en primavera. La solución es el cierre de locales. Origen del problema	Sociales: asociación de vecinos El Organillo y la Voz de Chamberí	Destinadores: asociación de vecinos El Organillo y la Voz de Chamberí	Hacer saber Poder hacer	Acto ejercitativo : advertir	Las asociaciones de vecinos advierten que a pesar del incremento de la policía, el menor consumo de alcohol en la calle puede deberse al frío y a los exámenes. Apuntan que puede repuntar con la llegada del buen tiempo. La solución que propone una asociación de vecinos es el cierre del local. Sin embargo, la policía apunta a que cumplen con los requisitos casi a la perfección. Desde la apertura de la discoteca a principios de los 90 el salvajismo ha ido en aumento, denuncian los vecinos.
Destacado	Incremento de policía El 65% de las denuncias del distrito proceden de esta zona, donde hay vigilancia especial desde 2010	Explicación (información complementaria) Antecedentes	Más de la mitad de las denuncias del barrio provienen de esta zona donde hay una vigilancia especial desde el 2010	Individuos: vecinos	Sujeto: vecinos	Querer hacer	Acto judicial: condenar	A pesar del incremento policial, los vecinos siguen denunciando

Fotografía 1 y texto que le acompaña	Texto que acompaña a la fotografía 1: Una <<minirave>> en plena vía Baile sobre un coche Las asociaciones ... para bailar Descripción de la fotografía 1 : se aprecia a dos mujeres encima del capo de un coche	Explicación (información complementaria) Antecedentes	Vídeo sobre una fiesta celebrada en el barrio colgado en Youtube	Individuos: jóvenes	Destinador: autor de la noticia	Hacer saber	Acto expositivo: informar	Las asociaciones de vecinos dan a conocer un vídeo colgado en Youtube del que se hace eco el diario y muestra una imagen del vídeo donde aparecen dos jóvenes subidas al capo de un coche
Fotografía 2, 3 y 4 y texto que le acompaña	Texto que acompaña a la fotografía 2: El ritual de la Jarana Compran ... fin de semana Descripción de las fotografías 2, 3 y 4:	Explicación (información complementaria) Consecuencias: situaciones de hecho	Los jóvenes compran la bebida y luego dejan la porquería en las calles. Hay servicios especiales de limpieza los fines de semana	Individuos: jóvenes	Destinador: autor de la noticia	Hacer saber	Acto judicial: caracterizar	Se describe el ritual de la fiesta que consiste en comprar la bebida en alguna tienda de la zona para después dejar la porquería sin recoger. Por eso, se refuerzan los servicios de limpieza los fines de semana . Se acompaña de imágenes donde se aprecian grupos de jóvenes en la calle y restos de basura en el suelo
Fotografía 5 y texto que le acompaña	Texto que acompaña a la fotografía 5: Cierres Algunas comunidades de vecinos han optado por cerrar sus jardines. Aun así, lanzan los restos del botellón por encima de las verjas Descripción de la fotografía 5: se aprecia una verja con la puerta cerrada. En el suelo restos de botellas.	Explicación (información complementaria) Consecuencias: situaciones de hecho	Algunas comunidades de vecinos cierran sus jardines pero los jóvenes lanzan restos de botellas por encima de las verjas	Individuos: comunidades de vecinos	Destinador: autor de la noticia Opositor: los jóvenes	Hacer saber Poder hacer	Acto expositivo: informar	De nuevo una imagen más donde se aprecian restos de basura a pesar de que, como dice el texto, algunas comunidades cierran las puertas de sus jardines
Fotografía 6	Descripción de la fotografía 6: un mapa del barrio de Chamberí donde se señalan en rojo las calles conflictivas	Explicación (información complementaria) Consecuencias: situaciones de hecho	Mapa del barrio de Chamberí . En rojo las calles conflictivas	No hay actores	Destinador: autor de la noticia	Hacer saber	Acto expositivo: informar	Se señalan las calles exactas donde suelen ocurrir los acontecimientos

El ABC ocupa dos páginas completas que relatan al detalle lo que sucede de jueves a domingo en algunas zonas del barrio de Chamberí en Madrid. Abundan los actos judicativos como caracterizar, condenar, establecer y diagnosticar donde los vecinos, el propio medio, la policía y concejala, en calidad de Destinadores que hacen saber, juzgan estos acontecimientos. Tres categorías superestructurales predominan por encima del resto: la información complementaria, la intencionalidad del medio al incluir repetidamente los testimonios negativos de los afectados por los actos que llevan a cabo algunos jóvenes y las consecuencias en forma de situaciones de hecho o reacciones que se recogen en estas mismas declaraciones. También están presentes los antecedentes, como forma de presentar datos previos al hecho noticiable y que dan cuenta de la constante de estos hechos cada fin de semana.

En esta noticia los jóvenes aparecen vinculados no sólo al consumo de alcohol sino al vandalismo y al desorden público en general, desde no recoger la basura que dejan en las calles, hacer ruido, destrozar el mobiliario urbano y hasta de insultar a los residentes. Todo ello, denuncian los vecinos, policía municipal y concejala del distrito, sucede en un barrio cuyos vecinos, se encarga de señalar el diario, abonan una cantidad considerable de impuestos. En ningún momento a lo largo de la noticia aparece reflejada la versión de los propios jóvenes, que simplemente son el problema, Opositores a la tranquilidad y descanso de los vecinos. La criminalización de la ocupación del espacio público queda patente al final de la noticia donde una de las organizaciones vecinales señala “la calle no es lugar para que se diviertan los niños”. Como hemos visto en el capítulo anterior, esta misma idea es subrayada por un periodista entrevistado en ocasión de la investigación que llevan a cabo Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez, (2013) y que sostiene “[...] siempre emergen problemas respecto a la coexistencia pacífica del espacio público porque no se acepta que los jóvenes lo ocupen” (2013:84).

Unidad 8

Diario: ABC

Fecha: 24-03-2013

Sección: Sociedad

Página: 53

Ubicación en los anexos: pag. 561

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	<<Cómo va España? Cambio>>	Antecedentes	Se pregunta cómo va España (en referencia a la selección española de fútbol)	Individuos: tripulación de un avión	Sujeto: tripulación de un avión	Querer hacer	Acto expositivo: preguntar	El medio reproduce lo que podría ser una conversación típica entre pilotos que emplean el canal de emergencia para hablar de futbol
Subtítulo 1	Fomento alerta del uso del canal de emergencia aéreo para hablar de futbol entre pilotos	Antecedentes Información previa	Fomento alerta sobre el mal uso de los pilotos del canal de emergencia para hablar de futbol	Institución: Ministerio de Fomento	Destinador: Ministerio de Fomento	Hacer saber	Acto ejercitativo: advertir	Fomento advierte del mal uso del canal de emergencia entre pilotos
Cuerpo 1	Conversaciones sobre fútbol en pleno ... en el informe	Antecedentes Información previa Explicación (información complementaria)	Conclusiones del informe: tendencia entre algunas tripulaciones de hacer un mal uso del canal de emergencia. Eurocontrol emite dos alertas	Instituciones: Ministerio de Fomento y Eurocontrol	Destinador: Ministerio de Fomento y Eurocontrol	Hacer saber	Acto ejercitativo: advertir	El Ministerio de Fomento da a conocer un informe donde se advierte de que algunas tripulaciones emplean el canal de emergencia para fines distintos al destinado. Eurocontrol emite dos alertas. Una de ellas, por los diálogos sobre futbol en la Eurocopa 2012
Cuerpo 2	La advertencia ... emisora disponible	Antecedentes Explicación (información complementaria)	Investigación de un incidente en el aeropuerto de El Altet donde la torre de control no pudo comunicarse a través del canal de emergencia con los pilotos	Individuos: tripulación de un avión	Sujeto: torre de control de El Altet Objeto: comunicación con la tripulación del avión Opositor: tripulación del avión	Querer hacer Poder hacer	Acto judicial: caracterizar	Se describe un caso ocurrido en el aeropuerto del Altet. La Torre de Control desea comunicarse con los pilotos a través del canal de emergencia pero no lo consigue, puesto que el canal se emplea inadecuadamente, reconoce después la tripulación
Cuerpo 3	Recomendación de seguridad ... (COM2)>>	Explicación (información complementaria)	Recomendaciones del informe: hacer un buen uso del canal de emergencia y que Ryanair incluya de forma explícita	Institución: Ministerio de Fomento	Destinador: Ministerio de Fomento	Hacer saber	Acto ejercitativo: recomendar	El medio expone las recomendaciones del informe

			la prohibición de bajar el volumen del canal					
Cuerpo 4	No se trata ... del informe	Antecedentes	Advertencias anteriores por parte de Eurocontrol	Institución: Eurocontrol	Destinador: Eurocontrol	Hacer saber	Acto ejercitativo: advertir	Se describen las alertas que emitió Eurocontrol como antecedentes al informe emitido por el Ministerio de Fomento
Cuerpo 5	Así, se recuerda ... aérea>>	Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Recomendaciones para un uso adecuado del canal de emergencia	Institución: Ministerio de Fomento	Destinador: Ministerio de Fomento	Hacer saber	Acto ejercitativo: recomendar	Se resumen las situaciones en las que se debería usar el canal de emergencia, según palabras literales del informe
Cuerpo 6	La aeronave ... 22 años	Antecedentes Interpretación implícita: intencionalidad	Procedencia, número de pasajeros y persona que realizó la maniobra de aterrizaje del avión que aterrizó sin autorización en el El Altet	Individuos: tripulación de un avión	Sujeto: tripulación de un avión	Querer hacer	Acto judicial: caracterizar	La noticia concluye con información sobre la Procedencia, número de pasajeros y persona que realizó la maniobra de aterrizaje del avión que aterrizó sin autorización en el El Atlet. Intencionalidad por parte del medio al revelar la edad del "inscrito como copiloto" que realizó la maniobra
Destacado	La Eurocopa en vuelo La agencia detectó que la frecuencia 121,5MHz era utilizada por la tripulación para comentar los partidos del torneo continental	Antecedentes	Advertencia de Eurocontrol del uso del canal de emergencia para hablar de fútbol	Institución: Eurocontrol	Destinador: Ministerio de Fomento	Hacer saber	Acto ejercitativo: advertir	Aparece como destacado la advertencia de Eurocontrol sobre el uso que se dio durante la Eurocopa 2012 del canal de emergencia para hablar de fútbol
Fotografía y pie de fotografía	Pie de foto: el informe de Fomento recuerda que el canal debe utilizarse sólo para <<asuntos de emergencia>> Descripción de la foto: en la imagen aparecen piloto y copiloto dentro de la cabina de un avión. Uno de ellos parece comunicarse por radio	Explicación (información complementaria)	El informe del Ministerio de Fomento recuerda que el canal de emergencia debe usarse sólo para asuntos de emergencia	Institución: Ministerio de Fomento	Destinador: Ministerio de Fomento	Hacer saber	Acto ejercitativo: recomendar	En el pie de foto se indica el recordatorio del Ministerio de Fomento sobre el uso adecuado del canal de emergencias

Esta es una noticia cargada de advertencias y recomendaciones, visibles en los actos ejercitativos de advertir y recomendar que destacan en la unidad y a través de los cuales los órganos competentes, el Ministerio de Fomento y también Eurocontrol, ejercen su labor de Destinadores y hacen saber: advierten del mal uso del canal de emergencia por parte de los pilotos y hacen recomendaciones para su correcta utilización. A pesar de que la noticia nada tiene que ver con los jóvenes como grupo social y sólo aparece una persona joven a lo largo de toda la unidad, hemos seleccionado esta unidad como ejemplo de la presencia secundaria del sujeto joven en la información y porque resulta notable la forma en la que se menciona la edad del joven como elemento de su inexperiencia y poca propiedad para su trabajo. En la noticia se describe el incidente ocurrido en el aeropuerto de El Altet como ejemplo de mal uso por parte de los pilotos del canal de emergencia que se usa para fines distintos a los que está destinado y, que, por tanto, se presentan como Opositores. En el caso mencionado, la torre de control no pudo comunicarse a través del canal de emergencia con los pilotos y finalmente, aterrizaron sin autorización, algo de lo que se da cuenta a través de la mención de los antecedentes y la presencia de información complementaria en el texto. La noticia finaliza de la siguiente forma: “la maniobra la realizaba el inscrito como copiloto, de 22 años “. Es curioso que como dato relevante para comprender lo ocurrido se nos indique la edad, de lo que se infiere que ser joven, según *ABC*, puede ser un factor influyente a la hora de hacer el mal uso del canal de emergencia del que alerta el Ministerio de Fomento en la noticia, por lo que advertimos una intencionalidad por parte del diario en dicha parte de la noticia (cuerpo 6).

Unidad 9

Diario: La Repubblica

Fecha: 02-03-2013

Sección: Sociedad

Página: 25

Ubicación en los anexos: pag. 562

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Tre milioni senza lavoro, il 39% dei giovani/ Tres millones sin trabajo, el 39% de los jóvenes	Explicación (información complementaria)	Tres millones de personas sin trabajo en Italia. El 39% de los jóvenes está en esta situación	Individuos: población italiana y jóvenes italianos en situación de desempleo	Destinador: autor de la noticia Objeto: población italiana y jóvenes italianos en situación de desempleo	Poder ser/estar Hacer saber	Acto judicial: calcular	De entre los tres millones de parados, el medio destaca la situación de los jóvenes con un 39% de desempleo juvenil
Subtítulo	Pil ridotto del 2,4% del 2012, giù la Borsa. E la pressione fiscale sale al 44 per cento/ PIB reducido al 2,4%, la Bolsa a la baja. Y la presión fiscal se eleva al 44 por ciento	Información previa Explicación (información complementaria)	El PIB se reduce al 2,4%, baja la Bolsa y la presión fiscal se sitúa en el 44%	Otra clase de actor	Objeto: indicadores económicos	Hacer saber	Acto judicial: calcular	Se añaden en el subtítulo otros indicadores económicos que son los actores de este apartado
Cuerpo 1	C' e un número ... Sono isoli	Información previa Explicación (información Complementaria) Consecuencias: reacciones	Datos del Istat sobre el desempleo, el desempleo juvenil, empleos precarios. Sólo peor España. Reacciones del presidente de la Confederación General de la industria italiana y sindicatos	Institucional: Istat Sociales: Confederación General de la industria italiana y sindicatos	Destinadores: Istat, Confederación General de la industria italiana y sindicatos	Hacer saber	Acto judicial: diagnosticar	De todos los datos difundidos por el Istat (Instituto nacional de estadística italiano) aparecen en esta primera sección del cuerpo y por tanto, como datos más destacados (siguiendo así la jerarquía marcada por el título), los datos de desempleo. Se hace especial hincapié al desempleo juvenil. A este respecto, entre los países europeos, sólo está en una peor situación que Italia, España.
Cuerpo 2	L'istat dipinge ... dallo scandalo	Información previa	Indicadores económicos difundidos por Istat	Institucional: Istat	Destinador: Istat	Hacer saber	Acto judicial: diagnosticar	La Repubblica introduce los indicadores económicos difundidos por el Istat de forma alarmante: "sus últimas estimaciones se parecen más a un boletín de guerra"

		Intepretación explícita: valoración						
Cuerpo 3	Italia fragilissima ... 1,30 dollari	Información previa Interpretación implícita: intencionalidad	Relación entre la situación económica y el panorama político	Sociales: agencias de rating Individuo: Jim O'Neil	Destinadores: agencias de rating y Jim O'Neil	Hacer saber	Acto expositivo: interpretar	Se da voz a agentes económicos que vinculan, algunos negativamente y otros positivamente, la situación política italiana, por aquel entonces sin gobierno tras las elecciones de finales de febrero, y el contexto económico del país
Cuerpo 4	L'italia e ... al 14,1%	Información previa Explicación (información Complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Desempleo: recorrido de la tasa de desempleo durante el año 2012, perfiles de desempleados y desempleo juvenil	Institucionales: Istat, Unión Europea Individuos: población italiana y jóvenes italianos	Destinadores: Istat, Unión Europea	Hacer saber	Acto judicial: caracterizar	Entre los datos sobre desempleo de este apartado, ocupa un espacio considerable la información relativa al desempleo juvenil
Destacado	Decolla il fabbisogno del Tesoro a febbraio per colpa dei Monti bond/ Despegan los requisitos del Tesoro en febrero por culpa de los Monti bond	Consecuencias: situaciones de hecho	Despegan los requisitos del Tesoro en febrero por culpa de los Monti bond	Otra clase de actor	Destinador: Istat	Hacer saber	Acto expositivo: informar	El medio como destinador implícito. Los indicadores económicos como actores de este apartado
Fotografía 1	Infográfico que refleja la fluctuación de la tasa de desempleo de enero de 2012 a enero de 2013	Explicación (Estructuración de datos)	Curva de la tasa de desempleo entre enero de 2012 y enero de 2013	Otra clase de actor	Destinador: Istat	Hacer saber	Acto judicial: calcular	Se refleja una curva al alza de la tasa de desempleo a lo largo del año. El indicador económico será el actor de este apartado
Fotografía 2	Infográfico en el que se aprecia el desempleo juvenil por género y regiones	Explicación (Estructuración de datos)	Desempleo juvenil por géneros y regiones	Individuos: jóvenes desempleados	Destinador: Istat Objeto: jóvenes desempleados	Poder ser/estar Hacer saber	Acto judicial: calcular	Refuerza la información del texto en la que se expone que los jóvenes son un colectivo especialmente sensible en materia de desempleo. Los jóvenes como objeto del estudio
Fotografía 3	Infográfico que muestra los valores absolutos de enero de 2013 y la variación respecto al mismo mes del año pasado de trabajadores, desempleados e inactivos en edad laboral	Explicación (Estructuración de datos)	Datos de enero de 2013 y la variación respecto al mismo mes del año pasado de trabajadores, desempleados e inactivos en edad laboral	Individuos: población italiana	Destinador: Istat Objeto trabajadores, desempleados e inactivos en edad laboral	Poder ser/estar Hacer saber	Acto judicial: calcular	En este caso es la población en su conjunto el objeto del análisis

Esta noticia publicada por [La Repubblica](#) se percibe como un diagnóstico de la situación económica del país, sobre todo, en materia de desempleo. Despuntan los actos judicativos a través de calcular y diagnosticar. A pesar de que no se centra exclusivamente en la tasa de paro e incluye otros indicadores económicos, la mayor parte del cuerpo de la noticia trata sobre la tasa de desempleo como uno de los datos más relevantes y preocupantes que difunde el Istat (Instituto Nacional de Estadística italiano). Cuando se trata el desempleo, se hace especial hincapié en la situación de los jóvenes: en el título mismo, al principio del cuerpo y al final de la noticia (cuerpo 4). Uno de los tres infográficos está dedicado también al paro juvenil donde se exponen porcentajes de personas desocupadas por género y región. La unidad deja claro que los jóvenes son un colectivo especialmente sensible con unas tasas de desempleo sólo superadas, entre los países de la UE, por España.

El rol de Destinator es casi enteramente copado por el Istat como institución que publica el informe y quien hace saber los datos de la ocupación en Italia. Los jóvenes aquí quedan relegados al rol de Objeto sobre el que se hace saber. En cuanto a las categorías superestructurales la presencia de información complementaria es notable, también de estructuración de los datos a través de los 3 infográficos que se incluyen en la información. También es visible la intencionalidad del medio al introducir, por un lado, de forma alarmante los indicadores económicos difundidos por el Istat (cuerpo 2) y al incluir las declaraciones de expertos que vinculan, algunos negativamente y otros positivamente, la situación política italiana, por aquel entonces sin gobierno tras las elecciones de finales de febrero, y el contexto económico del país (cuerpo 3).

Unidad 10

Diario: La Repubblica

Fecha: 04-03-2013

Sección: Portada

Página: 25

Ubicación en los anexos: pag.563

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Nell'hotel dei grillini "Il verbo è Casaleggio"/ En el hotel de los grillini "El verbo es Casaleggio"	Información previa Interpretación explícita: valoración	En el hotel de los "grillini" quién manda es Casaleggio	Institucional: partidos políticos Individuo: miembro de un partido político (Casaleggio)	Destinador: Casaleggio-destinatario: cargos electos del Movimiento 5 Estrellas	Deber hacer	Acto judicial: establecer	A través de la expresión <<el verbo es>> el medio sugiere explícitamente que en el hotel de los grillini, el hotel de concentración donde se reúnen los cargos electos del Movimiento 5 Estrellas, el que manda es Casaleggio, co-fundador del Movimiento
Cuerpo	La CARICA dei grillini conquista Roma in una magnifica domenica di sole. Sono armati de iPad, Smartphone, discutono di Facebook e Google +. Alcuni sorridono (gli uomini), altri hanno il broncio./ Los cargos de los grillini conquistan Roma en un magnifico domingo de sol. Estan armados de iPad, smartphone, discuten sobre Facebook y Google+. Algunos sonríen (los hombres), otros fruncen el ceño (las mujeres).	Información previa Explicación (información Complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Los cargos de los "grillini" llegan a Roma	Institucional: partidos políticos	Sujeto: cargos electos del Movimiento 5 Estrellas	Querer hacer	Acto judicial: caracterizar	Información claramente intencional: los cargos electos del movimiento <<conquistan>> Roma. Se caracteriza por género la actitud de los políticos del Movimiento.

Por primera vez en lo que llevamos de análisis, los jóvenes encarnan una figura institucional, son miembros de un partido político y cargos electos que han obtenido representación en la Cámara de los Diputados. También son Sujetos que llevan a cabo una acción dentro de la noticia: han llegado a Roma para formar el grupo parlamentario. Aunque en la propia unidad destacada en portada no se especifica, en las páginas interiores del diario sabemos que una cantidad considerable de los cargos electos del Movimiento a los que se refieren en la noticia son jóvenes. Si bien los cargos electos del Movimiento aparecen como Sujetos de acción en la unidad, en el título también aparecen como Destinatarios de un Destinador que guía su deber hacer. A través de la expresión <<el verbo es>> el medio sugiere explícitamente que en el hotel de los grillini, el hotel de concentración donde se reúnen los cargos electos del Movimiento 5 Estrellas, el que manda es Casaleggio, co-fundador del Movimiento.

Se trata de una unidad que contiene información previa ya conocida por el público: se conoce el Movimiento y sus líderes. La impronta del medio al calificar, establecer y caracterizar (actos judicativos) la llegada a Roma de los cargos del Movimiento es clara. De ahí que la intencionalidad, pero también la valoración explícita por parte del autor se haga patente. Esta noticia destacada en portada por La Repubblica es un claro ejemplo de las crónicas políticas que habitúa a realizar el diario italiano (en la totalidad de la muestra recogida) sobre el Movimiento 5 Stelle. Una breve unidad que contiene elementos valorativos e intencionales, con ingredientes caricaturescos y homogeneizadores de los cargos electos del partido. Del titular llama la atención, por un lado, que refuerza la idea de que todos los miembros del movimiento son en esencia súbditos de su líder, Beppe Grillo con el término “grillini”. Un término, no obstante, muy popular al que recurren muchos otros medios en Italia y en otros países. Por otro lado, es muy llamativa la última frase del titular que categoriza por género los comportamientos de todos los miembros del partido que han “conquistado” (de nuevo en tono burlesco) Roma: “algunos sonrían (los hombres), otros fruncen el ceño (las mujeres)”. Se resalta, de esta forma, la competencia y la actitud positiva de los hombres frente a la actitud infantil y pareciera incompetente de las mujeres ante la tarea de desempeñar sus funciones como diputados/as en una línea claramente prejuiciosa y sexista.

Unidad 11

Diario: Il Corriere della Sera

Fecha: 02-03-2013

Sección: Portada

Página: 6

Ubicación en los anexos: pag.563

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	E i giovani <<lasciano>> il Pd: solo il 26% dei voti/Y los jóvenes <<abandonan>> el PD: sólo el 26% de los votos	Información previa Explicación (información Complementaria)	Los jóvenes dejan de votar al PD. Sólo el 26% de los jóvenes les vota.	Individuos: población joven	Sujeto:población joven	Querer hacer Hacer saber	Acto judicial: determinar	Los jóvenes como sujetos de acción: los jóvenes dejan de votar al Partido Demócrata. El medio lo destaca como resultado principal del estudio
Cuerpo 1	Il centrosinistra ... disoccupati	Información previa Explicación (información Complementaria)	Un estudio elaborado por el Instituto de Investigación Tecné muestra la fractura generacional y de clases surgida de las elecciones: los empleados y los pensionistas se decantan por partidos clásicos, mientras que los desempleados y los jóvenes por el Movimiento 5 Estrellas	Social: Instituto de Investigación Tecné	Destinador: Instituto de Investigación Tecné	Hacer saber	Acto judicial: caracterizar	Según recoge el estudio el Movimiento 5 Estrellas tiene un fuerte éxito entre el electorado más joven
Cuerpo 2	Secondo Carlo Buttaroni ... si basabano	Antecedentes	Los sondeos previos a las elecciones no pudieron vaticinar estos resultados debido a que se basaban en instrumentos viejos	Individuo: director Instituto de Investigación Tecné	Destinador: director Instituto de Investigación Tecné	Hacer saber	Acto comportati vo: criticar	El director del centro que lleva a cabo el estudio indica que las encuestas y sondeos previos no pudieron vaticinar este tipo de resultados. Se entiende, por tanto, que o bien no se ha logrado o no se ha tenido intención de cruzar las variables de edad y clase social para elaborar el perfil de electores de cada partido antes de las elecciones
Cuerpo 3	Può comunque ... degli elettori	Información previa Explicación (información Complementaria)	Perfil del votante del PD. Pierde adeptos entre los jóvenes y estudiantes frente al Movimiento 5 Estrellas	Social: Instituto de Investigación Tecné	Destinador: Instituto de Investigación Tecné	Hacer saber	Acto judicial: caracterizar	El medio subraya la pérdida de votos del PD entre el electorado joven

				Institucional: partido político				
				Individuos: población italiana y población joven				
Cuerpo 4	Chi invece ... degli elettori	Información previa Explicación (información Complementaria)	Perfil del votante de centroderecha: mayores adeptos a medida que aumenta la edad de los electores	Institucional: partido político Individuos: población italiana y población joven	Destinador: Instituto de Investigación Tecné	Hacer saber	Acto judicial: caracterizar	Se vincula a la centro derecha con electores de edad avanzada
Destacado	38 per cento La quota di giovani al di sotto del trent'anni che ha votato per il Movimento 5 Stelle. Il Partito democratico si ferma 12 punti percentuali più sotto: e tra gli studenti i consensi precipitano addirittura al 22,1 per cento/La proporción de jóvenes menores de treinta años que votaron por los Movimiento 5 Estrellas. El Partido Democrático se detiene 12 puntos porcentuales por debajo, y el consenso entre los estudiantes cae incluso al 22,1 por ciento	Información previa Explicación (información Complementaria)	Las preferencias electorales de los jóvenes y estudiantes	Institucional: partido político Individuos: población joven	Sujetos: población joven	Querer hacer	Acto judicial: calcular	En el destacado al igual que en el título se vuelve a abordar las preferencias del electorado joven

Esta noticia del diario italiano *Il Corriere della Sera* destaca como resultados más relevantes de un estudio sobre el perfil de los electores de los partidos, la preferencia de los jóvenes por uno u otro partido. Lo hace en el título, en el destacado y también a lo largo del cuerpo de la noticia. El diario subraya, de esa forma, la importancia que puede tener el colectivo en las elecciones frente a otros grupos que también se mencionan en la noticia, como los trabajadores, desempleados o pensionistas. Aunque la población joven es tanto en el título como en el destacado el sujeto en su acción de votar o no al Partido Democrático italiano, predomina la figura de Destinator que cumple el Instituto de Investigación Tecné que elabora el estudio sobre la intención de voto de los jóvenes italianos. Al igual que en el caso de unidades anteriores (véase unidades 2 y 4), de nuevo, conocemos las prioridades de los jóvenes a través de un estudio, por tanto, no de forma directa y recogida por el diario. Los jóvenes son una vez más objetos de análisis por parte de otros, en este caso, un centro de investigación. Se advierte interpretación implícita por parte del medio a la hora de exponer los resultados del estudio siempre a través de actos judicativos por los cuales se emite un juicio sobre los resultados del estudio, información complementaria, algunos antecedentes (cuerpo 2) e información previa, las informaciones que se presentan como las tendencias ideológicas de los partidos políticos son ya conocidas con anterioridad.

Unidad 12

Diario: Il Corriere della Sera

Fecha: 02-03-2013

Sección: Economía

Página: 47

Ubicación en los anexos: pag. 564

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Antetítulo	Più del 50% dei giovani accetterebbe un impiego slegato dal titolo di studio/ Más del 50% de los jóvenes aceptaría un empleo que no tuviera relación con el título de sus estudios	Explicación (información Complementaria)	Más del 50% de los jóvenes aceptaría un empleo que no tuviera relación con el título de sus estudios	Individuos: jóvenes	Sujetos: individuos jóvenes Destinador: autor de la noticia	Poder hacer Hacer saber	Acto judicial: calcular	El medio destaca en el antetítulo que más de un 50% de los jóvenes aceptaría un empleo que no tuviera relación con el título de sus estudios.
Título	Se tra laurea e lavoro non sboccia l'amore/ Si entre los estudios y el trabajo no florece el amor	Interpretación implícita: intencionalidad	Cuando no hay relación entre los estudios y el trabajo	Individuo: periodista autora de la noticia	Destinador: periodista autora de la noticia	Hacer saber	Acto judicial: caracterizar	El título pone en situación a los lectores a través de la metáfora: "florece el amor", para tratar la relación entre los estudios y el trabajo
Cuerpo 1	La tesi di laurea ... di L'Oreal	Explicación (información Complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	La tesis de graduación no está relacionada con el mundo laboral, donde se prioriza la experiencia de prácticas y el recorrido formativo, según graduados universitarios y algunas empresas como L'Oreal	Individuos: jóvenes graduados Social: empresa (L'Oreal)	Destinador: graduados y la empresa L'Oreal	Hacer saber	Acto compromisorio: estar de acuerdo	El cuerpo de la noticia nos introduce el fenómeno que el medio expone más como un problema, algo anormal, que de forma neutra: los graduados y las empresas están de acuerdo en que la tesis de graduación y el plan de estudios están desligadas del mundo laboral
Cuerpo 2	La situazione ... a favore"	Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	En los estudios técnicos la tesis está más vinculada a la empresa	Social: empresa Bosh	Destinador: empresa Bosh	Hacer saber	Acto ejercitativo: afirmar	Otro experto añade una excepción: en los estudios técnicos no pasa lo mismo
Cuerpo 3	Come ... i magistrali	Información previa Explicación (información complementaria)	El grado de satisfacción de los jóvenes entre la trayectoria formativa y el mercado de trabajo demuestra que no perciben la coherencia entre ambos	Institucional: Universidad Individuos: jóvenes graduados	Destinadores: Consorcio interuniversitario Cineca y jóvenes graduados	Hacer saber	Acto expositivo: afirmar	A través de un estudio de un consorcio interuniversitario se da a conocer el grado de satisfacción de los jóvenes entre la trayectoria formativa y el mercado de trabajo

Cuerpo 4	Ed emerge ... del lavoro	Información previa Explicación (información complementaria)	Se hace un cálculo de las opiniones de los jóvenes sobre las particularidades en la relación entre los estudios y el mercado de trabajo: futuro incierto, los estudios no bastan para obtener un trabajo, falta un puente de comunicación entre ambos mundos y los jóvenes están dispuestos a aceptar un trabajo que no tenga relación con sus estudios	Social: empresa Individuos: jóvenes graduados Institucional: Universidad	Destinadores: Gruppo Sanpellegrino y Tesionline y jóvenes graduados y Consorcio interuniversitario Cineca	Hacer saber	Acto judicial: calcular	De nuevo se presentan las opiniones de los jóvenes respecto a la relación entre los estudios y el mercado de trabajo a través de las indagaciones de dos estudios: el estudio Stella mencionado con anterioridad por parte de una confederación interuniversitaria y el grupo Sanpellegrino y Tesionline, dos empresas
Cuerpo 5	Anche si ... loro interesse"	Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Los expertos recomiendan que los jóvenes universitarios comiencen pronto a confrontarse con las profesiones de su interés	Individuos: Francesco Saita y jóvenes universitarios	Destinador: Francesco Saita Destinatario: jóvenes universitarios	Hacer saber	Acto ejercitativo: recomendar	A través de la voz de un experto se procede a recomendar a los jóvenes universitarios que deben hacer
Destacado	Il consiglio Gli esperti ai giovani: chiaritevi le idee sulla strada da intraprendere fin dai primi anni di università/ El consejo: Los expertos a los jóvenes: Aclarar ideas sobre el camino a seguir desde los primeros años de la universidad	Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Los expertos recomiendan a los jóvenes aclarar las ideas desde los primeros años de universidad	Individuos: expertos y jóvenes universitarios	Destinador: expertos Destinatario: jóvenes universitarios	Hacer saber	Acto ejercitativo: recomendar	En el destacado de la noticia se destaca la recomendación de los expertos a los jóvenes universitarios

Nos encontramos ante una noticia que al igual que otras unidades anteriores recoge las opiniones de los jóvenes sobre un asunto de su incumbencia, el tipo de relación existente entre la titulación obtenida y el trabajo desempeñado. Como en otras unidades, no es el medio el que recaba las apreciaciones de los jóvenes, sino que difunde los resultados de una investigación donde los jóvenes son el objeto de estudio. En esta noticia, en concreto, se mencionan dos estudios y hasta tres expertos diferentes que aportan sus reflexiones sobre el tema tratado, calculan y caracterizan (acto judicativo), se muestran de acuerdo (acto compromisorio) y afirman (acto expositivo) y así cumplen el rol de Destinatores de la noticia que hacen saber sobre la relación entre la formación y la ocupación, también junto con el autor de la noticia que cumple esta función en el antetítulo y en el título. Los jóvenes sólo aparecen como sujetos en el antetítulo y en dos ocasiones como Destinatores a lo largo del cuerpo (cuerpo 3 y 4), actantes que hacen saber su opinión sobre el tema. Incluso los jóvenes pasan a ser hacia el final de la noticia manifiestamente los destinatarios, a quienes va dirigida la información, por parte de un experto que cumpliendo el rol de Destinador proporciona recomendaciones a los jóvenes universitarios (acto ejercitativo) y, por tanto, ejerce su influencia. La unidad contiene las categorías superestructurales de información complementaria e interpretación implícita del medio prácticamente en todas las partes del texto, desde el título donde se emplea la metáfora “florece el amor” para caracterizar la relación entre el título universitario y la ocupación, al introducir el fenómeno que el medio expone más como un problema, algo anormal, que de forma neutra (cuerpo 1) o mediante las recomendaciones de los expertos (cuerpo 5 y destacado).

Unidad 13

Diario: As Sabah (Marruecos)

Fecha: 02-03-2013

Sección: Sucesos

Página: 12

Ubicación en los anexos: pag. 564

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Comparecencia ante el tribunal del autor acusado de asesinar a una criada en Mequínez	Antecedentes Explicación (información complementaria)	Comparece ante el tribunal una persona acusada de matar a una empleada doméstica en Mequínez	Individuo: hombre acusado de homicidio	Sujeto: hombre acusado de homicidio	Deber hacer	Acto expositivo: testificar	El supuesto autor del homicidio de una asistenta doméstica ha de comparecer ante el tribunal
Subtítulo	Por falta de la comparecencia de la defensa y de los testigos se procedió a aplazar el caso para el próximo mes de mayo	Consecuencias (situación de hecho) Explicación (información complementaria)	El caso se aplaza para mayo por la falta de comparecencia de la defensa y los testigos	Individuos: defensa del acusado y testigos del homicidio	Sujetos: defensa del acusado y testigos del homicidio	No poder hacer	Acto judicial: aplazar	Aunque no sabemos los motivos por los cuales no han comparecido la defensa y los testigos, sabemos que el caso no avanza, por tanto, no se puede hacer (el desarrollo del caso)
Cuerpo 1	El lunes pasado ... hasta la próxima audiencia	Antecedentes Explicación (información complementaria)	El veredicto se aplaza por falta de la comparecencia de la defensa del acusado y de los testigos y por la ausencia del informe de la autopsia	Institucional: Sala Penal del Tribunal de Apelación de Mequínez	Sujeto: Sala Penal del Tribunal de Apelación de Mequínez	Deber hacer	Acto judicial: aplazar	El tribunal debe aplazar el veredicto por ambos motivos
Cuerpo 2	Los sucesos de ese caso ... se le efectuó la autopsia	Antecedentes Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Se relata cómo sucedió el homicidio	Individuos: hombre acusado de homicidio y víctima del homicidio	Sujeto: hombre acusado de homicidio Objeto: matar a la víctima	Querer hacer	Acto judicial: caracterizar	Se describe el suceso. Se aprecia intencionalidad por parte del medio en la descripción del perfil de acusado y en la presentación de la dueña de la casa, "viuda de un judío". Se indica directamente que "el acusado procedió a darle una puñalada" aunque no hay condena en firme
Cuerpo 3	Según fuentes ... abandonar la casa	Antecedentes Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Se especula sobre el modus operandi según fuentes del diario	Individuos: hombre acusado de homicidio, víctima del homicidio y dueña de la casa	Sujeto: hombre acusado de homicidio Objeto: matar a la víctima	Querer hacer	Acto judicial: caracterizar	La única referencia que se hace del acusado frente al hecho noticioso es que "se puso a llorar durante la representación del crimen". El diario vuelve a dirigirse a la dueña de la casa como viuda de un judío.

Esta noticia narra el homicidio del que sido acusado un joven en la ciudad de Mequínez, al norte de Marruecos, cuyo suceso es caracterizado por el diario. Por tanto, es una noticia de sucesos, el nombre de la sección así lo indica también, en la cual un joven está relacionado con un acto delictivo grave. En relación al joven que aparece en la unidad, el joven acusado cumple el rol actancial de Sujeto que quiere llevar a cabo una acción, la de asesinar a la víctima. De hecho, el joven es acusado de homicidio con intencionalidad y al final de la noticia se indica que ejecutó “el plan que había preparado”. Por lo que se entiende que no fue un acto improvisado, sino que el acusado tenía intención de cometer el delito. Las categorías superestructurales de antecedentes, información complementaria y la introducción de consecuencias permiten hacerse una idea de lo ocurrido. La intencionalidad del medio se refleja al principio del cuerpo de la noticia cuando se menciona su edad, el estado civil y su condición de desempleado como elementos importantes en la descripción del perfil de la persona que ha cometido el delito. Esta caracterización personal del sujeto joven cuando este está relacionado con algún tipo de hecho noticiable que implique un desorden social, es resaltada por Suarez Villegas (2011), como recogíamos en el capítulo anterior, quien considera que se tiende a identificar rápidamente al sujeto joven y a resaltar aspectos de la vida privada que no guardan relación con los hechos. En esta noticia, en concreto, no se respeta, además, la presunción de inocencia puesto que el diario afirma que “el acusado procedió a darle una puñalada” a la víctima, sin mencionar en ningún momento la posibilidad de su inocencia a pesar de que todavía no hay un veredicto en firme sobre su culpabilidad. Tampoco aparece en ningún momento referencia alguna a la versión del acusado, del que sólo se indica que lloró en el juicio. Por otra parte, llama la atención como el diario para referirse a la propietaria de la casa, manifiesta su condición de viuda, primero y de judía, después.

Unidad 14

Diario: As Sabah (Marruecos)

Fecha: 26-03-2013

Sección: Portada

Página: 1

Ubicación en los anexos: pag. 566

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Encierre, violación y “alquiler” de chicas en Marrakech	Explicación (información complementaria)	Chicas secuestradas y violadas en Marrakech	Individuos: chicas	Objeto: chicas.	Querer hacer	Acto judicial: determinar	Las chicas son el objeto de las acciones de otros sujetos implícitos en esta sección, secuestradores y violadores
Subtítulo 1	Entre ellas estudiantes universitarias ofrecidas por sus reclutados a cambio de 50 dirhams para violarlas y un taxista fue involucrado	Explicación (información complementaria)	Algunas estudiantes universitarias que eran violadas por 50 dirhams. Un taxista está involucrado	Individuos: secuestradores, estudiantes universitarias y un taxista	Sujeto: secuestradores y taxista Objeto: estudiantes universitarias. Son el objeto de las acciones de otros sujetos	Querer hacer	Acto judicial: caracterizar	Los secuestradores y el taxista involucrado secuestran a las chicas, entre ellas estudiantes universitarias, y las ofrecen por 50 dirhams a sus violadores
Cuerpo 1	Los miembros ... a las chicas	Antecedentes Explicación (información complementaria)	Detención de la red delictiva	Institucional: policía judicial Social: red de delincuentes	Sujetos: policía judicial de Marrakech Objeto: red de delincuentes	Querer hacer	Acto ejercitativo : detener	La policía logra detener a la red de delincuentes
Cuerpo 2	Los miembros de la red ... el taxi de un amigo suyo	Antecedentes Explicación (información complementaria)	Descripción del modus operandi de la red	Social: red de delincuentes Individuos: chicas víctimas del secuestro y violación	Sujeto: red de delincuentes Objeto: chicas víctimas del secuestro y violación	Querer hacer	Acto judicial: caracterizar	Se relata como solía proceder la red de delictiva
Cuerpo 3	Una de las víctimas ... del escándalo	Antecedentes Explicación (información complementaria)	Una de las víctimas cuenta su vivencia	Individuos: dos chicas jóvenes víctimas de la red Social: red de delincuentes	Destinador: una de las chicas víctima de la red	Hacer saber	Acto expositivo: testificar	Una de las víctimas cuenta al diario su experiencia. Violación motivo de escándalo para la víctima: temía que mi caso fuera un motivo para dividir nuestra familia

De nuevo, otra noticia que está relacionada con actos delictivos, pero, en este caso, los sujetos jóvenes actúan como verdugos, pero también como víctimas. En esta noticia, las jóvenes, mujeres, son las víctimas de una red de delincuentes que se dedica a secuestrar y violar a chicas, entre ellas, jóvenes universitarias, que son el Objeto de las acciones de otros, la red de delincuentes que actúan como Sujetos. Pero los jóvenes, hombres, son también los verdugos de la trama. En el cuerpo de la noticia se califica como joven al chico que las engatusó para subir al taxi y también son jóvenes, los otros dos chicos que subieron al vehículo con la intención de violar a las dos chicas. Por tanto, los jóvenes son aquí Sujetos, por un lado, miembros de la red de delincuentes, y Objeto, las mujeres que fueron violadas y secuestradas, por tanto, víctimas y verdugos. También cumple el rol de Sujeto la policía judicial de Marrakech que detiene (acto ejercitativo) a la red de delincuentes (cuerpo 1). El medio recoge, además, el testimonio directo de una de las víctimas por lo que la joven cumple el rol de Destinadora de los hechos (cuerpo 3), quien hace saber y testifica (acto expositivo). Y en este mismo testimonio se pone de manifiesto una percepción compartida, nos da a entender el diario, al menos por parte de la sociedad marroquí. La violación supone un motivo de vergüenza y escándalo que repercute negativamente en la víctima de la violación. Así se indica al principio de la noticia cuando se informa que algunas víctimas no pusieron una denuncia por miedo al escándalo y al final, cuando la joven que relata su testimonio al diario declara explícitamente: “temía que mi caso fuera un motivo para dividir nuestra familia y generar problemas a causa del escándalo.”

Unidad 15

Diario: Al Massae (Marruecos)

Fecha: 15-03-2013

Sección: Sucesos

Página: Portada

Ubicación en los anexos: pag. 567

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Se encuentra el cadáver de una joven desnuda en los alrededores de Jrada	Explicación (información complementaria)	Una joven es hallada muerta en los alrededores de Jrada	Individuo: joven fallecida y persona que encuentra el cadáver	Ayudante: persona que encuentra el cadáver Objeto: joven fallecida	Poder hacer	Acto expositivo: informar	Hay un ayudante implícito que es la persona que encuentra el cadáver
Cuerpo 1	Ayer jueves ... de abandonarla	Explicación (información complementaria)	Un habitante encuentra el cadáver de una joven. Los agentes acuden a la zona. El cuerpo de la víctima está desnudo y presenta golpes, según los testigos	Institucional: Gendarmería Real y Protección Civil Individuos: habitante que encuentra el cadáver y testigos	Sujeto: cuerpos policiales Destinador: habitante que encuentra el cadáver y los testigos	Querer hacer Hacer saber	Acto expositivo: informar y testificar	Los cuerpos policiales, sujeto, acuden a la zona tras ser alertados por la persona que encuentra el cadáver, destinador. Los testigos describen el estado en el que se encuentra el cuerpo, con hematomas.
Cuerpo 2	Tras redactar ... de la muerte	Explicación (información complementaria)	Tras redactar el informe el cuerpo fue trasladado para realizarle la autopsia	Institucional: Gendarmería Real y Protección Civil Individuo: joven fallecida	Sujeto: cuerpos policiales Objeto: joven fallecida	Querer hacer	Acto expositivo: informar	Los cuerpos policiales, sujeto, redactan el informe y trasladan el cuerpo de la víctima para que se le realice la autopsia

Pocas particularidades presenta esta noticia además de suponer otro ejemplo más del tipo de noticias con las que suelen estar, de forma considerable, relacionados los y las jóvenes, con sucesos en los que media la violencia. De nuevo, una joven es víctima de las acciones de otros, por tanto, Objeto, aunque todavía no se sabe quién o quienes pueden ser los culpables. En las dos unidades anteriores analizadas y en ésta también, las víctimas son todas mujeres. En la noticia aparecen como Sujeto el cuerpo policial que tiene como Ayudante a un ciudadano que encuentra el cadáver y que lo pone en conocimiento de la policía y este mismo individuo junto con otros testigos actúan también de Destinadores que describen el estado en el que se encuentra el cuerpo, por tanto, ofrecen su testimonio (acto expositivo testificar). La unidad es muy breve y no se incluye información sobre la víctima (tan sólo la edad) ni se ofrecen hipótesis sobre los posibles responsables de su muerte. No se recoge la versión policial sobre el caso y la noticia se limita simplemente a describir el hallazgo del cadáver y recoger la versión de los testigos a través de los cuales sabemos que el cuerpo de la víctima presenta golpes y hematomas. No se recogen otras categorías superestructurales de la noticia que podrían ampliar la información como el background, a través de la información previa o antecedentes o las consecuencias del hecho noticioso, como las reacciones que provoca su muerte en sus familiares o conocidos o las situaciones de hecho tras la muerte, la apertura de una investigación.

Unidad 16

Diario: Al Massae (Marruecos)

Fecha: 21-03-2013

Sección: Sociedad

Página: 10

Ubicación en los anexos: pag. 568

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Encuentro sobre la participación de la juventud en la gestión de los asuntos locales	Explicación (información complementaria)	Se realiza un encuentro sobre la participación de los jóvenes en la gestión de asuntos locales	Social: Organizaciones sociales Institucional: instituciones locales de Rabat	Sujeto: Organizaciones y asociaciones locales Objeto: participación de la juventud en los asuntos locales	Querer hacer	Acto expositivo: informar	El sujeto, implícito en el título, se reúne para tratar la participación de los jóvenes en la gestión de los asuntos locales
Cuerpo	Todo el cuerpo de la noticia	Explicación (información complementaria)	Varias asociaciones juveniles y actores institucionales intervienen en una conferencia para promover la participación de los jóvenes	Social: Organizaciones sociales Institucional: instituciones locales de Rabat	Sujeto: Organizaciones y asociaciones locales Objeto: participación de la juventud en los asuntos locales	Querer hacer	Acto expositivo: informar	El encuentro tiene como objetivo impulsar la participación de los jóvenes para desempeñar un papel en la sociedad

Los jóvenes son en esta noticia objeto de discusión por parte de organizaciones sociales e instituciones locales de Rabat. Se organiza un encuentro para discutir y promover su participación como ciudadanos que puedan gestionar asuntos locales y fomentar así su labor productiva. Son, por tanto, el motivo del encuentro y al mismo tiempo, puede que sean también Sujetos participantes en la conferencia organizada. No lo conocemos explícitamente pero el hecho de que sea la asociación de juventud la organizadora del evento y que el lema esté escrito en primera persona del plural: “Que participemos en la consolidación de una buena gobernanza local” nos hace intuir que bien la asociación organizadora u otras organizaciones participantes están formadas por jóvenes. Se trataría, por tanto, de un encuentro en el que los jóvenes, aunque puede que no exclusivamente, discuten temas que les atañen.

Unidad 17

Diario: Al Dostur (Egipto)

Fecha: 13-03-2013

Sección: Reportajes y noticias

Página: 2

Ubicación en los anexos: pag. 569

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Los jóvenes de la revolución rechazaron el uso de los templos para la propaganda electoral de los Hermanos Musulmanes	Información previa Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Los jóvenes de la revolución rechazan el uso de los templos para la propaganda electoral de los Hermanos Musulmanes	Social: los jóvenes de la revolución Institucional: partidos políticos (Hermanos Musulmanes)	Sujeto: los jóvenes de la revolución Objeto: el uso de los templos por parte de los Hermanos Musulmanes	Querer hacer	Acto judicial : rechazar	El diario elige priorizar en el título a los jóvenes de la revolución, quienes manifiestan su rechazo al uso propagandístico de los templos, a pesar de que justo después al comienzo de la noticia también se indica que manifiestan también su rechazo el Sindicato Independiente de los Trabajadores de los Templos
Cuerpo 1	La Unión de los ... Hermanos Musulmanes	Información previa Explicación (información complementaria)	La Unión de los Jóvenes de la Revolución y el Sindicato Independiente de los Trabajadores de los Templos rechazan el uso de los templos para la propaganda electoral de los Hermanos Musulmanes ya que los templos se convertirán en parte del conflicto político	Sociales: los jóvenes de la revolución y el Sindicato Independiente de los Trabajadores de los Templos Individuo: Omar El Hadri, miembro de la Unión de los Jóvenes de la revolución Institucional: partidos políticos (Hermanos Musulmanes)	Sujetos: los jóvenes de la revolución y el Sindicato Independiente de los Trabajadores de los Templos Objeto: el uso de los templos por parte de los Hermanos Musulmanes	Querer hacer	Acto judicial : rechazar	Se vuelve a repetir la información del titular y se añade que el Sindicato Independiente de los Trabajadores de los Templos también rechaza que los Hermanos Musulmanes realicen sus mítines en los templos y el motivo del rechazo según un miembro de los Jóvenes de la Revolución: los templos se convertirán en parte del conflicto político
Cuerpo 2	El Hadri hizo un llamamiento ... al servicio de sus miembros	Información previa Explicación (información complementaria)	Omar el Hadri invita al pueblo egipcio a que no permita que los Hermanos Musulmanes se apodere de los templos	Individuos: Omar El Hadri, miembro de la Unión de los Jóvenes de la revolución y pueblo egipcio Institucional: partidos políticos (Hermanos Musulmanes)	Destinador: Omar El Hadri, miembro de la Unión de los Jóvenes de la revolución Destinatario: el pueblo egipcio	Hacer saber	Acto comportativo: invitar	El miembro de la Unión de los Jóvenes como destinador invita a al pueblo egipcio, destinatario de su llamamiento a no permitir que los Hermanos Musulmanes se apoderen de los templos como están haciendo con otras instituciones del estado

Se recoge la posición de un movimiento social compuesto por jóvenes y vinculado a la revolución que tuvo lugar en Egipto en 2011 y por la cual abandonó el poder el hasta entonces presidente Hosni Mubarak. Los jóvenes, como Sujeto, también junto con el Sindicato Independiente de los Trabajadores de los Templos, manifiestan su rechazo, emiten un juicio (acto judicial), ante las actividades de los Hermanos Musulmanes, partido político del gobierno, y este rechazo es recogido por el diario también a través de las palabras de un miembro del movimiento que cumple la función de Destinator al final del cuerpo de la noticia. No sólo rechaza estas actividades, sino que invita (acto comportativo invitar) a todo el pueblo egipcio, a que también lo haga. El diario prioriza como agente noticioso el movimiento juvenil, que incluye en el título, frente al Sindicato de Trabajadores de los Templos, que no se menciona en el título y sólo en el cuerpo de la noticia. Se da cuenta, por tanto, de los jóvenes como actores sociales relevantes y cuyas opiniones políticas merecen ser conocidas. De las categorías superestructurales, existe información previa en la medida que se hace alusión a la revolución en Egipto, acontecimiento ya conocido por el público, información complementaria y también se advierte intencionalidad por parte del medio al elegir priorizar en el título a los jóvenes de la revolución frente al Sindicato Independiente de los Trabajadores de los Templos.

Unidad 18

Diario: Al Dostur (Egipto)

Fecha: 28-03-2013

Sección: Sociedad

Página: 12

Ubicación en los anexos: pag. 570

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Unos 15 jóvenes han atacado a un grupo de funcionarios de tráfico tras acabar su servicio en el barrio de Duqi por interceptar a una chica	Explicación (información complementaria)	Unos jóvenes atacan a un grupo de funcionarios de tráfico por interceptar a una chica	Individuos: jóvenes atacantes Institucional: grupo de funcionarios de tráfico	Sujetos: jóvenes atacantes Objeto: atacar al grupo de funcionarios de tráfico	Querer hacer	Acto judicial: determinar	Los jóvenes atacantes son los sujetos que quieren atacar (y lo hacen) al grupo de funcionarios
Cuerpo 1	Unos jóvenes han atacado .. para declarar	Antecedentes Consecuencias (situaciones de hecho) Explicación (información complementaria)	Unos jóvenes atacan a un grupo de funcionarios de tráfico por interceptar a una chica. Los cuerpos policiales controlan la situación pero los atacantes consiguen escapar. Se abre una investigación	Individuos: jóvenes atacantes Institucionales: grupo de funcionarios de tráfico y cuerpos policiales	Sujetos: cuerpos policiales Objeto: frenar la pelea y detener a los culpables Opositores: jóvenes atacantes	Querer hacer Poder hacer	Acto judicial: caracterizar	Entran en escena en esta sección los cuerpos policiales que actúan de sujetos que controlan la situación y quieren detener a los culpables, los jóvenes atacantes que desempeñan el rol de opositores
Cuerpo 2	Todo empezó ... para detenerlos	Antecedentes Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	Se relata lo sucedido y el motivo de la pelea. Se logra identificar a los cuatro acusados y se prepara su detención	Individuos: jóvenes atacantes Institucionales: grupo de funcionarios de tráfico , cuerpos policiales y delegado del ministro del interior	Sujetos: cuerpos policiales Objeto: frenar la pelea y detener a los culpables Opositores: jóvenes atacantes	Querer hacer Poder hacer	Acto judicial: caracterizar	Se amplían los detalles de lo sucedido y se nombran todas las autoridades que siguen el caso. No se ahonda en el motivo de la pelea

De nuevo los jóvenes vuelven a ser noticia por un acto delictivo. Son Sujetos que dan lugar al hecho noticioso, el ataque a un grupo de funcionarios que son a la vez el Objeto del grupo de jóvenes y los jóvenes actúan también como Opositores, ya en el cuerpo de la noticia, de una figura institucional, los cuerpos policiales, que aquí son Sujetos, quienes ponen orden, consiguen acabar con el incidente y ya planean la detención de algunos culpables. A pesar de la presencia de antecedentes y de información complementaria, estos datos no están encaminados a informar acerca del motivo de la pelea y que hubiera servido para conocer mejor la motivación de estos jóvenes. Tan sólo se menciona que previamente los funcionarios atacados habían interceptado a una chica del mismo barrio que los jóvenes. La chica se presentó con su padre en la Dirección de Tráfico y recibió disculpas en nombre del funcionario. El diario o bien desconoce o no detalla lo ocurrido previamente entre la chica y el funcionario, lo que denota cierta intencionalidad y oficialismo de la información que también se puede apreciar con el nombramiento por nombre, apellido y cargo de todas las autoridades que siguen el caso frente a la escasez de detalles sobre los jóvenes atacantes o su motivación para iniciar la pelea.

Unidad 19

Diario: Al Ahram (Egipto)

Fecha: 01-03-2013

Sección: Economía

Página: 45

Ubicación en los anexos: pag. 571

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	"Empieza a diseñar tu futuro"...programa ocupacional para los jóvenes	Explicación (información complementaria)	Programa ocupacional para jóvenes	Social: Fundación Al-Korra para el Desarrollo Sostenible Individuos: jóvenes egipcios	Sujeto: Fundación Al-Korra para el Desarrollo Sostenible Objeto: creación de un programa de fomento de empleo para jóvenes	Querer hacer	Acto ejercitativo : presentar	Se presenta un programa ocupacional dirigido a jóvenes creado por una fundación
Cuerpo 1	"Empieza a ... de los jóvenes"	Información previa Explicación (información complementaria)	Programa dirigido a los jóvenes que pretende fomentar el ingreso de los jóvenes al mundo laboral e impulsar el desarrollo económico y social	Social: Fundación Al-Korra para el Desarrollo Sostenible Individuos: jóvenes egipcios	Sujeto: Fundación Al-Korra para el Desarrollo Sostenible Objeto: creación de un programa de fomento de empleo para jóvenes	Querer hacer	Acto ejercitativo : anunciar	Se amplían los objetivos del programa
Cuerpo 1	En este marco ... planificación integral	Explicación (información complementaria)	La experiencia de la Fundación en el ámbito del desarrollo económico y social sostenible	Social: Manal El Jamil, directora general de la Fundación	Destinadora: Manal El Jamil, directora general de la Fundación	Hacer saber	Acto expositivo: afirmar	La directora de la organización pone de manifiesto la experiencia de la Fundación como propulsora del desarrollo social y económico sostenible en sus actividades para los jóvenes
Cuerpo 2	Añadió que ... jóvenes egipcios	Explicación (información complementaria)	Se presentan los recursos y las principales líneas de actuación del programa	Social: Fundación Al-Korra para el Desarrollo Sostenible Individuos: jóvenes egipcios	Sujeto: Fundación Al-Korra para el Desarrollo Sostenible Objeto: programa de fomento de empleo para jóvenes	Querer hacer	Acto judicativo: caracterizar	Se detallan los recursos que pone a disposición de los jóvenes la Fundación y sus principales líneas de actuación
Fotografía	Descripción de la fotografía: en la fotografía se aprecia a un hombre hablando delante de un público joven	Explicación (información complementaria)	Un hombre habla delante de un público joven	Social: Fundación Al-Korra para el Desarrollo Sostenible Individuos: jóvenes egipcios	Destinador: miembro de la Fundación Destinatario: público joven	Querer ser/estar	Acto expositivo: informar	Podemos intuir que la fotografía retrata una de las actividades con jóvenes que incluye el programa

Esta noticia presenta un programa que ha llevado a cabo un actor social, la Fundación Al-Korra para el Desarrollo Sostenible, con el objetivo de fomentar el empleo entre los jóvenes egipcios. Tanto la función de Sujeto como la de Destinador, a nivel individual a través de la directora de la Fundación, la cumple la propia Fundación dentro de la noticia y los jóvenes son en la noticia como para el programa, el Objeto y objetivo de las acciones de otros. En este caso, una organización social. No tenemos constancia de la acogida del programa por parte de los propios jóvenes. Es la propia fundación la que expone, ejerce y juzga (actos de habla expositivos, ejercitativos y judicativos) la iniciativa. Por tanto, la noticia se presenta como una acción para los jóvenes pero en la que su presencia se limita exclusivamente a la fotografía y no en calidad de Sujeto sino en calidad de Destinario como público asistente a una charla o conferencia que imparte un otro adulto.

Unidad 20

Diario: Al Ahram (Egipto)

Fecha: 25-03-2013

Sección: Sociedad

Página: 9

Ubicación en los anexos: pag. 572

Distribución (estructura) de la unidad	Texto de la unidad	Superestructura	Macroestructura	Actores de la noticia	Actores narrativos	Modalidad	Actos de habla	Comentarios
Título	Una campaña para limpiar tres Barrios de Ghardaka con la participación de 600 jóvenes	Información previa Explicación (información complementaria)	En una campaña para limpiar tres barrios de Ghardaka participaron 600 jóvenes	Individuos: jóvenes	Sujeto implícito: Dirección General de Medio Ambiente Ayudantes: jóvenes	Querer hacer	Acto expositivo: anunciar	Se anuncia una campaña organizada por un sujeto implícito en el título, la Dirección General de Medio Ambiente, donde los jóvenes cumplen el rol de ayudantes que limpian tres barrios de Ghardaka
Cuerpo	La Dirección General de Medio Ambiente ... 600 jóvenes	Información previa Explicación (información complementaria) Interpretación implícita: intencionalidad	La Dirección General de Medio Ambiente organiza una campaña de limpieza con la intención de involucrar a los jóvenes e incentivar el turismo	Institucional: Dirección General de Medio Ambiente y otras delegaciones Individuos: miembro de partido político y jóvenes Sociales: organizaciones sociales	Sujeto: Dirección General de Medio Ambiente Ayudantes: jóvenes, miembro del partido político, otras delegaciones institucionales y organizaciones sociales	Querer hacer	Acto expositivo: informar	En el cuerpo de la noticia el sujeto es manifiesto, la institución organizadora de la campaña y los jóvenes como otros actores institucionales y sociales cumplen el rol de ayudantes. Se percibe intencionalidad por parte del medio al distinguir como participante de la campaña y "en primera fila" a un miembro de un partido político

Esta breve noticia presenta, en una clara línea positivista, una campaña organizada por una institución gubernamental que tiene como objetivo involucrar a los jóvenes egipcios en la limpieza y cuidado de los barrios con el fin de trasladar una imagen positiva a los turistas extranjeros. El título resalta la labor de los jóvenes como Ayudantes que participan en la campaña, pero en el cuerpo adquiere más relevancia la figura institucional que organiza la actividad y los jóvenes se entremezclan con otros actores institucionales y sociales, como seguidores de la iniciativa, de nuevo en el rol de Ayudantes. No se recogen otras categorías superestructurales de la noticia que concedan más elementos al lector para conocer la campaña, además de la información previa (por el nombramiento de instituciones ya conocidas por los lectores), la información complementaria o la intencionalidad que se aprecia al final de la noticia al distinguir, en una unidad tan sumamente breve, como participante de la campaña y “en primera fila” a un miembro de un partido político. No conocemos los antecedentes, si ya habido campañas anteriores, o las consecuencias de la campaña, las reacciones o acciones provocadas por la iniciativa.

Como hemos podido apreciar, algunos de los elementos presentes que caracterizan el tratamiento de las unidades de nuestro análisis ya han sido mencionados por otros autores y estudios previos recogidos en el apartado 5.2 del capítulo anterior. Así, podemos apreciar similitudes entre las dos unidades de análisis que publican los dos diarios catalanes y que abordan la huelga de estudiantes universitarios (unidades 1 y 3) y la cobertura realizada respecto plan Bologna que estudian Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez (2013) que concluyen que la presencia de los jóvenes en estas informaciones que les atañen directamente o bien es circunstancial, o bien se generalizan y no se recogen sus opiniones. Esto último sucede en las dos unidades que analizamos en nuestra investigación, pero no exclusivamente. Este fenómeno también se aprecia en nuestro análisis cuando se informa sobre sus hábitos de vida (unidades 2 y 4), cuando se habla sobre la ocupación de los jóvenes (unidades 5, 9 y 12), sus contextos de ocio (unidad 7) o sobre su participación social (unidad 20), tampoco en estos casos se recogen sus puntos de vista de forma directa y, solo en algunos casos, mediada a través de la publicación de informes (unidades 2,4, 11 y 12).

Por el contrario, la relevancia de un otro adulto, generalmente, un actor institucional, como Sujeto o Destinador de las informaciones está presente en la mayor parte de las unidades de nuestro análisis en línea con la visión adultocéntrica que subrayan algunos autores en la representación mediática de la juventud (Suárez Villegas, 2011; Alcoceba Hernando, 2014; Pueyo, 2014). Otro de los aspectos que cabe destacar es el relacionado con la criminalización de los contextos de ocio del que se hace eco Suárez Villegas (2011) y que en nuestro análisis es visible en la unidad 7. Por otra parte, en las unidades relacionadas con la ocupación de los jóvenes (unidades 5, 9 y 12) hemos comprobado que, tal y como recoge Alcoceba Hernando (2014), se enfatizan las condiciones socioeconómicas de los jóvenes, pero no se apunta ni las causas ni a las responsabilidades en las que se enraíza el problema o la diversidad que existe entre el colectivo juvenil a este respecto. Tampoco en

la unidad 6 que trata la trayectoria laboral precaria de un joven de primera mano se hace referencia alguna a que otras personas, otros jóvenes, puedan estar pasando o hayan pasado por lo mismo, no se generaliza su situación, no se vinculan sus circunstancias con la realidad social. Finalmente, en relación a los sucesos en los que media la violencia y en los que están involucrados los jóvenes hemos podido confirmar un mayor protagonismo de los jóvenes como Sujetos de la noticia que en otro tipo de informaciones, como también señalan Suárez Villegas (2011) y Figueras Maz, Mauri De Los Ríos y Rodríguez-Martínez (2013). Además de estos aspectos, se aprecian también otros elementos en las unidades que reflejan un mayor protagonismo de los jóvenes, por ejemplo, respecto a su participación social (unidad 16) y política (unidades 10 y 17).

Capítulo 7

La visión de los jóvenes

7.1 La encuesta como instrumento de indagación

Al igual que el análisis de contenido cuantitativo desarrollado a lo largo del capítulo 5, la encuesta o cuestionario es también una técnica de indagación de carácter cuantitativo que mediante la formulación de interrogantes busca obtener información respecto al objeto de estudio. Una de las características principales de la encuesta es la facilidad para recoger y explotar los datos obtenidos a través de esta técnica, una facilidad que se ve incrementada con el procesamiento informático de los datos como ocurre con el análisis de contenido. Este método se puede aplicar a grandes muestras que pueden llegar a ser representativas del conjunto de la población que se quiere estudiar y, por tanto, los resultados obtenidos pueden ser extrapolables a dicha población (Casas Anguita, Repullo Labrador y Donaldo Campos, 2003; Simelio, 2011).

La encuesta como técnica de investigación social bebe fundamentalmente de dos disciplinas de las ciencias sociales, por un lado, de la sociología y, por otro, de la psicología, como recogen López-Roldán y Fachelli (2015). En el campo de la sociología esta técnica vivió un verdadero auge, sobre todo, en Estados Unidos a través de los estudios de mercado y, más tarde, mediante las encuestas electorales. Desde la psicología los estudios sobre la encuesta han ido encaminados a estudiar el tipo de mediciones y su viabilidad sobre aspectos teóricos, así como sobre las actitudes y a intentar paliar los errores asociados a esta técnica (López-Roldán y Fachelli, 2015:7).

En el ámbito concreto de la comunicación, los inicios de la aplicación de la encuesta deben su origen a la sociología de la comunicación de masas y a los estudios en ese ámbito de Lazarsfeld sobre los posibles efectos de los medios de comunicación en la opinión pública o las investigaciones llevadas a cabo por los autores de la *Mass Communication Research* o investigación administrada como Hovland, Merton, Laswell y Lewin (citados por Blanco, 2011:72).

López-Roldán y Fachelli (2015) distinguen entre dos formas de entender la encuesta, la encuesta como técnica y la encuesta como método. La encuesta como técnica pone el foco exclusivamente en la forma de recogida de los datos, sin embargo, para estos autores la encuesta en la actualidad no solo es considerada como un instrumento sino como un completo método de investigación social que implica, a su vez, una serie de técnicas y etapas que van más allá de la simple recogida de datos y que conlleva desde el diseño de la muestra, hasta el análisis y presentación de los resultados.

En este sentido, parece existir un elevado consenso respecto a las diferentes etapas en la elaboración y aplicación de la encuesta en una investigación. Recogemos las propuestas elaboradas por Casas Anguita, Repullo Labrador y Donaldo Campos (2003)

en las que, una vez se ha diseñado la investigación, distinguen entre los siguientes pasos en el empleo de la encuesta: determinar las hipótesis, definir las variables, seleccionar la muestra, diseñar el cuestionario, estructuración del trabajo de campo, recogida y tratamiento de los datos y, finalmente, el análisis de los datos e interpretación de los mismos (Casas Anguita, Repullo Labrador y Donaldo Campos, 2003:528).

Simelio (2011) destaca algunas de las ventajas y debilidades de la encuesta. Entre las ventajas, indica la capacidad de este método de lograr grandes cantidades de información proveniente de un amplio conjunto de la población y que, además, la población a estudiar puede estar situada lejos del contexto geográfico del propio investigador. La autora también reconoce que la encuesta es una técnica más realista que otros métodos como el ensayo o la observación directa. No obstante, como desventajas Simelio (2011) considera que no siempre resulta sencillo disponer del número estimado de personas que participarán en la encuesta y que sus respuestas no tienen por qué ser siempre verídicas ya que se puede mentir, responder en base a la respuesta que se cree más oportuna y que la autora denomina 'sesgo de prestigio' o simplemente se puede no recordar algún dato por el que se pregunta en la encuesta (Simelio, 2011:174-175).

No obstante, la misma técnica contempla algunas medidas para tratar de minimizar estas prácticas como el uso de las preguntas de control que consisten en formular preguntas similares pero de distinta forma a lo largo del cuestionario y, de esa forma, testar la coherencia en las respuestas del encuestado o las preguntas de introducción, que se sitúan al inicio de la encuesta y que buscan avivar el interés en el encuestado por el tema tratado en la encuesta y, por tanto, alentar su predisposición (Casas Anguita, Repullo Labrador y Donaldo Campos, 2003:153). Estos autores, como posibilidades que ofrece esta técnica, mencionan, además, la multiplicidad de temas que se pueden abordar mediante la encuesta y el formato estandarizado del cuestionario que teniendo en cuenta que tanto la formulación de preguntas como las instrucciones para completarlas son las mismas para todos los sujetos, la encuesta nos permitirá realizar comparaciones entre los distintos grupos que participan en la misma (Casas Anguita, Repullo Labrador y Donaldo Campos, 2003:528).

Blanco (2011:72), cuando cita a Marradi, Archenti y Piovani también reconoce esa misma fortaleza de la encuesta, su capacidad de poder realizar descripciones que sean representativas de un gran conjunto de la población a partir una reducida muestra bien seleccionada. No obstante, cuando la población a estudiar es muy grande la respuesta de cada individuo equivale a la de cualquier otro individuo de dicha población que no se completa en la muestra. Por tanto, lo que tiene valor en la encuesta es, como argumentan los autores citados por Blanco (2011), la 'acumulatividad de las respuestas' y, de esta forma, no se está atendiendo a la información concreta que ofrece un individuo en concreto, se pierde, por tanto, la especificidad y concreción de la información en relación al sujeto particular (Blanco, 2011:73-74).

López-Roldán y Fachelli (2015) reconocen que el uso extensivo de las encuestas ha derivado en un mal uso de esta técnica en el campo científico, pero, sobre todo, debido a la instrumentalización de los resultados de las encuestas en las informaciones periodísticas y con fines políticos (2015:5).

Simelio (2011) percibe dos tipos de encuestas en función de la finalidad de las mismas: Por un lado, las encuestas descriptivas que refieren los datos obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta, ya sean estas opiniones, actitudes o interpretaciones respecto a alguna cuestión y, por otro lado, la encuesta analítica, también denominada explicativa (Briones, 1996), que no solo describe sino que pretende, además, obtener la causa de algún asunto a través de la correlación entre las interrogantes de la encuesta y que conocemos como variables (Simelio, 2011:173).

Para López-Roldán y Fachelli (2015) a partir de una variedad de criterios las encuestas pueden ser: realizadas en persona, a través de correo o web o telefónicas (en función de la forma de administración), son sincrónicas-reflejan un momento concreto- o diacrónicas o longitudinales- estudian la evolución de algún fenómeno en el tiempo- (por su temporalidad), pueden ser encuestas censales-sobre todo el censo- o muestrales- se selecciona una muestra representativa del censo- (en base a la muestra), pueden medir hechos, opiniones o actitudes (por el tipo de aspectos que se desean medir), pueden tratar diversas temáticas y, finalmente, pueden disponer de diferentes tipos de preguntas como de introducción, filtro, de control etc. (por la función de las preguntas) (López-Roldán y Fachelli, 2015:14-16).

Si tomamos en consideración el primero de los criterios que distinguen López-Roldán y Fachelli (2015) por los que se puede clasificar una encuesta, es decir, el medio a través del cual se administra un cuestionario, los mismos autores enumeran una serie de ventajas y desventajas en cada uno de los casos. Así, consideran que la entrevista realizada de forma personal será la más apropiada puesto que se consigue un número elevado de respuestas, ofrece la posibilidad de aclarar dudas, puede ser una encuesta más rica en contenido y la disponibilidad de los datos es inmediata, aunque también reconocen que el coste y el tiempo dedicado en este tipo de encuestas y la mediación del investigador será mayor.

De las encuestas telefónicas los autores destacan su bajo coste, la rapidez con la que se obtienen los datos y la posibilidad de llegar a poblaciones lejanas pero, en contrapartida, se pueden suceder errores de comprensión y registro de los datos, de ahí que las preguntas tengan que ser simples y no permitan mucha complejidad; también es complicado el acceso a los encuestados y a diferentes perfiles de encuestados y hay un mayor índice de no respuestas o de respuestas incompletas por interrupciones. Finalmente, las encuestas a través de correo o por internet se caracterizan por su bajo coste y, al igual que las telefónicas, por la posibilidad de acceder a lugares y poblaciones lejanas, además, presentan otras ventajas como el anonimato del encuestado, la escasa

mediación del investigador y tratar con mayores cantidades de información que el encuestado, además, puede sopesar o consultar. Sin embargo, los inconvenientes son diversos: mayor índice de no respuesta o de que esta se retrase, el perfil del encuestado puede estar sesgado, menor control del procedimiento, influencia de terceras personas, el contenido deber ser sencillo y se puede pervertir la lógica en el orden de las preguntas (López-Roldán y Fachelli, 2015:15).

Estos mismos autores realizan una caracterización interesante en torno a la dinámica de comunicación que se pone en marcha a través de la encuesta y que hemos considerado conveniente destacar. Para los autores en el plano del contexto del enunciado, en el plano lingüístico, subrayan el grado de implicación del investigador en la encuesta que lo consideran como un grado de implicación máximo ya que es el investigador el que determina casi de manera íntegra, sino del todo, dicho contexto y, además, lo elabora igual para todos los encuestados:

“El cuestionario presupone que el contexto del enunciado ha de ser el mismo para todos los encuestados/as, se impone una misma realidad sobre la que se pronuncian las personas. Se trata de presentar el mismo mundo construido por el cuestionario a un número extenso de sujetos. En ese sentido es dictatorial y supone una clara desestructuración del discurso” (López-Roldán y Fachelli, 2015:11).

Los autores describen la forma en la que da cuenta la encuesta de la realidad social, a través del marco interpretativo de los encuestados, pero “[...] en el contexto de un contenido prefijado e impuesto” (López-Roldán y Fachelli, 2015:11). Distinguen otro plano y que es el referido a la situación social de la comunicación en la que se produce el cuestionario, es decir, el contexto de la enunciación. En este contexto, el grado de intervención del investigador en lugar de ser máximo, como en el contexto del enunciado, en este caso, será mínimo puesto que el investigador tratará de reducir al máximo los efectos sobre la encuesta que puede tener el contexto en el que se realiza la encuesta (López-Roldán y Fachelli, 2015:12).

En el contexto de la enunciación intervienen ciertos principios: el principio de la pertinencia-se reconocen como pertinentes todos los interlocutores y las distintas competencias a nivel lingüístico y pragmático y social-, el principio de la coherencia- el marco de referencias es mínimamente compartido-, el de reciprocidad -cada interlocutor participa en la construcción de las referencias- y el de la influencia-entendido como las influencias mutuas que se pueden producir en la interlocución. Estos criterios que intervienen en el contexto de la enunciación y que posibilitan el contrato comunicacional se rigen, a su vez, por el principio de cooperación que permite que el encuestado acepte someterse a la encuesta y lo cumpla (López-Roldán y Fachelli, 2015:24).

De todo lo expuesto, López-Roldán y Fachelli elaboran la siguiente descripción de la encuesta:

“En consecuencia podemos afirmar que la encuesta implica un conjunto de estímulos en forma de preguntas dirigidas a las personas que se realiza de forma extensiva a muchos sujetos, de forma sistemática mediante una uniformidad que se traduce en la estandarización de las preguntas y de las respuestas, con independencia de situaciones concretas que pueden ser contempladas en otras formas de entrevista, con el objetivo de facilitar la comparación entre sujetos con vistas a la generalización de los resultados” (López-Roldán y Fachelli, 2015:12).

En línea con el contexto de enunciación que describen López-Roldán y Fachelli (2015) y con algunas de las desventajas de la encuesta ya mencionadas, Atienza Aledo y Noya Miranda (1999) también entienden la encuesta como una interacción social y, en base a ese supuesto, hablan de la hipótesis de reactividad. Esta hipótesis implica que los factores situacionales estarían afectando las respuestas del encuestado y suponen, por tanto, un sesgo. Esto representa para los autores una de las mayores debilidades a nivel macro de la encuesta, siguiendo los postulados de Pawson (1996).

A su vez, Atienza Aledo y Noya Miranda (1999) describen algunos de los elementos que sesgan la encuesta. Por parte del encuestado y el encuestador, destacan los rasgos de la personalidad del encuestado como el deseo de aprobación- el ‘sesgo de prestigio’ que describe Simelio (2011)- o las reacciones que pueda provocar en él los rasgos del encuestador (cuando se llegan a conocer por el encuestado) como el sexo, la edad, estatus social etc. o incluso percepciones menos visibles y más subjetivas como la experiencia y estilo percibido por parte del encuestado sobre el investigador.

Por otra parte, el contexto en el que se produce la interacción social de la encuesta también influye en las respuestas a la misma. En este aspecto, los autores subrayan las normas de intercambio social, la pragmática de la conversación o los tintes socio-sicológicos que intervienen en la interacción (Atienza Aledo y Noya Miranda, 1999:73-75).

Unos años antes que el trabajo citado de estos autores, Perera Izquierdo (1995) confirmaba algunas de estas hipótesis y defendía que no se debe olvidar la naturaleza lingüística de la encuesta y, por tanto, que no es una técnica neutra despojada de la interacción lingüística que se produce en su aplicación. Perera Izquierdo (1995) además de factores ya mencionados que repercuten en las respuestas de los encuestados como son el tipo de técnica de investigación empleada, el propio encuestado o el investigador o interlocutor que aplica la encuesta, este autor considera que el tema sobre el que trata la encuesta será también un factor condicionante de la situación de interacción que se produce a través de la encuesta.

Finalmente, otro de los aspectos a tratar cuando se hace referencia a la técnica de la encuesta son las disposiciones éticas a tener en cuenta en el procedimiento. Blanco (2011) recoge algunas de las indicaciones de Sierra Bravo (citado por Blanco, 2011) en este sentido. El encuestado debe conocer la finalidad de la encuesta y aceptar

explícitamente participar en la misma, así como conceder su autorización para el empleo de sus respuestas para los fines de la investigación sin que estos puedan ser empleados para revelar la identidad del encuestado (Blanco, 2011:75-76).

7.2 Los jóvenes y la prensa: antecedentes sobre el uso de la prensa y percepciones de los jóvenes sobre la prensa y su representación mediática

Trataremos de señalar aquí algunas aportaciones previas sobre las dos cuestiones principales que hemos abordado en el cuestionario que hemos implementado en el marco de esta investigación cuyas características y resultados presentamos en las próximas secciones. Por un lado, el consumo de los jóvenes de los medios de comunicación y sus preferencias en cuanto a la prensa y, por otro lado, la percepción de los jóvenes sobre el tratamiento que realizan los medios de la juventud. Aunque se resaltan algunas contribuciones provenientes de otros contextos geográficos, destacamos aquellas que hacen referencia a los cuatro países en los que centramos nuestra investigación.

En España uno de los informes de utilidad para señalar el consumo que realizan los jóvenes de la prensa y de otros medios de comunicación es el resumen general de medios que elabora la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). Tomando de referencia el mismo informe que citábamos en el capítulo 3 para dar cuenta de la penetración de la prensa en España y de la penetración de los diarios seleccionados que contemplaba el periodo entre abril de 2017 y marzo de 2018, se observa que los jóvenes son grandes consumidores de medios de comunicación en la misma medida que el resto de franjas de edad, a excepción de un mayor consumo por parte de los jóvenes en el caso de internet y un consumo menor en el caso de los diarios (AIMC, 2018).

Respecto al consumo de internet, el consumo de internet entre los jóvenes menores de 34 años es superior al consumo que hacen de internet otras franjas de edades. La penetración de internet entre los jóvenes es del 94% y los jóvenes menores de 34 años representan cerca del 32% de la audiencia en este entorno. Internet es, entre todos los medios de comunicación, el medio con mayor penetración entre los consumidores jóvenes, seguido de la televisión cuya penetración entre los jóvenes es cercana al 80%-sin tener en cuenta el medio exterior (paneles como soporte publicitario) que también mide el informe-.

En el caso de consumo de diarios, por el contrario, éste es menor, tanto en lo que respecta a otras franjas de edades, como en cuanto a la penetración que tienen los diarios en el público joven en relación a internet y el resto de medios de comunicación. Los diarios tienen una penetración del 14% entre los jóvenes de 14 a 19 años y este porcentaje aumenta conforme se avanza en la edad, es del 18,5% entre las personas de 20 y 24 años y del 20% entre los jóvenes de 24 a 34 años. En total, los jóvenes menores

de 34 años solo suponen el 19% de la audiencia total de los diarios. La prensa es el medio menos consumido por la población joven después de los suplementos que ofrecen los propios periódicos (AIMC, 2018).

El informe sobre los jóvenes españoles realizado conjuntamente por la Fundación SM y Observatorio de la Juventud en Iberoamérica (OJI) también da cuenta del consumo de prensa entre los jóvenes y, además, señala la frecuencia en su consumo (González-Anleo y López-Ruíz, 2017). En base a los datos que recoge este estudio que hace alusión tanto a la prensa impresa como digital, solo un 11% de jóvenes lee periódicos a diario o casi a diario y el mismo porcentaje de jóvenes lo hace de 3 a 4 días a la semana. El consumo más ocasional es más frecuente entre los jóvenes, cerca del 40% de los jóvenes consulta la prensa 1 o 2 días a la semana o menos de 1 día por semana. Un elevado número de jóvenes, cerca de un 36% de los jóvenes encuestados para este informe, no lee diarios nunca.

Si se comparan los resultados de este informe con informes anteriores llevados a cabo por la Fundación SM, se observa que la frecuencia de lectura de diarios entre los jóvenes ha disminuido a lo largo del tiempo y ha aumentado el porcentaje de jóvenes que no leen diarios nunca.

En cuanto a las características sociodemográficas de los jóvenes respecto a un mayor o menor consumo de prensa, tanto el sexo, la edad, el estatus socioeconómico, la ocupación e incluso la identificación religiosa parecen influir en la lectura de diarios. Los hombres se perfilan como lectores habituales en mayor medida que las mujeres-no hay diferencias de sexo entre frecuencias de consumo inferiores-, se aumenta la frecuencia de lectura de diarios conforme se aumenta en la edad, hay una mayor incidencia de no lectores entre los estratos socioeconómicos bajos o medio-bajos, los jóvenes que estudian y trabajan pero cuya actividad principal es el trabajo suelen ser lectores más habituales y, finalmente, los jóvenes que se declaran católicos practicantes son más propensos a la lectura de prensa (González-Anleo y López-Ruíz, 2017:205-209). Respecto a las diferencias de género, Casero-Ripollés (2012) reconoce que, aunque los hombres jóvenes son mayores consumidores de noticias que las mujeres jóvenes, ellas a pesar de un menor consumo conceden mayor interés y valor a la información (Casero-Ripollés, 2012:157).

Estos datos sobre el limitado consumo de la prensa entre los jóvenes españoles han sido subrayados por diversos estudios. Parrat (2010) que realiza una investigación sobre la lectura de diarios entre los jóvenes universitarios observa que estos jóvenes, a priori con mayores hábitos de lectura en general, solo dedican de media cerca de 30 minutos en la lectura de diarios para mantenerse informados de la actualidad mientras que el consumo de otros medios como la televisión o internet para el mismo fin les ocupa mayor tiempo diario (Parrat, 2010:145).

En el informe español 'Digital News Report.es 2017', citado en el capítulo 3, publicado en el marco del informe anual que elabora Reuters Institute for the Study of Journalism sobre las noticias digitales, el medio elegido por la mayoría de jóvenes entre 18 y 24 años, un 60% de los encuestados de esa edad, como primera fuente de noticias son los medios digitales. Si atendemos a los medios en concreto, un 33% se decanta por las redes sociales o blogs, un 27% por la televisión y, finalmente, un 16% consulta las webs o aplicaciones de los diarios y revistas.

Entre el grupo de edad de 25 a 34 años, las preferencias son muy similares. Aunque para un 33% de los encuestados, el primer lugar lo ocupa la televisión, las redes sociales y blogs ostentan la segunda posición de medios preferentes para consultar noticias con un 27% de los jóvenes encuestados, y los diarios y revistas digitales son la principal fuente de noticias para un 20% de los jóvenes de esta edad. En ambas edades más del 50% de los encuestados consultarán para informarse estos medios a través de dispositivos móviles (Vara-Miguel, Negrodo y Amoedo, 2017:45-48). De hecho, la consulta de medios de comunicación ocupa el quinto lugar en el uso que los jóvenes entre 25 y 34 años hacen de los dispositivos móviles, lo que supone una penetración del 20% en el uso que hacen los jóvenes de los dispositivos y dedican una media de 11 minutos diarios a este fin.

La aplicación del diario deportivo Marca es la aplicación mediática con mayor penetración entre los jóvenes y son los titulares rápidos- que en el informe denominan consumo *snack*- que además son compartidos por redes sociales los que caracterizan el consumo de información que se realiza a través de estos dispositivos móviles (Chicón y Juan, 2017:10-22).

La tendencia hacia el uso prioritario de los medios digitales y las redes sociales en particular ha sido señalada por estudios anteriores como el de Casero-Ripollés (2012) que, además, apunta a la capacidad de los jóvenes por consumir varios medios a la vez. Como afirma Yuste (2015) el uso que hacen los jóvenes españoles de internet, las redes sociales y los dispositivos móviles para acceder a la información no ha pasado desapercibido para los diarios:

“El hecho de que, como acabamos de ver, las plataformas sociales son un excelente vehículo para acceder a las noticias del día está detrás de la apuesta que las ediciones digitales de los medios tradicionales (especialmente, las cabeceras de papel) hayan apostado con fuerza por tener una presencia activa en estos espacios, no solo atendiendo a un enfoque de marca o branding (la obligación de estar para no perder el tren de la oportunidad), sino con la finalidad de recuperar a un público que les ha dado la espalda en los últimos tiempos cansado de los mismos enfoques temáticos” (Yuste: 2105:188).

Algunos de los factores o causas que podrían explicar el bajo índice de lectura de diarios entre los jóvenes en el país también han sido señalados en estudios precedentes, así

como las preferencias y opiniones vertidas por parte de los jóvenes respecto a los medios de comunicación y la prensa, en particular.

Parrat (2010), por su parte, en su investigación sobre los hábitos de lectura entre los jóvenes universitarios distingue algunos factores que podrían explicar estos datos. Así, menos del 20% de los encuestados considera que leer diarios le puede resultar de utilidad como formación para la vida y menos también de dicho porcentaje señala el placer de la lectura en general como motivo para el consumo de diarios. Menor es el porcentaje, solo un 4%, que declara que lo hace para complementar la información recibida por otros medios, algo que, en el caso de los jóvenes, pone en cuestión la utilidad atribuida tradicionalmente a la prensa como medio que, por su tratamiento extensivo de la información, complementa la información recibida por otras vías.

La hipótesis que sí parece mantener la investigación mencionada respecto a la prensa es la de ser un medio creíble. Es el medio más creíble para los jóvenes encuestados, no obstante, este factor, el de la credibilidad, no parece ser fundamental para su consumo puesto que, de otra parte, el medio menos creíble, internet, es por el que más interés muestran.

Uno de los factores que sí parece aumentar el consumo de la prensa, es la gratuidad, prueba de ello es la acogida por parte de los jóvenes de la prensa gratuita, como señala la autora (Parrat, 2010:144-146). No obstante, la debilidad respecto a este fenómeno es, como sostiene Parrat, la difusión entre los jóvenes de que: “[...] la información no es algo por lo que valga la pena pagar” (Parrat, 2010:145). Una tendencia que también advierte Casero-Ripollés (2012).

No obstante, a pesar de la buena acogida de la prensa gratuita entre los jóvenes que reflejan, tanto Parrat (2010), como Casero-Ripollés (2012), investigaciones que coinciden en el periodo de mayor auge de la prensa gratuita en España, Santos Díez y Pérez Dasilva (2011) en su estudio sobre el uso de la prensa gratuita entre jóvenes universitarios señalan que cerca del 60% de los participantes encuestados sostenía que la prensa gratuita es de menor calidad que los diarios de pago y tampoco perciben respecto a la lectura de la prensa gratuita entre estos jóvenes una mayor frecuencia de lectura. Los jóvenes son también lectores esporádicos de la prensa gratuita (Santos Díez y Pérez Dasilva, 2011:122-123).

En el informe español ‘Digital News Report.es 2017’ se observa que los jóvenes españoles entre 18 y 24 años tienden a ser más incrédulos respecto a las noticias que las personas de mayor edad. Solo un 34% de los jóvenes de esa edad afirma fiarse de las noticias, un grado de confianza hacia la información que en el caso de las personas mayores de 45 años está por encima del 50% (Vara-Miguel, Negro y Amoedo, 2017:4).

En contraste con la investigación de Parrat (2010) que mostraba que el medio más creíble para los jóvenes eran los diarios por encima de internet, este informe señala que

a la hora de desmentir algún rumor o información falsa los jóvenes confían más en las redes sociales que en las empresas periodísticas convencionales a diferencia de las personas mayores de 65 años que confían más en estas últimas (Vara-Miguel, Negrodo y Amoedo, 2017:5). Este cambio de preferencias de los diarios convencionales al entorno de internet también es reflejado en otros estudios (González-Anleo y López-Ruiz, 2017:116-117). Recientemente, se ha publicado el informe 'Digital News Report.es 2018' que, de nuevo, confirma la tendencia entre los jóvenes españoles del uso prioritario de las redes sociales y también de los blogs para informarse, un 37% de los jóvenes entre 18 y 24 años emplean prioritariamente ambos canales para mantenerse informados, por encima del 26% de jóvenes que emplean la televisión y el 8% de los que emplean periódicos o revistas (Vara-Miguel, Negrodo y Amoedo, 2018:42).

No obstante, Casero-Ripollés (2012) destaca el uso interactivo o de entretenimiento que los jóvenes conceden a internet por lo que considera que la información a la que se accede por este medio no será consecuencia de una búsqueda activa de información por parte de los jóvenes, sino que accederán a ella de forma casual. "En este contexto, la información pierde el protagonismo. Algo que puede tener profundas consecuencias para los diarios y el resto de proveedores mediáticos de noticias" (Casero-Ripollés, 2012:157). No obstante, también existen otros estudios que reflejan un tipo de consumo de la información de otra naturaleza. Por ejemplo, el informe sobre jóvenes españoles de la Fundación SM indica que cerca de un 38% de los jóvenes sigue frecuentemente la información política en los medios de comunicación (González-Anleo y López-Ruiz, 2017:101).

Túñez (2009) publicaba los resultados de una investigación iniciada en 2007 con jóvenes universitarios de los campus de las universidades de Galicia de la que extraemos algunas conclusiones a las que llega el autor respecto a la correspondencia entre los temas destacados por los diarios y los temas de interés que señalan los jóvenes, así como, sus preferencias a la hora de formular un medio más adecuado para ellos. En primer lugar, se advierte que la jerarquía entre las noticias que establece la prensa no suele concordar con los asuntos que más interés generan en los jóvenes. En base a los intereses que muestran los jóvenes, el autor sostiene que se debería dedicar mayor espacio a la cultura, la tecnología y que debería existir mayor variedad en la sección de deportes que vaya más allá de las informaciones futbolísticas. De otra parte, el autor advierte que aunque los temas económicos relativos a la ocupación de los jóvenes o la vivienda son temas que los jóvenes consideran importantes, estos no son los temas de mayor interés para los jóvenes. Otro de los resultados que destaca Túñez (2009) es la importancia que conceden los jóvenes a la información de proximidad de ámbito autonómico y, simultáneamente, a la información internacional. Respecto al resto de reclamaciones de los jóvenes que enumera el autor y en base a lo abordado a lo largo del capítulo 3, podríamos decir que, en la actualidad, ya se están cumpliendo o contemplando algunas de las preferencias de los jóvenes respecto a la prensa que Túñez recoge así:

“Los jóvenes reclaman un nuevo modelo de comunicación circular, en el que la actitud del diario sea menos discursiva y más dialogante. El diario ideal debería prestar atención a las soft news y ser más comprometido, más barato. También más atractivo y con recursos como color o nuevos géneros narrativos, como infografías. El periódico del futuro debería ser más participativo, seguramente en la línea abierta por las posibilidades multimedia de las cabeceras on-line y las posibilidades de interacción en la elaboración y selección de contenidos” (Túñez, 2009:522).

Algunas de estas reclamaciones coinciden con los atributos aplicados a la prensa por un grupo de jóvenes universitarios participantes en el estudio llevado a cabo por Bernal Triviño (2010) que asocian con la prensa valores como la seriedad, la credibilidad, lo relativo a la cultura y también se asocia a la prensa con lo antiguo, aburrido, elitista, partidista y frío (Bernal Triviño, 2010:4).

En la misma línea, Menéndez Hevia (2014), apelando a la Teoría de Usos y Gratificaciones, defiende que la agenda que marca la prensa no es acorde con los contenidos de interés para los jóvenes, ni en lo que a temática se refiere, ni en la forma que adquiere la información difundida por la prensa la cual no resulta relevante para la cotidianidad de los jóvenes. Este fenómeno, como aclara la autora, no implica un desinterés de los jóvenes por la información, sino un rechazo por su parte a la manera en que la prensa, se refiere particularmente a la prensa en soporte impreso, desatiende las preferencias de los jóvenes (Menéndez Hevia, 2014:28).

Respecto al discurso mediático en general que perciben los jóvenes, Rodríguez San Julián y Megías Quirós (2014) consideran que a pesar de que los jóvenes mantienen un discurso crítico con los medios de comunicación a sabiendas de la manipulación que ejercen estos y de la que son conscientes a partir de sus conocimientos mediáticos, esta visión no impide que sigan consumiendo medios de comunicación con gran frecuencia. Este consumo, no obstante, se realiza con el mero objetivo del entretenimiento -de acuerdo con la idea que desarrolla Casero-Ripollés (2012) sobre internet- ante la creencia de que informarse o formarse a través de los medios resulta una práctica imposible desde el punto de vista de los jóvenes, tal y como exponen Rodríguez San Julián y Megías Quirós (2014:11-12). Los autores, en base a investigaciones anteriores, describen algunos elementos que caracterizan las opiniones de los jóvenes españoles sobre el discurso mediático juvenil.

Los jóvenes españoles consideran que la imagen que difunden los medios de comunicación sobre su colectivo es una imagen parcial, al igual que nos planteamos en la segunda hipótesis de esta investigación, homogénea, basada en estereotipos y que pone el foco de atención en los problemas y los asuntos que están al margen de lo ‘normal’. Aunque los jóvenes reconocen que este retrato sobre ellos mismos que difunden los medios, tanto en su vertiente informativa como de ficción, puede no ser erróneo, los medios al generalizar situaciones o perfiles concretos, que los jóvenes consideran minoritarios, se corrompe la imagen global de los jóvenes. Los jóvenes

sostienen, además, según estos autores, que esta visión de los medios está motivada por una falta de interés por los jóvenes por parte de los medios que se guían solo por el interés comercial. Esta toma de conciencia del funcionamiento de los medios no parece preocuparles y, más bien, asumen y se resignan ante esta realidad:

“[...] parten del convencimiento de conocer las servidumbres de los medios (la búsqueda de audiencia a toda costa, la necesidad de publicidad, la connivencia con el poder...), a partir de las cuales explican buena parte de que su imagen sea tal cual es. Y este planteamiento, a sus ojos, de tan obvio que resulta, no se discute” (Rodríguez San Julián y Megías Quirós, 2014:14).

No obstante, otro de los componentes en la percepción de los jóvenes españoles sobre el discurso mediático juvenil que sí denota indicios de preocupación de parte de estos es el señalamiento que reciben los jóvenes en comparación con otros grupos de edades y la hipocresía que reside en ese tratamiento desigual, pues se achaca a los jóvenes errores o un sistema de valores que es propio del conjunto de la sociedad.

Sin embargo, los autores también señalan otra corriente de opinión en los jóvenes que correspondería con una aceptación de las características sobre la juventud que están difundiendo los medios de manera que los propios jóvenes aceptan que esa imagen les es inherente y no tienen que ir más allá en la relevancia de sus actitudes y comportamientos:

“[...] aceptando que los ya las jóvenes “son así”, “somos así”, se elude cierta responsabilidad respecto a los propios actos, en base a la mencionada profecía autocumplida y a la creación de unas expectativas generales que rebajan la trascendencia social de determinados actos” (Rodríguez San Julián y Megías Quirós, 2014:18).

Alcoceba Hernando (2014), autor que citábamos en el capítulo 5 en referencia al tratamiento por parte de los medios sobre la juventud, también recoge la visión de los jóvenes respecto a este discurso y que clasifica, además, desde diversas categorías.

Así, sobre los itinerarios de transición de los jóvenes, estos consideran que no se alude a las diferentes etapas y proyectos de transición de los jóvenes y que se subraya, por encima de todo, la situación presente, una característica que resaltan también de los propios jóvenes los estudios sociológicos revisados a lo largo del capítulo 2. Los jóvenes también creen que ocupan un papel secundario en las informaciones que describen su realidad, al igual que apuntamos como aspecto significativo del análisis de contenido cuantitativo que desarrollamos en esta investigación, ni tampoco son fuentes destacadas a las que se hace referencia en los discursos mediáticos, algo que hemos podido observar en el análisis semiótico y del discurso. Los jóvenes defienden, de igual forma, que se juzga negativamente sus comportamientos, que no se ve reflejada la variedad de procesos de socialización y que se le representa en torno al hedonismo y como grupo social no comprometido (Alcoceba Hernando, 2014:52).

Nos referiremos ahora al contexto italiano que muestra características muy similares respecto al consumo de medios entre los jóvenes. El instituto de estadística italiano (ISTAT) que contempla los índices de lectura de diarios entre los jóvenes revela que, en 2017, los lectores jóvenes son en mayor frecuencia lectores ocasionales que habituales. Cerca de un 27% de los jóvenes entre 18 y 19 años leen la prensa al menos una vez a la semana. Y este porcentaje, al igual que en España, va en aumento conforme se avanza en la edad.

Hay un 33% de lectores de diario ocasionales entre los jóvenes italianos de 20 a 24 años y un 38% entre los jóvenes de 25 a 34 años. Cuando se trata de medir los lectores frecuentes de diarios, que leen 5 veces a la semana o más, los porcentajes disminuyen cerca del 20% y, en ese caso, no se produce un aumento de lectores ocasionales conforme se avanza en la edad. Así, un 21% de jóvenes italianos entre 17 y 18 años y entre 25 y 34 leen periódicos casi a diario y lo hacen con la misma frecuencia cerca de un 17% de los jóvenes italianos entre 20 y 24 años (ISTAT, 2018z). Según datos de Audipress (2018a), los jóvenes italianos entre 14 y 34 años conforman el 20% de la audiencia total de los diarios frente al 37% de lectores de diarios entre los italianos de 35 y 54 años y el 42% que representan los lectores mayores de 55 años.

Por realizar una comparativa con el resto de medios de comunicación que incluye el ISTAT, la televisión es consumida a diario por más del 70% de los jóvenes de todas las edades y la radio por aproximadamente el 60% de los jóvenes italianos (ISTAT, 2018aa). En el caso de internet, aunque solo se contempla su uso en general y no como medio para acceder a contenidos informativos o de entretenimiento, los jóvenes italianos, de entre todas las edades, que usan a diario internet representan aproximadamente el 80% del total de jóvenes (ISTAT, 2018ab).

Otros datos sobre el consumo y la relación con los medios y, en concreto con la prensa, de los jóvenes italianos se presentan en la investigación de Censis sobre el estado de la comunicación en Italia (Censis, 2017).

Como recoge DataMediaHub, un proyecto que presenta y difunde contenido sobre los medios de comunicación y el periodismo en Italia, con datos de este informe de Censis del 2017, los jóvenes que leen con frecuencia la prensa a lo largo de la semana solo suponen un 5,6% del total de los mismos. Este dato contrasta, especialmente, con la cifra de jóvenes que emplean la red social Facebook con el mismo fin, cerca del 50% de los jóvenes emplea esta red social como fuente de información habitual (Santoro, 2017, 4 de diciembre). Por otra parte, según presenta este espacio en base al mismo informe, los diarios ocupan el quinto puesto como medio influyente en el imaginario colectivo de los jóvenes italianos entre 14 y 29 años, muy por debajo de internet, el medio que más influencia ejerce en el imaginario colectivo de los jóvenes, las redes sociales, la televisión o la radio, con la que no mantienen mucha distancia en este sentido, y solo por encima del cine y los libros (Santoro, 2017, 4 de diciembre).

Un ejemplo de cómo los jóvenes italianos hacen uso de los diarios lo podemos encontrar en la investigación que lleva a cabo el diario siliciano *Silician Post* respecto a los jóvenes sicilianos que podría resultar una práctica compartida entre los jóvenes en el país. Cerca del 60% de los jóvenes sicilianos entrevistados manifiesta consultar las páginas de los principales diarios y un 65% declara dirigirse a las redes sociales para informarse. En muchas ocasiones, como espeta el informe, la consulta de la información que publica un diario se enmarca en el entorno totalizante de las redes sociales donde de la conversación con un amigo se pasa a la lectura de un artículo de un diario, o más bien, a la lectura del título o lead del mismo. En ocasiones, la consulta del diario digital funciona de estímulo inicial para los jóvenes para informarse sobre algún asunto:

“[...] el diario en línea toma el lugar de un estímulo inicial, fruto, quizás, del hábito de consultar una página de inicio, que continúa con una profundización en forma de un video, que también es muy breve y directo al grano y que, paradójicamente, confía su autoridad al periódico, tal vez no leído en primera persona, pero en todo caso destilado en una forma fructífera para esta generación” (Gagliano y Raciti, 2018:11)⁹⁵.

Más allá del consumo de medios por parte de los jóvenes italianos y sobre el que hemos recogido algunos aportes relevantes, la literatura científica reciente versa sobre aspectos sociológicos como los procesos de socialización de los jóvenes en torno a los nuevos medios (Qualizza y Sambri, 2013), o sobre la influencia de estos en la articulación del discurso público entre los jóvenes italianos (Marini, Fioravanti, Gerli y Graziani, 2017), pero sin reparar en las preferencias de los jóvenes en cuanto al contenido u otros aspectos relevantes de cada medio y de la prensa, en especial, o acerca de la visión de los jóvenes italianos sobre cómo se ven reflejados en los medios, cuestiones ambas que nos hubiera gustado destacar en este apartado, tal y como hemos hecho en el caso de los jóvenes en España.

Desde Marruecos, una de las referencias sobre el consumo de medios y, especialmente, de prensa, es el informe elaborado por El Harras (2011) sobre los jóvenes y los medios de comunicación en Marruecos que a pesar de proporcionarnos datos sobre su consumo menos actuales, las aportaciones del estudio sobre los motivos de dicho consumo y las preferencias de los jóvenes resultan de gran interés.

Del consumo de prensa entre los jóvenes marroquíes en dicha investigación se observa que también la mayoría de los jóvenes marroquíes son preferentemente lectores esporádicos de diarios, cuando no lo son nunca. Un 39% de los jóvenes encuestados en la investigación de El Harras (2011) lee diarios a veces y solo un 2,3% lo hace

⁹⁵ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “il giornale on-line fa le veci di un iniziale stimolo frutto, forse, dell’abitudine a consultare una homepage, che prosegue con un approfondimento in forma di video, anch’esso certamente breve e dritto al punto e che para dossalmente affida la propria autorevolezza alla testata giornalistica, magari non letta in prima persona, ma in ogni caso distillata in forma fruibile per questa generazione.” (Gagliano y Raciti, 2018:11).

regularmente. Por el contrario, casi un 32% no lee nunca diarios y un 12% lo hace raramente.

Entre las razones de no lectura o de lectura solo esporádica que indican los encuestados, aunque la mayoría apunta a otras cuestiones que no se les plantean en la investigación, entre los posibles motivos expuestos, la causa que mejor describe la no lectura de diarios es la de no poder permitirse comprarlos. También se mencionan otras posibles razones como una falta de interés por la vida cotidiana, falta de objetividad y, en cuarto lugar de importancia, el desinterés por parte de los diarios en relación a las necesidades de los jóvenes. Cuando los jóvenes tratan de explicar el índice de lectura de diarios entre la población en general, que en el estudio calculan de un 1%, el principal motivo que manifiestan es el problema del analfabetismo (El Harras, 2011:77-84). Además de las razones mencionadas, ante otra pregunta que hace referencia al porqué ya no de leer, sino al porqué de no comprar diarios, surgen otras dos razones que explican también el fenómeno. En primer lugar, los jóvenes apuntan a que el hecho de no comprar el periódico forma parte de un hábito y, en segundo lugar, se considera que con lo que el entorno audiovisual les ofrece ya es suficiente (El Harras, 2011:98-99).

En cuanto a las razones para la lectura de diarios, paradójicamente la razón más mencionada por los jóvenes marroquíes participantes en esta investigación es la posibilidad de acceder a los diarios. Un segundo motivo que también señalan los jóvenes es el hecho de disponer o no de tiempo libre, algo que como señala El Harras (2011) demuestra que la lectura de diarios no es una actividad incorporada en la vida diaria de los jóvenes marroquíes. En cuanto a los temas sobre los que quieren mantenerse informados y por los que más leen diarios con ese fin, los eventos deportivos son los que más interés despiertan como motivo de lectura de prensa y, en menor medida, las informaciones sobre crímenes y delincuencia y sobre acontecimientos artísticos y culturales, mencionados por una reducida parte de los encuestados. No obstante, cuando se trata de señalar las secciones de diarios de mayor interés para los encuestados, la sección de cultura destaca por encima de otras secciones como la deportiva, acontecimientos varios o la de espectáculos y entretenimiento, aunque con poca diferencia (El Harras, 2011:85-88).

En esta investigación de El Harras (2011) también se incluyen las reflexiones críticas por parte de los jóvenes encuestados hacia la prensa que resumimos de la siguiente forma: los diarios tienden a reflejar la realidad a medias, camuflando información, por otro lado, los jóvenes achacan a la prensa que no se hagan eco o que lo hagan de forma mínima de acontecimientos importantes que aparecen en canales como Youtube, por ejemplo. Ambos casos son motivo de desconfianza hacia la prensa por parte de los jóvenes. Los jóvenes echan también en falta mayores contenidos culturales y subrayan que los diarios ponen demasiado énfasis en “en la cultura del cuerpo a expensas de la

cultura del alma” (El Harras, 2011:101)⁹⁶. Otra de los comentarios de los jóvenes acerca de la prensa es que ésta no se interesa lo suficiente sobre problemas fundamentales de la sociedad como la pobreza o el nivel de vida de los ciudadanos. Los jóvenes son conscientes, igualmente, de la censura y el control por parte de las autoridades hacia la prensa, aunque también advierten sobre los intereses económicos en cuenta a la agenda que proponen. Un último aspecto que destacan es el partidismo político de los diarios y, al mismo tiempo, la desconfianza de los jóvenes hacia la política como otro motivo de desencuentro entre los jóvenes y la prensa (Harras, 2011:100-102). Algo que confirman los datos de la cuarta ola del Barómetro Árabe llevada a cabo en Marruecos en 2016 donde cerca del 50% de los jóvenes marroquíes⁹⁷ no sigue las noticias políticas a través de los periódicos, un 29% lo hace raramente y únicamente un 10% de los encuestados en el Barómetro consulta diarios para informarse acerca de noticias políticas algunas veces por semana y solo un 3% lo hace a diario (Arab Barometer, 2018).

Si establecemos una comparativa entre el consumo de prensa que indican los jóvenes encuestados en este estudio y el consumo de otros medios podemos observar que la prensa es, sin duda, el medio menos consumido por los jóvenes marroquíes encuestados frente cerca del 80% de consumo diario de radio y televisión. No obstante, Harras (2011), al igual que planteaba Yuste (2015) en el caso español, considera que la importancia que adquieren los dispositivos móviles e internet como fuente de información entre los jóvenes, es algo que no pueden desaprovechar los diarios marroquíes. En esta línea, una investigación llevada a cabo en Marruecos el mismo año, en 2011, revela datos similares respecto al consumo de prensa en soporte impreso en relación con otros medios, pero también apunta al uso que realizan los jóvenes marroquíes participantes en esta investigación respecto a las plataformas digitales como fuentes de información. Los diarios digitales son empleados por un 50% de los participantes y representan la plataforma más empleada por estos jóvenes después de las redes sociales empleadas por el 97% de los encuestados (Ait Hattani, 2011:16).

En relación al elevado uso que realizan los jóvenes de las redes sociales en Marruecos, una de las corrientes de estudio extendida en los últimos años, sobre todo a partir de las revueltas que presenciaron algunos países árabes -también Marruecos aunque con menor repercusión como hemos visto- es el rol de las redes sociales y de otros medios

⁹⁶ Traducción de la autora de esta investigación a partir del texto original: “sur la culture du corps au détriment de la culture de l’âme” (El Harras, 2011:101).

⁹⁷ Como señalamos en el capítulo 2, la cuarta edición del Barómetro Árabe incluye entrevistas cara a cara en 7 países árabes (Argelia, Egipto, Jordania, Líbano, Marruecos, Palestina y Túnez) con una media de 1.200 encuestados por país, mayores de 18 años. La muestra total está compuesta por 9.000 entrevistados de los que para fines de este análisis se extraen exclusivamente las respuestas de los jóvenes encuestados entre 18 y 30 años de Argelia (522), Egipto (311), Marruecos (429) y Túnez (287). Por tanto, los porcentajes presentados a lo largo del texto corresponden al cruce de variables aplicado a la muestra compuesta por los jóvenes de estos cuatro países. Las respuestas integras como los detalles metodológicos de la cuarta edición y de ediciones anteriores se encuentran disponibles para su descarga en el siguiente enlace: <http://www.arabbarometer.org/instruments-and-data-files>

digitales como espacios que difunden la voz de los jóvenes, fomentan su participación y donde los jóvenes vuelcan su propio contenido, en contraste con el rol de los medios convencionales (Ait Hattani, 2011; El Marzouki, 2018; Harraqi, 2017), una cuestión que ya tratamos en el segundo capítulo con respecto a la participación de la juventud árabe. Aunque no es objeto de esta investigación centrarnos en este campo de estudio, el hecho de que se subraye el potencial de estos espacios como entornos donde los jóvenes tienen un protagonismo relevante y que los jóvenes empleen estos entornos como medios y herramientas para la práctica participativa, indirectamente cuando no se hace referencia explícita en los estudios, alude a la escasa identificación de los jóvenes marroquíes en los medios convencionales.

En Egipto, del proyecto de 2016 sobre el uso de los medios en Oriente Medio que lleva a cabo la Northwestern University in Qatar junto con el Doha Film Institute y que ya mencionamos en el capítulo 3, se pueden obtener algunos datos sobre el consumo y frecuencia de medios de comunicación entre los jóvenes egipcios.

Según las cifras del año 2016 que recaba este estudio, un 38% de los jóvenes de 18 a 34 años, con el fin de entretenerse, consulta diarios, aunque este porcentaje disminuye al 19% cuando se trata de la lectura de prensa al menos una vez a la semana.

Por otra parte, cerca del 90% de los jóvenes egipcios ven programas de televisión y un 37% escuchan la radio al menos una vez a la semana para entretenerse. Un dato de interés respecto al consumo de información como entretenimiento es que el 75% de los jóvenes egipcios encuestados consultan noticias online al menos una vez a la semana con este fin. Por tanto, la información sí es motivo de entretenimiento para la mayoría de los jóvenes egipcios cuando esta se consulta online.

En el marco de la investigación mencionada, no obstante, cuando a los jóvenes se les pregunta por la forma de acceso a las noticias, el 86% de los jóvenes entre 18 y 34 años acceden a las noticias a través de la televisión, un 45% a través de internet y solo un 38% mediante la lectura de diarios (Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute, 2016).

En el caso del acceso a la información política a través de los diarios, todavía de forma más evidente que en el caso marroquí, los jóvenes egipcios no consultan la prensa para informarse acerca de noticias políticas según la cuarta ola del Barómetro Árabe que se desarrolló en el país en el año 2017. Un 79% no sigue los diarios con este objetivo, solo un 11% lo hace raramente y cerca del 3% consulta la prensa para este fin, pero en frecuencias más bajas (Arab Barometer, 2018). No obstante, recuperamos aquí la investigación de Shehata (2017) y la relevancia que concede a los diarios convencionales como herramienta que logró empoderar en mayor medida que las redes sociales a una parte de los jóvenes egipcios durante las revueltas que se sucedieron en el país.

El autor defiende que, mientras que los diarios egipcios se relacionan directamente con la participación política de los jóvenes, ya que al estar controlados por el poder movilizan a sus lectores a participar, las redes sociales aunque también son una importante herramienta de información y un medio movilizador no son capaces de empoderar a los nuevos actores políticos a raíz de la represión por parte de los actuales actores en el poder (Shehata, 2017). Actores que son apoyados por los medios masivos y, en especial, por los diarios egipcios. Sin embargo, otra cuestión a considerar es qué medida los jóvenes que sí fueron llamados a participar a través de los diarios convencionales son representativos de la juventud egipcia.

En relación a la participación política de los jóvenes egipcios y el reflejo de los acontecimientos relacionados con esta participación en los medios de comunicación, Sika (2016b) recoge algunas percepciones de jóvenes activistas sobre los periódicos de mayor difusión en el país de los que consideran que, o bien no les conceden espacio para promocionar sus causas, o bien les infravaloran, difaman o les retratan como agentes al servicio de Occidente (Sika, 2016b:12-13). En el mismo trabajo, el autor expone el parecer de una joven que sostiene que los medios, en general, en el país han contribuido a fomentar el acoso contra las mujeres haciendo énfasis en la vestimenta que debería llevar la mujer con tal de evitar dicho acoso, en lugar de presentar soluciones al problema (Sika, 2016b:19).

En el caso de Egipto, como en el de Marruecos y el de Italia, tampoco hemos podido encontrar estudios que se interesen por la opinión que tienen los jóvenes respecto al discurso sobre los jóvenes en los medios, más allá en Egipto de la visión de los jóvenes activistas sobre la cobertura en los medios convencionales de sus acciones durante las revueltas que se desarrollaron hace ya unos años en el país. Con todo, esta falta de literatura científica sobre esta cuestión específica revela una falta de interés por este ámbito en vista de la frágil relación entre la prensa y este grupo social que se refleja en el consumo que hacen los jóvenes de la prensa y que puede también estar motivada por la asunción de que los diarios, sobre todo los tradicionales y en soporte impreso, no tengan mucho qué decir sobre los jóvenes y, por consiguiente, ni los jóvenes sobre los diarios. Una relación que de tan asumida no se contempla estudiarla.

Algunas de las aportaciones sobre el consumo de medios por parte de los jóvenes y sus opiniones sobre los medios y los discursos que generan las podemos encontrar en estudios realizados a nivel supranacional, o en otros contextos geográficos diferentes a los contemplados hasta el momento en este apartado. Por ejemplo, a nivel regional árabe, el de la encuesta a jóvenes árabes que elabora anualmente la consultora ASDA´A Burson-Marsteller y que incluye también Egipto y Marruecos entre los 16 países árabes analizados, las tendencias de consumo de medios para recibir información por parte de los jóvenes árabes encuestados son similares a las de los dos países árabes que se toman en consideración en esta investigación, Egipto y Marruecos.

Así, las redes sociales son el medio prioritario de acceso a las noticias para un 63% de los encuestados en 2018 y, por primera vez desde que se realiza la encuesta, superan a la televisión como medio informativo. En tercer lugar, se encuentran las fuentes de noticias online para un 34% de los encuestados y los diarios descienden como medio por el que se informan los jóvenes de un 22% en la encuesta de 2015 a un 18% en la de 2018 (ASDA´A Burson-Marsteller, 2018:61).

También a nivel regional árabe, el informe 'Arab Media Outlook 2016-2018' (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017) hace referencia a los diferentes canales y medios por los que se informan los jóvenes árabes. En base a este informe con datos de 2015, las páginas web son el medio más usado por los jóvenes árabes entre 18 y 24 años, hasta un 84% se informa a través de estos medios. Seguidamente, más del 75% de los jóvenes árabes se informan a través de las redes sociales y el 73% a través de la televisión. En el caso de los diarios, el 40% de los jóvenes árabes accede a las noticias a través de los periódicos (Dubai Media City y Dubai Press Club, 2017:62).

En el contexto europeo, los datos más actuales que publica Eurostat sobre la frecuencia de lectura de diarios en Europa datan de 2011. En base a dichos cálculos, los porcentajes de jóvenes entre 25 y 34 años que leen periódicos a diario es superior al 40% en todos los países europeos llegando incluso a superar el 60% en Finlandia, Austria o Estonia y inferior del 40% en Reino Unido, Grecia o Chipre (Eurostat, 2018p). No obstante, el hecho de que solo se tenga en cuenta las personas de 25 o de mayor edad podría explicar dichos porcentajes relativamente altos teniendo en cuenta, como hemos visto, que el índice de lectura de diarios aumenta conforme aumenta la edad.

A nivel global, también nos gustaría destacar respecto al consumo de diarios entre los jóvenes, una reciente publicación de la que se hacía eco la WAN-IFRA sobre los suscriptores de diarios que señala que son los suscriptores jóvenes, por encima de los que pertenecen a otros grupos de edad, los que más consumen contenido de medios tradicionales tanto en formato impreso, online o a través de dispositivos móviles, son el grupo de edad que mayores lectores multi-canal congrega y a la vez los que están más dispuestos a pagar por el contenido informativo. Aunque este grupo tiene una media de edad de 36 años, algo por encima de lo contemplado como juventud en los estudios que recogemos en este trabajo como de nuestro criterio para operacionalizar los análisis, consideramos que resulta un indicador del interés por la información, también en soporte impreso, por parte de un perfil joven de lectores (G.Marsh, 2017, 4 de mayo).

Finalmente, también desde otros contextos se han estudiado las posibles razones que explican un consumo reducido de prensa entre los jóvenes. Destacamos dos de ellas que han sido mencionadas en diversos estudios de diferentes contextos y también se han mencionado en este apartado.

Por un lado, uno de los motivos que señalan las investigaciones es la falta de tiempo que mencionan los jóvenes como motivo de la reducida lectura de diarios tanto en números

totales como en frecuencia de lectura (Raeymaeckers, 2002; Huang, 2009; Zerba, 2011). Una razón que también destaca El Harras (2011) en el caso marroquí. Zerba (2011), en concreto, recoge en su investigación como los jóvenes consideran que la lectura de diarios implica un consumo considerable de tiempo para encontrar las noticias de interés debido a la gran cantidad de información que contienen. Por otro lado, en la misma investigación se hace referencia a que la lectura de diarios es un hábito en la vida diaria que los jóvenes no tienen incorporado (Zerba, 2011)- algo que también mencionaban los jóvenes marroquíes en el estudio de El Harras (2011)-.

Otro de las cuestiones que también han sido desarrolladas en esta sección (Túñez, 2009; El Harras, 2011) y con la que coinciden otros estudios (Buckingham, 2000; Huang, 2009; Zerba, 2011) es la desavenencia entre la agenda temática de la prensa y los contenidos de interés para los jóvenes.

“En la medida en que un medio de comunicación no conecte con su vida cotidiana y no puedan recurrir a él como una fuente, no sólo de información sino de guía y orientación en sus vivencias más próximas, no estarán dispuestos a consumirlo” (Ortega Miranda, 2017: s/n).

7.3 Variables, proceso e implementación del cuestionario

En este apartado se contemplan cuestiones relativas a la elaboración y el proceso de aplicación de un cuestionario dirigido a los jóvenes de los cuatro países de la región mediterránea que estudiamos en la investigación y que tiene como fin evaluar los hábitos de consumo de los medios de comunicación entre los jóvenes, su relación con la prensa y la opinión que les merece el discurso que este medio difunde sobre el colectivo.

Al igual que establecimos previamente como criterio para la selección de la muestra de los diarios, que las informaciones hicieran referencia a jóvenes adultos, limitando desde los 18 hasta los 30 años la edad de los jóvenes que aparecían en las unidades seleccionadas (en el caso de que se pudiera discernir de la información tal condición), este cuestionario, también, de manera que pudiera ser operativo, se dirige a los jóvenes de entre 18 y 30 años de edad. La muestra para el cuestionario está compuesta por 80 personas jóvenes por cada país objeto de estudio. Por tanto, la totalidad de la muestra es de 320 personas.

Teniendo en cuenta que el conjunto de censo en esta investigación lo componen todas las personas jóvenes entre 18 y 30 años procedentes de España, Italia, Marruecos y Egipto, resulta imposible emplear una muestra representativa de la población total a estudiar. La falta de recursos necesarios y los límites de la propia investigación, cuyo análisis va más allá de la aplicación del cuestionario que aquí se presenta, representan los principales motivos. No obstante, se ha tratado de obtener cierto equilibrio entre las características sociodemográficas de los participantes en el cuestionario o lo que

formalmente se conoce como muestra por cuotas (Briones, 1996), sobre todo, respecto al sexo, edad y nivel de estudios de los encuestados, a pesar de que no siempre se ha conseguido por lo que en cada caso va a destacar un determinado perfil de joven.

El cuestionario está compuesto por 14 preguntas principales que cuentan, algunas de ellas, con otras sub-preguntas y que podríamos agrupar en las siguientes categorías de variables:

- Variables sociodemográficas: sexo, lugar de nacimiento, edad de encuestado y nivel de estudios.
- Tiempo diario dedicado al consumo de los diferentes medios de comunicación.
- Motivación en el consumo de los diferentes medios de comunicación: listado con posibles razones (entretenimiento, estar al tanto de la actualidad, formarse una opinión etc.) donde se indica el grado de acuerdo con dichas motivaciones y se menciona, si procede, otras razones que no se incluyen y que puede indicar abiertamente el encuestado.
- Diferentes medios de comunicación a los que accede el encuestado para mantenerse informado.
- Grado de influencia de los diferentes medios de comunicación como creadores de opinión pública.
- Tipo de contenido priorizado a la hora de consultar la prensa, en soporte impreso o digital: listado con posibles temas de interés (ocio, economía, política, educación etc.) donde se indica el grado de interés respecto a los temas expuestos y se menciona, si procede, otros temas que no se incluyen y que puede indicar abiertamente el encuestado.
- Variables de opinión acerca del discurso sobre los jóvenes en la prensa: valoración sobre la frecuencia de aparición de los jóvenes y sobre los asuntos y situaciones con los que normalmente se les relaciona en dicho medio. En esta misma línea, el cuestionario presenta ocho afirmaciones que contrastan entre sí y sobre las que el encuestado manifiesta su grado de conformidad.
- Grado de influencia que tiene la representación de los jóvenes en la prensa sobre el consumo que realiza el encuestado de este medio.

La relación de todas las preguntas y respuestas posibles se puede consultar en los anexos de este trabajo (pag. 573). Si atendemos a la tipología de preguntas, a lo largo del cuestionario éstas serán de diversa índole. Por lo general, la mayoría de preguntas que se incluyen en el cuestionario lo serán de elección múltiple donde se ofrece un listado de posibles respuestas y a la vez se permite que el encuestado pueda añadir, si lo desea, otra respuesta alternativa ya que ésta no es contemplada entre las posibles respuestas

que ofrece el cuestionario. Este tipo de preguntas se emplearán a la hora de recabar información acerca del consumo de medios de comunicación entre los jóvenes (Preguntas de la 5 a la 9).

Por otra parte, a la hora de recoger los datos sociodemográficos de los encuestados, las preguntas serán cerradas, es decir, el encuestado deberá elegir entre las opciones ofrecidas y no podrá añadir ningún dato en ese sentido (preguntas 1,2 y 4). La excepción en cuanto a las variables sociodemográficas la conforma la pregunta referente al lugar de nacimiento (pregunta 3) que se construye como pregunta abierta para que el encuestado pueda indicar abiertamente su lugar de nacimiento, la cual se postcodificará como variable y sus valores en el programa de análisis diseñado para la extracción y análisis de los datos correspondientes.

La siguiente tipología de preguntas empleadas en el cuestionario las podríamos clasificar como describen Casas Anguita, Repullo Labrador y Donald Camos (2003) como preguntas de estimación. En este tipo de preguntas “[...] se ofrecen como alternativas respuestas graduadas en intensidad sobre el punto de información deseado” (2003:153). En nuestro análisis estas respuestas graduadas en intensidad harán referencia a la frecuencia de aparición de los jóvenes en los diarios (pregunta 10), sobre si ésta presencia debería o no variar (pregunta 11), la ordenación de temas con los que más se vinculan las informaciones de los jóvenes en orden de mayor a menor importancia (pregunta 12) y sobre el grado de conformidad con algunas afirmaciones sobre la representación de los jóvenes (pregunta 13) y sobre la influencia de dicha representación en el consumo que realizan del medio (pregunta 14).

El cuestionario empleado también incluye una variedad de escalas de medición en función de las preguntas. Hemos empleado escalas de medición de carácter nominal cuando deseamos recabar, por ejemplo, el sexo del encuestado y de carácter ordinal para conocer su edad. También de naturaleza ordinal, se emplea la escala de Likert que sirve para medir la actitud del encuestado respecto a un tema (Simelio, 2011:178). La escala de Likert ha sido empleada, tanto para medir el grado de conformidad con algunas afirmaciones respecto al consumo de los medios de comunicación, como para conocer la opinión de los encuestados respecto a la representación de la juventud por parte de la prensa. Por otra parte, también hacemos uso de la conocida como escala de Guttman para conocer el nivel de estudios de los jóvenes. Como señala Simelio (2011) en este tipo de escala las respuestas posibles que se recogen se ordenan de tal forma que al elegir una de las respuestas, el encuestado está dando por válidas las respuestas inmediatamente anteriores a la elegida. Así, respecto al nivel de estudios, si el encuestado afirma disponer de titulación universitaria, se asume que los niveles educativos inferiores ya se han completado (Simelio, 2011:178-179).

Otro de los asuntos que podemos comentar respecto a las preguntas de la encuesta es el empleo del enfoque embudo propuesto por Cannel y Kahn (citados por Blanco,

2011:96). Para los autores este enfoque consiste en exponer en primer lugar preguntas de carácter más general y menos conflictivas para continuar con interrogantes más específicos. En nuestro análisis se puede apreciar dicho enfoque en la medida en la que comenzamos la encuesta con preguntas acerca de la frecuencia de consumo de uno u otro medio y finalizamos el cuestionario recogiendo su opinión acerca de la presencia de los jóvenes en la prensa y el grado de influencia que puede ejercer dicha representación sobre su consumo de medios.

Para la implementación de la encuesta, se decide volcar el cuestionario a una plataforma online y hacerlo accesible a través de internet, la principal vía empleada para su difusión y la que consideramos la vía más factible teniendo en cuenta que la mayor parte de la población objeto de estudio corresponde a un contexto geográfico diverso a la de la investigadora. A pesar de ello, algunos cuestionarios dirigidos a jóvenes marroquíes y egipcios se realizan en formato impreso y en presencia de la investigadora. Para hacer accesible el cuestionario online se ha empleado la plataforma Typeform que permite, de forma sencilla para los participantes, a través también de dispositivos móviles, visualizar, introducir la información solicitada y contestar las preguntas que se plantean. Antes de terminar de confeccionar el cuestionario definitivo, se realizó un pretest que se envió a un número reducido de jóvenes españoles. En base a las respuestas del pretest, se identificaron algunos errores y carencias y se terminó de configurar el cuestionario definitivo. El cuestionario se ha traducido a la lengua oficial de cada país: castellano, italiano y árabe y se puede visualizar a través de cuatro enlaces diferenciados por cada país que incluimos aquí:

- Enlace para visualizar el cuestionario dirigido a los jóvenes españoles:
<https://youthandpress.typeform.com/to/z9Bf45>
- Enlace para visualizar el cuestionario dirigido a los jóvenes italianos:
<https://youthandpress.typeform.com/to/Ximirx>
- Enlace para visualizar el cuestionario dirigido a los jóvenes marroquíes:
<https://youthandpress.typeform.com/to/eazMlj>
- Enlace para visualizar el cuestionario dirigido a los jóvenes egipcios:
<https://youthandpress.typeform.com/to/lwzy6e>

La divulgación del cuestionario ha seguido diversas vías. Por un lado, se ha difundido a través de los contactos de la investigadora y su entorno y a través de la toma de contacto con instituciones académicas como universidades y otro tipo de organizaciones del tercer sector que nos han ayudado en la búsqueda de participantes.

En este sentido, la estancia predoctoral realizada en la Università Ca' Foscari de Venecia durante los meses de septiembre y octubre de 2016, además de ser de utilidad en la progresión de los capítulos teóricos referidos al contexto italiano, las circunstancias de los jóvenes en este país y su sistema mediático y de prensa, nos ha permitido trasladar el cuestionario a un conjunto de alumnos de esta universidad. Se ha aprovechado la

estancia en Italia para difundir también el cuestionario entre aquellos jóvenes italianos de ámbito no necesariamente universitario como aquellos involucrados en el tejido asociativo.

En los cuatro contextos geográficos, se ha empleado, por otra parte, el espacio que ocupan diversas asociaciones y grupos en las redes sociales para visibilizar la encuesta y la investigación. A ese respecto, en estos espacios se ha publicado un vídeo en inglés⁹⁸ cuya intención es incentivar la participación de los jóvenes en la encuesta.

Como adelantábamos al inicio, en todos los casos, la encuesta fue realizada online por todos los encuestados a excepción de algunas encuestas dirigidas a jóvenes marroquíes y a jóvenes egipcios que fueron contestadas de manera presencial y entregadas de forma impresa a la investigadora. Algunas respuestas de los jóvenes egipcios fueron recabadas de esta forma en el marco de la presencia de estudiantes egipcios de la Arab Academy for Science Technology & Maritime Transport (AASTMT) en la Universidad Autónoma de Barcelona con motivo de la Escuela de Verano organizada por el Gabinete de Comunicación y Educación durante julio de 2017.

El periodo de respuestas del cuestionario comenzó en el mes de octubre de 2016 y se acabó de completar en julio de 2017 periodo tras el cual se dejaron de registrar otras respuestas enviadas a posteriori. Para el registro de las respuestas y su posterior explotación se ha empleado el software estadístico SPSS que también empleamos en el caso del análisis de contenido cuantitativo. La base de datos que incluye todas las respuestas del cuestionario se puede consultar en el disco anexo al trabajo.

7.4 Presentación de resultados: la visión de los jóvenes sobre la prensa, sus hábitos de consumo y percepciones sobre la representación de la juventud

Exponemos a continuación las opiniones vertidas por los jóvenes sobre el consumo de medios de comunicación, los contenidos que priorizan a la hora de consultar la prensa y acerca de la representación de los jóvenes en este medio, en primer lugar, a través de la presentación de los resultados por país y, finalmente, mediante una comparativa entre los principales puntos en común y diferencias entre los jóvenes y la relación de los resultados con estudios precedentes.

7.4.1. Jóvenes españoles

De los 80 jóvenes participantes en el estado español, el 60% de los encuestados son mujeres y el 40% hombres. A pesar de que el cuestionario no es completamente ecuánime respecto al sexo de los participantes, consideramos que la mayoría que representa la población femenina respecto a la masculina en el país, un 51% frente a un

⁹⁸ El vídeo se puede visualizar a través del siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/watch?v=n9Z0lxAp7rY>

49% de hombres según datos del 2017 del Instituto Nacional de Estadística, puede explicar estos porcentajes. El 87% de los encuestados reside en espacios urbanos y casi un 84% del total lo hace al norte de la geografía española. En cuanto al nivel de estudios, la mayor parte de los jóvenes encuestados posee estudios de educación superior: un 36% cuenta con un título de Grado y un 35% con un Máster o un Postgrado universitario.

El medio que más cantidad de horas diarias consumen los jóvenes participantes son las redes sociales. Un 16% de los participantes las utiliza más de dos horas al día y ningún otro medio consigue superar ese porcentaje en esa cantidad de tiempo diario. Un 25% declara consultar las redes sociales entre una y dos horas al día y cerca de un 34% entre 30 minutos y una hora. Sólo el 19% restante dedica menos de 30 minutos y un 6% no las utiliza diariamente.

Respecto al resto de medios, a pesar de que sólo el 11% ve la televisión más de dos horas al día, el 30% lo hace entre 1 y 2 horas, convirtiéndose en el segundo medio al que más tiempo diario dedican los jóvenes encuestados. Casi un 60% no escucha nunca la radio o lo hace menos de 30 minutos diarios. En lo que respecta a los diarios impresos, medio en el que centramos nuestra investigación, el resultado es contundente: el 52,5% no los consume diariamente y cerca del 39% lo hace menos de 30 minutos. El consumo de periódicos aumenta en el caso de los diarios digitales, aunque el número de personas que dicen consumirlos más de una hora es reducido, el 37,5% lee diariamente periódicos online entre media hora y una hora. Otros medios de comunicación a través de internet como las plataformas de vídeo se emplean por el 36% de los encuestados menos de media hora. Uno de los encuestados españoles menciona los videojuegos como otro medio de comunicación que consume diariamente.

Estar al tanto de la actualidad es la razón con el que los jóvenes se muestran más de acuerdo como principal motivación para consumir los medios de comunicación. En segundo lugar, los jóvenes buscan adquirir conocimiento general, seguido del uso que se realiza de los medios para el entretenimiento. Otras razones, como la de formarse una opinión adquiere también una relevancia importante para los jóvenes, un 46% se muestra de acuerdo como motivo para el consumo de medios. La razón que más dudas presenta para los encuestados es el uso que se hace de los medios de comunicación para comentar y valorar los contenidos de los propios medios, casi un 24% se muestra en desacuerdo con esta práctica y un 31% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo. Un joven participante afirma que otra de las razones por la que habitualmente utiliza los medios de comunicación es la posibilidad de conocer otros puntos de vista.

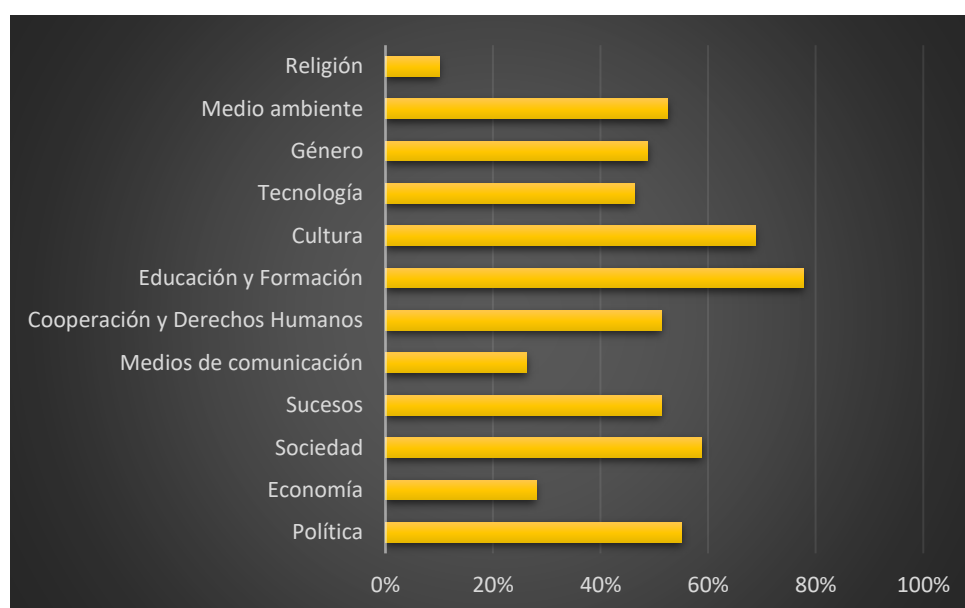
Si nos centramos en la principal motivación para el consumo de medios, estar al tanto de la actualidad, vemos como el medio que usan con más frecuencia los encuestados para este fin es la versión online de los diarios convencionales, un 67% de los encuestados la consultan frecuentemente o muy frecuentemente. Se aprecia, por tanto, que a pesar de que los diarios digitales no son el medio al que los jóvenes dedican más

tiempo diario, sí son el medio que priorizan para conocer la información de actualidad. Las cuentas oficiales de las que disponen los medios de comunicación en las redes sociales son, en segundo lugar, la fuente más consultada para este propósito. El uso de la televisión con el fin de mantenerse al tanto de la actualidad se equipará al uso que realizan de las redes sociales de amigos y entorno. En la línea del predominio de lo digital, otros medios online como las plataformas de vídeo o la radio digital, se emplean con mayor asiduidad que la radio convencional y los diarios impresos. Un 58,8% declara no usar nunca o muy poco la radio y un 66% los diarios impresos.

En cuanto a la influencia que le otorgan los jóvenes a los diferentes medios como creadores de opinión pública cabe destacar que, en general, no llega al 40% el número de encuestados que considera influyente en este sentido algún medio de comunicación, es decir, que algo más del 60% considera que los medios tienen una influencia moderada, poca influencia o ninguna sobre este aspecto. Son los diarios online los que mejor valorados están, un 32,5% los considera influyentes o muy influyentes y un 31% piensa lo mismo respecto a la televisión. El 26% cree que otras plataformas digitales pueden influir en la opinión pública y los diarios impresos, a pesar de su bajo consumo por parte de los jóvenes españoles, también se consideran influyentes o muy influyentes por casi un 24% de los encuestados. La radio es la peor valorada en este sentido, el 46% opina que es nada o poco influyente en su contribución a la creación de la opinión pública.

A la pregunta de qué temas consideraban de interés a la hora de consultar un diario, ya sea impreso o digital, como se puede apreciar en el siguiente gráfico, los jóvenes españoles valoran como interesante o muy interesante en primer lugar los asuntos relacionados con la educación y la formación, casi un 78% de los encuestados lo opina.

Gráfico 7.1. Temas de interés para los jóvenes españoles encuestados



La cultura se sitúa muy cerca, en segundo lugar con casi un 69%, los asuntos de sociedad con un 58,8%, la política con un 55,1%, el medio ambiente con un 52,5%, los sucesos y la cooperación y los derechos humanos, ambos con un 51, 0 %, son otros temas destacados.

Menos del 50% de los encuestados consideran también de interés el género o la tecnología y por debajo de estas cifras, está el interés por los medios de comunicación, aunque un 41% les otorga un interés medio. El tema menos atractivo entre los encuestados es la religión, casi al 80% de los participantes les parece poco o nada interesante leer contenido de carácter religioso en la prensa.

A la pregunta sobre la frecuencia de aparición de los jóvenes en los diarios, algo más de la mitad de los jóvenes participantes españoles considera que estos aparecen muy poco en la prensa, no obstante, casi un 39% declara que los jóvenes aparecen de forma moderada en la prensa, ni poco ni mucho. Respecto a si esta frecuencia de aparición debería disminuir, mantenerse o aumentar, la respuesta de los jóvenes es contundente: el 80% de los participantes opina que la presencia de los jóvenes en la prensa debería aumentar frente al 11,3% que cree que debería mantenerse y al 8,8% al que no le afecta dicha circunstancia.

Una de las preguntas del cuestionario pedía a los jóvenes que ordenaran del 1 al 10 el tema o la situación descrita con la que más creen que se les vincula a los jóvenes en la prensa, donde la primera posición representaba el tema o situación que más aparecía en la prensa respecto a los jóvenes y así hasta la décima posición en la que debían situar el tema o asunto que consideraban aparecía con menos frecuencia en las informaciones relacionadas con jóvenes que difunde la prensa. Para la presentación de los resultados se ha tenido en cuenta la puntuación media que recibe cada tema en base al orden de prioridad que señalan los encuestados. Así, el orden establecido por los jóvenes españoles encuestados sería el siguiente:

Tabla 7.1 Orden de temas o situaciones en los que aparecen los jóvenes en la prensa en base al orden establecido por los jóvenes españoles encuestados

1	Desempleo juvenil
2	Sucesos en los que están involucrados los jóvenes (accidentes, actos delictivos, vandalismo etc.)
3	Oferta formativa y educación de los jóvenes
4	Jóvenes en contextos de ocio o como actores culturales o destinatarios de la oferta cultural
5	Jóvenes emprendedores
6	Jóvenes y participación política (participantes en manifestaciones o campañas reivindicativas)
7	Acciones políticas dirigidas a los jóvenes
8	Jóvenes como líderes de opinión o expertos en alguna materia
9	Jóvenes en contextos de responsabilidad (trabajadores, unidades familiares, solidarios...)
10	Jóvenes como líderes políticos, militantes de partidos políticos, de organizaciones o agrupaciones políticas

Como vemos, el orden de temas que según los jóvenes españoles más aparecen en la prensa relacionados con la juventud son temas relacionados con el desempleo juvenil, los sucesos, la oferta formativa y los contextos de ocio, los tres primeros temas destacados también en el análisis de contenido cuantitativo en el caso de la prensa española y en la totalidad de la muestra de prensa en general. Por tanto, se aprecia cierta coincidencia entre los temas que más destacan de nuestro análisis y los asuntos que se perciben como más destacados por parte de los jóvenes. Las informaciones sobre jóvenes que menos aparecen en la prensa según los jóvenes españoles son informaciones relacionadas con acciones políticas dirigidas a los jóvenes, donde los jóvenes aparecen como líderes políticos o líderes de opinión o en contextos de responsabilidad.

Un 45% de los participantes estima que cuando aparecen noticias de los jóvenes en la prensa normalmente no se incluye la propia versión de los jóvenes y un 40% opina que, por el contrario, suelen estar protagonizadas por diversas instituciones como administraciones u otros organismos públicos.

Más del 60% cree que la prensa no tiende a mostrar a los jóvenes como personas responsables sino más bien como personas poco comprometidas. El mismo número de participantes considera que los jóvenes aparecen en la prensa como sujetos vulnerables de las circunstancias económicas y, sin embargo, no llega a un 23% los participantes que creen que los jóvenes aparecen, a menudo, en la prensa como sujetos activos de algún proyecto de emprendeduría económica o social. Algo más del 60% de los jóvenes está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación que contempla que la prensa suele criminalizar los contextos de socialización de los jóvenes (ocio, relaciones sentimentales etc.) y cerca del 50% no considera que se presente a los jóvenes como modelo a seguir por su comportamiento cívico o como ejemplo de superación.

Como vemos y a pesar de que los jóvenes se muestran muy críticos con el discurso sobre los jóvenes en la prensa, sólo a un 25% le influye y a un 31% le influye moderadamente este discurso en el consumo de este medio de comunicación en concreto. Casi a un 29% le influye poco, a un 11,3% no le influye en absoluto y sólo un 2,5% declara no haber reflexionado sobre esta cuestión.

7.4.2. Jóvenes italianos

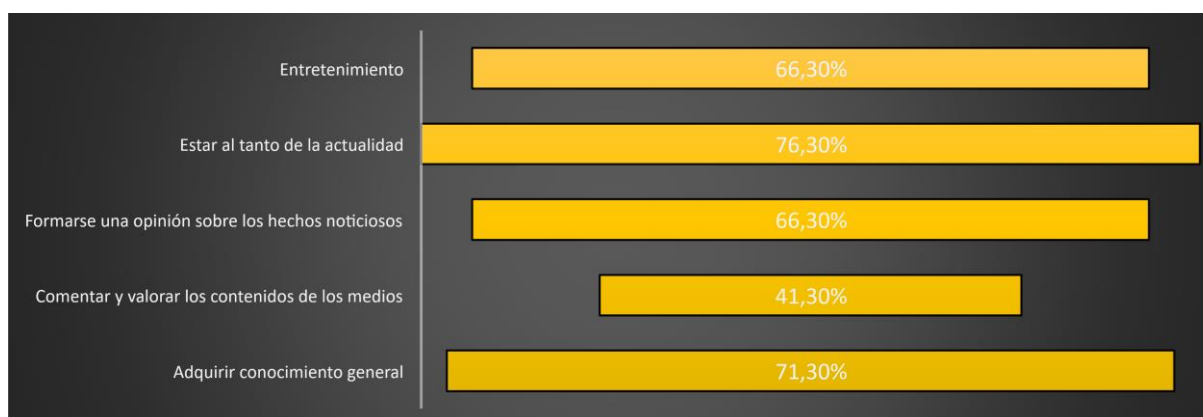
Al igual que en el caso español, los jóvenes italianos participantes en el cuestionario han sido, en su mayoría, mujeres, un 65% frente a un 35% de los hombres. La mayor parte de los encuestados, un 36% tiene entre 22 y 25 años y el resto se divide en otras franjas etarias uniformemente. Cerca del 90% de los encuestados vive en una ciudad y un 62,5% lo hace al norte del país. La mayor parte de los participantes posee una titulación

superior, un 43,8% cuenta con la titulación universitaria básica, aunque un 40% con educación secundaria no obligatoria.

Las redes sociales son el medio al que los jóvenes italianos dedican más tiempo diario, casi un 19% las consume más de dos horas, un 32% entre una y dos horas y un 33% entre media hora y una hora. La televisión presenta disparidad de tiempo de consumo entre los participantes, cada franja de tiempo es seleccionada por entre el 20-30% de los encuestados hasta el máximo de dos horas diarias. Sólo en torno al 10% de los jóvenes consume la radio más de una hora, pero un 20% la consume entre 30 minutos y una hora y un importante 40% menos de 30 minutos diarios. Un 46% declara no consumir diariamente los diarios impresos y algo más del 50% le dedica como mucho una hora. Los diarios online tienen mejor acogida, sólo el 8,8% no los consume diariamente, el resto, aunque un 31% lo hace entre media hora y una hora, un 47% lo hace menos de 30 minutos. No hay un tiempo de consumo diario claro que prevalece en el consumo de otros medios de comunicación por internet. Se mencionan los videojuegos, las *newsletter* con información local/regional, el *e-commerce*, los libros y los foros de internet como otros medios de comunicación de consumo diario.

Como se aprecia en el siguiente gráfico, estar al tanto de la actualidad es la razón más destacada por los jóvenes italianos para el consumo de los medios de comunicación, un 76,30% así lo declara. Adquirir conocimiento general es la segunda razón escogida por los participantes. Entretenerse o formarse una opinión sobre los hechos noticiosos son para un 66,30% de los participantes otras dos razones de peso por las que consumen los medios. Comentar y valorar los contenidos de los medios ocupa una posición más marginal, aunque un 41% está de acuerdo o totalmente de acuerdo con esta motivación. Tres encuestados mencionan consumir los medios de comunicación por motivos de estudio o laborales.

Gráfico 7.2. Razones para el consumo de medios por parte de los jóvenes italianos



Para mantenerse al tanto de la actualidad, los jóvenes italianos emplean con mayor frecuencia respecto a otros medios las páginas oficiales de los medios de comunicación en las redes sociales, un 63,8% las usa frecuentemente o muy frecuentemente con esta

finalidad. Otras fuentes digitales son seguidamente las más usadas para este fin: un 60% de los participantes consulta los diarios online, un 48% otras plataformas digitales y un 45% las redes sociales de sus amigos o entorno. El resto de medios como la televisión con un 31%, la radio con un 23% y los diarios en papel con sólo un 12% de encuestados que consultan estas fuentes frecuentemente, no son medios priorizados por los jóvenes para conocer la actualidad.

Además del medio más consumido, son las redes sociales el medio que más influye en la opinión pública según los jóvenes italianos encuestados, la mitad consideran las redes sociales influyentes o muy influyentes. De cerca le siguen los diarios online, un 45% los considera influyentes o muy influyentes. Por debajo, se sitúan la televisión (32%), los diarios impresos (26%), otras plataformas digitales (23%) y la radio (16%).

La cultura es para un 77,50% de los encuestados el tema que más interés despierta a los jóvenes encuestados a la hora de consultar la prensa, digital o en papel. Otros dos temas destacados por los jóvenes son los asuntos de sociedad y los sucesos, con un 67,5% y un 66,3% respectivamente. El resto de los temas se sitúan por orden de interés de la siguiente forma: educación y formación (57,50%), medio ambiente (56%), tecnología (51%), cooperación y derechos humanos (48%), género (45%), política (42,5%), medios de comunicación (38%), economía (28%) y, por último, religión (17,50%). Se mencionan los deportes por parte de tres de los encuestados.

Casi el 43% de los encuestados italianos no tiene una opinión clara respecto al grado de frecuencia en la que aparecen los jóvenes en la prensa, si bien es cierto que otro 40% considera que aparecen poco o nunca o casi nunca. Se muestran más categóricos sobre si la presencia de los jóvenes en la prensa debería variar. Un 83,8% considera que esta debería aumentar.

Tabla 7.2 Orden de temas o situaciones en los que aparecen los jóvenes en la prensa en base al orden establecido por los jóvenes italianos encuestados

1	Desempleo juvenil
2	Acciones políticas dirigidas a los jóvenes
3	Oferta formativa y educación de los jóvenes
4	Sucesos en los que están involucrados los jóvenes (accidentes, actos delictivos, vandalismo etc.)
5	Jóvenes emprendedores
6	Jóvenes en contextos de ocio o como actores culturales o destinatarios de la oferta cultural
7	Jóvenes en contextos de responsabilidad (trabajadores, unidades familiares, solidarios...)
8	Jóvenes y participación política (participantes en manifestaciones o campañas reivindicativas)
9	Jóvenes como líderes de opinión o expertos en alguna materia
10	Jóvenes como líderes políticos, militantes de partidos políticos, de organizaciones o agrupaciones políticas

Existen ciertas coincidencias entre los jóvenes españoles e italianos en cuanto a los temas más y menos destacados en la prensa en relación a la información de los jóvenes. Al igual que para los jóvenes españoles, los jóvenes italianos también consideran que las noticias acerca del desempleo juvenil, sobre la oferta formativa o sobre los sucesos son asuntos destacados por la prensa. Por otra parte, los jóvenes italianos también creen que los jóvenes como líderes políticos y como líderes de opinión aparecen menos frecuentemente en los diarios, al igual que afirman los jóvenes españoles.

Un 52% de los italianos encuestados no se muestra ni a favor ni en contra de la frase que afirma que cuando aparecen noticias sobre jóvenes en la prensa normalmente se incluye la propia versión de los jóvenes. Igualmente, el porcentaje de encuestados que no están de acuerdo, un 32%, supera a los que sí lo están, un 13,8%. Además, casi un 48% cree que estas noticias suelen estar protagonizadas por instituciones. La mayor parte de los encuestados, más del 50% opina que la prensa no tiende a mostrar a los jóvenes como personas responsables y, en cambio, ese mismo número de encuestados cree que sí se tiende a representarlos como personas no comprometidas.

Cerca de un 90% de los italianos considera que los jóvenes aparecen como sujetos vulnerables de las circunstancias económicas. Los encuestados se dividen, por otro lado, entre los que piensan que los jóvenes aparecen también como sujetos activos en el desarrollo de algún proyecto de emprendeduría y los que no están de acuerdo con dicha afirmación, al alrededor de un 30% por cada caso. Un 53% se muestra de acuerdo con que se suelen criminalizar los contextos de socialización de los jóvenes y sólo un 16% considera que los jóvenes se presentan como modelo a seguir o como ejemplo de superación. División, de nuevo, entre los encuestados sobre si el discurso sobre los jóvenes en la prensa influye en el consumo que realizan de este medio, aproximadamente un 30% de los participantes declara sentirse influido por este hecho y a otro 30% le influye sólo moderadamente y al 30% restante le influye poco o nada en absoluto.

7.4.3. Jóvenes marroquíes

Si en el caso español e italiano predominaban las mujeres sobre los hombres, la proporción se invierte en el cuestionario de Marruecos. Los participantes son en su mayoría hombres, en un 60%. Los encuestados marroquíes tienen entre 22 y 25 años en el 38,8% de los casos y entre 26 a 29 años en un 31,3%. Un 22,5% de los participantes tiene entre 18 y 21 años y tan sólo 5 encuestados tienen 30 años. La mayoría de los encuestados vive en una ciudad, aunque un 16% lo hace en zonas rurales, un porcentaje más alto respecto a España e Italia. También hay más variedad respecto a la división geográfica, a pesar de que un 61% vive al norte del país, un 18,8% está en el Sur y un 7,5% vive en el centro de Marruecos. Más de la mitad de los participantes ha completado la educación universitaria básica y un 17,5% posee un título de Máster o de Postgrado.

El medio más consumido diariamente por los jóvenes marroquíes encuestados son las redes sociales, casi un 55% las consume más de 2 horas diarias. Un consumo notablemente más elevado que en España e Italia. Respecto al consumo del resto de medios, las respuestas son más similares: la televisión y otros medios digitales por internet son consumidos por cada franja temporal diaria por en torno a un 20% de los encuestados, desde los que señalan no consumirla nada hasta los que indican consumirla más de dos horas. La mayoría de los encuestados, alrededor del 60%, consume diarios online entre 30 minutos y dos horas al día. Los diarios impresos y la radio son los medios menos consumidos diariamente, un 48% y un 43% respectivamente declaran no consumir ninguno de los dos medios a diario.

A diferencia de los resultados obtenidos en España e Italia, adquirir conocimiento general es la razón principal por la que los jóvenes marroquíes emplean los medios de comunicación, es así para un 92,5% de los encuestados. El siguiente motivo de peso para consumir los medios de comunicación es estar al tanto de la actualidad, un 90% de los encuestados lo cree. Ya por debajo, se indican el resto de razones: formarse una opinión sobre los hechos noticiosos (68%) y comentar y valorar los contenidos de los medios (42%). El entretenimiento es la razón menos preferida por los jóvenes marroquíes, sólo el 36% consume medios de comunicación con esta finalidad.

Sin duda, el medio más destacado que eligen los jóvenes encuestados para estar al tanto de la actualidad son las cuentas oficiales que tienen los medios de comunicación en las redes sociales, un 78,80% de los encuestados se mantiene informado por estos medios frecuente o muy frecuentemente. La segunda posición la ocupan también las redes sociales, pero en este caso, las redes de amigos o seguidores, que es la vía que usan asiduamente para conocer la actualidad un 68,8% de los encuestados. Los diarios online y otras plataformas digitales son empleadas también para este fin por más de la mitad de los participantes. Con este objeto, la televisión se emplea frecuentemente por un 36% de los encuestados y la radio y los diarios impresos por un 17% y un 16% de los jóvenes respectivamente.

En general, podemos deducir que, a excepción de las redes sociales con un 60%, ningún medio de comunicación es considerado influyente o muy influyente por los jóvenes en la creación de la opinión pública. Los diarios online y otras plataformas digitales son tomadas en consideración sólo por el 36% de los participantes y el resto de medios se sitúan por debajo de esta cifra.

Respecto a los temas de interés que más destacan los encuestados cuando leen periódicos, la jerarquía de temas varía notablemente respecto a los otros dos países. A pesar de que el tema más destacado por los jóvenes marroquíes son temas de sociedad, un 80% lo considera interesante o muy interesante, los sucesos adquieren una relevancia que no obtenían en los otros países; siendo el segundo tema que más interés despierta entre los marroquíes. La cultura con un 73,8% y la educación y la formación

con un 68,8% son otros dos temas destacados. La religión, el tema que menos interés despierta entre los jóvenes españoles e italianos, es interesante o muy interesante para un 67,5% de los encuestados y la política que en los otros dos países había obtenido porcentajes algo más bajos, destaca también con un 58,8%. El resto de temas son considerados interesantes o muy interesantes también por un porcentaje considerable de los encuestados: cooperación y derechos humanos (58,8%), tecnología (57,5%), género (48,8%), medio ambiente (46%), medios de comunicación (46%) y, como tema de menos interés, la economía (37,6%).

Algo más del 50% de los jóvenes marroquíes estiman que los jóvenes aparecen poco o muy poco en la prensa frente al 22,5% que considera que lo hacen frecuentemente o muy frecuentemente. El 25% restante no opta por ninguna de las dos posturas anteriores. Sin embargo, el 77,5% considera que la presencia de los jóvenes en este medio debería aumentar.

Respecto al orden de temas o cuestiones que los jóvenes marroquíes consideran que más se vinculan a las informaciones sobre los jóvenes que difunde la prensa, más allá del desempleo juvenil que también creen que es el tema priorizado por la prensa a la hora de hablar de los jóvenes-al igual que los españoles e italianos-, también conceden relevancia a los jóvenes como líderes de opinión y a dos cuestiones de ámbito político, a las acciones políticas dirigidas a los jóvenes y a la participación política de los jóvenes. Por el contrario, como temas menos destacados se encuentran las informaciones con presencia de jóvenes en contextos de responsabilidad, como líderes políticos, de menor importancia también en España e Italia, y a diferencia de los jóvenes españoles e italianos, los sucesos son la cuestión que los encuestados marroquíes consideran menos destacada en las informaciones sobre jóvenes, un tema que como hemos mencionado, es uno de los ejes temáticos destacados de nuestro análisis de contenido.

Tabla 7.3 Orden de temas o situaciones en los que aparecen los jóvenes en la prensa en base al orden establecido por los jóvenes marroquíes encuestados

1	Desempleo juvenil
2	Jóvenes como líderes de opinión o expertos en alguna materia
3	Acciones políticas dirigidas a los jóvenes
4	Jóvenes y participación política (participantes en manifestaciones o campañas reivindicativas)
5	Jóvenes en contextos de ocio o como actores culturales o destinatarios de la oferta cultural
6	Jóvenes emprendedores
7	Oferta formativa y educación de los jóvenes
8	Jóvenes en contextos de responsabilidad (trabajadores, unidades familiares, solidarios...)
9	Jóvenes como líderes políticos, militantes de partidos políticos, de organizaciones o agrupaciones políticas
10	Sucesos en los que están involucrados los jóvenes (accidentes, actos delictivos, vandalismo etc.)

Del gráfico 7.3 que presentamos a continuación podemos destacar el grado de conformidad de los jóvenes encuestados respecto algunas de las afirmaciones planteadas. Un 75% de los participantes considera que los jóvenes aparecen en la prensa como sujetos vulnerables de las circunstancias económicas. No obstante, también consideran, aunque en menor medida, que aparecen como sujetos activos en el desarrollo de algún proyecto de emprendeduría. Este equilibrio está presente también en la valoración sobre el comportamiento de los jóvenes. Por un lado, un 57,6% cree que se criminalizan los espacios de socialización de los jóvenes, pero, por otro lado, un 52,60% opina que suelen aparecer en la prensa jóvenes como modelo a seguir o como ejemplo de superación. De ahí que, aunque un 40% de los jóvenes participantes considera que la prensa no tiende a mostrar a los jóvenes como personas responsables, hay un empate entre los que consideran que los jóvenes suelen aparecer como personas comprometidas y los que opinan lo contrario. En relación a estas afirmaciones, recordemos que la mayoría de los jóvenes marroquíes considera que aparecen con mayor frecuencia en la prensa jóvenes líderes de opinión, emprendedores o jóvenes en contextos de responsabilidad que relacionados con otras cuestiones. Respecto a las fuentes, un 40% considera que sí aparece la propia versión de los jóvenes en estas informaciones, aunque casi el otro 40% no lo tiene del todo claro y un 53,80% reconoce que normalmente estas noticias están protagonizadas por instituciones. En cualquier caso, a un 46,3% de los encuestados marroquíes les influye o les influye bastante el tipo de discurso sobre los jóvenes en la prensa en la elección que realizan de este medio para su consumo.

Gráfico 7.3. Grado de conformidad con las afirmaciones por parte de los jóvenes marroquíes



7.4.4 Jóvenes egipcios

En el cuestionario egipcio es donde mayor equilibrio de respuestas se consigue entre hombres y mujeres, un 42% de los encuestados serán hombres y un 36% mujeres. También respecto a la edad hemos podido contar con respuestas de todos los grupos de edades aunque con un predominio de los más jóvenes, un 62% de los encuestados tienen entre 18 y 25 años. Como en los demás países, la gran mayoría de los encuestados vive en una ciudad, un 87% de los participantes que, en el caso de Egipto, estará situada al norte del país en el 90% de los casos. En cuanto al nivel de estudios, un 75% de los jóvenes encuestados habrá alcanzado la educación universitaria básica, por tanto, la presencia de encuestados ya con titulación universitaria es mayor que en el resto de los países contemplados.

El medio que los jóvenes egipcios encuestados declaran consumir con mayor frecuencia, es decir, más de dos horas diarias, son las redes sociales. Los jóvenes egipcios, son, además, de entre todos los encuestados, los que en mayor porcentaje respecto al total de cada muestra en cada país emplean las redes sociales con esta frecuencia. Cerca de un 60% de los encuestados egipcios pasa más de dos horas diarias frecuentando las

redes sociales y solo un caso manifiesta no dedicar nada de tiempo al consumo de redes sociales.

Respecto a la frecuencia de consumo del resto de medios hay mayor diversidad de frecuencias de consumo. La televisión, al igual que en el resto de los países, tiene una frecuencia variada con porcentajes muy similares respecto a los que declaran no consumir nada la televisión hasta los que sostienen consumirla entre 1 y 2 horas. En cambio, el porcentaje de jóvenes egipcios que consumen la televisión más de 2 horas al día es reducido, solo un 10%. Por otra parte, los jóvenes egipcios encuestados son poco consumidores de la radio, un 41% declara no consumir la radio nunca, y si lo hacen son primordialmente consumidores esporádicos, un 22% la escucha menos de 30 minutos diarios.

En cuanto a la prensa, el medio que nos ocupa, la mayoría de los jóvenes no lee nunca diarios impresos y, al igual que en el caso de la radio, de hacerlo la lectura no les lleva más de 30 minutos diarios. Los porcentajes varían cuando se les pregunta por los diarios online. Aunque la frecuencia de consumo diario mayoritario entre los jóvenes también es reducida, un 30% lee diarios online menos de 30 minutos al día, solo un 16% no lo hace nunca y el resto de los jóvenes, un 51%, consultan diarios online entre 30 minutos y más de 2 horas diarias, aunque dentro de este grupo el porcentaje de jóvenes disminuye conforme aumenta la frecuencia de consumo.

Finalmente, otros medios de comunicación por internet como plataformas de video son bien acogidas por los jóvenes egipcios y, de nuevo, son el grupo que dedica más tiempo, más de dos horas diarias, al consumo de estos medios. Cuando se les pide que indiquen que otros medios de comunicación, además de los mencionados, consumen, hasta en dos casos se mencionan plataformas académicas y científicas. Aunque cuantitativamente esta respuesta resulte anecdótica, nos dice algo sobre qué canales y entornos incluyen los jóvenes dentro de la categoría de medios de comunicación.

Todas las razones que planteamos en el cuestionario como posibles causas por las que los jóvenes consumen los medios de comunicación son bien acogidas por los jóvenes egipcios encuestados. Un 83% considera que consume medios de comunicación para mantenerse informado de la actualidad, un 78% para adquirir conocimiento general, un 66% para formarse una opinión sobre los hechos noticiosos, un 56% los consume como forma de entretenimiento y un 45% para comentar y valorar los contenidos de los medios. En Egipto, los encuestados también mencionan libremente otras razones como la de conocer otros puntos de vista, por razones de trabajo o estudio y como medio para mantener relaciones sociales. Como vemos, la finalidad de informarse y también la de formarse, adquirir conocimiento general, prevalecen frente al entretenimiento.

Veamos ahora, cuando se trata de mantenerse informado, en concreto, el medio priorizado por los jóvenes egipcios. Al igual que en Italia y Marruecos, el canal que más frecuentamos para esta finalidad serán las cuentas oficiales que tienen los medios de

comunicación en las redes sociales, un 73% de jóvenes egipcios emplean frecuentemente o muy frecuentemente estos medios para mantenerse informados de la actualidad. También emplean las redes sociales, pero en este caso las páginas y cuentas de amigos y seguidores en las redes sociales para mantenerse informados, cerca de un 70% las frecuenta bastante o mucho.

En el caso del resto de medios, otros medios online como las plataformas de video también son empleadas asiduamente por un 45% de los jóvenes encuestados, así como la versión online de los diarios convencionales la consultan frecuentemente o muy frecuentemente un 41% de los encuestados.

Otros medios como la televisión, los diarios en soporte impreso o la radio se usan en menor frecuencia que los ya citados para estar al tanto de la actualidad. La televisión, por ejemplo, solo la emplean frecuentemente para este fin un 5% de los encuestados, al igual que la radio, un medio que, además, no lo emplean nunca para este fin un 46% de los encuestados. Respecto a los diarios en soporte impreso, solo un 11% consulta diarios en papel frecuentemente y hasta un 56% no lo hace nunca. Estas cifras están relacionadas con la frecuencia general con la que consumen los medios los jóvenes, para cualquier fin, que recogíamos al inicio de este apartado.

Sobre la influencia de los distintos medios en la creación de la opinión pública, solo las redes sociales son para los jóvenes egipcios influyentes en ese sentido. Algo más del 70% considera que son influyentes o muy influyentes para el debate público en mayor medida que en el resto de los países. Otros medios de comunicación por internet se consideran que tienen una influencia más moderada como otros medios online o los diarios digitales. En cambio, la mayoría de los jóvenes sostiene que los diarios impresos, la radio y también la televisión, aunque con mayor influencia, son medios poco o nada influyentes.

Respecto a los temas que les suelen interesar a la hora de consultar la prensa, ya sea en soporte impreso o digital, podemos concluir como resultado general que del listado de temas de interés que se planteaban en la encuesta, todos los resultan interesantes o muy interesantes a más del 40% de los encuestados, a excepción de las informaciones sobre medios de comunicación que solo resultan de interés a un 27% de los encuestados.

En cuanto a los temas que más destacan, por primera vez, las noticias sobre tecnología son las que más interés despiertan entre los jóvenes egipcios encuestados, hasta un 70% de los encuestados así lo manifiesta. Seguidamente, la religión es el tema de mayor interés para un 67% de los encuestados y los sucesos ocupan el tercer lugar con un 65% de los encuestados que los consideran interesantes o muy interesantes en su lectura de prensa. Los siguientes temas se ordenan de mayor a menor interés de la siguiente forma: cultura, sociedad, cooperación y derechos humanos, medio ambiente, educación

y formación, economía, política y, finalmente como ya hemos dicho, medios de comunicación.

La mayoría de los jóvenes egipcios encuestados, cerca de un 60% declara que los jóvenes aparecen poco o muy poco en la prensa, aunque casi un 30% restante no tiene una opinión clara al respecto. En cualquier caso, un 80% de los jóvenes considera que esta presencia debería aumentar y solo un 12% considera que no es algo que le afecte, aunque en una proporción reducida esta respuesta es más frecuente entre los jóvenes egipcios que entre los jóvenes del resto de países.

El orden que establecen los jóvenes egipcios en cuanto a los asuntos que consideran que más aparecen en la prensa en las informaciones sobre juventud coincide, en líneas generales, con las respuestas concedidas por los encuestados marroquíes, tanto en los temas que consideran más relevantes como en los que menos. Así, al igual que en Marruecos, los jóvenes como líderes de opinión, las acciones políticas dirigidas a los jóvenes y el desempleo juvenil-en tercer lugar en Egipto frente al primer lugar que ocupa en los tres países restantes- son también asuntos con los que consideran se les vincula con mayor frecuencia en la prensa. Y entre los temas con los que menos frecuentemente consideran que se les vincula, también coinciden con los jóvenes marroquíes en mencionar informaciones sobre jóvenes en contextos de responsabilidad o noticias relacionadas con sucesos.

Tabla 7.4 Orden de temas o situaciones en los que aparecen los jóvenes en la prensa en base al orden establecido por los jóvenes egipcios encuestados

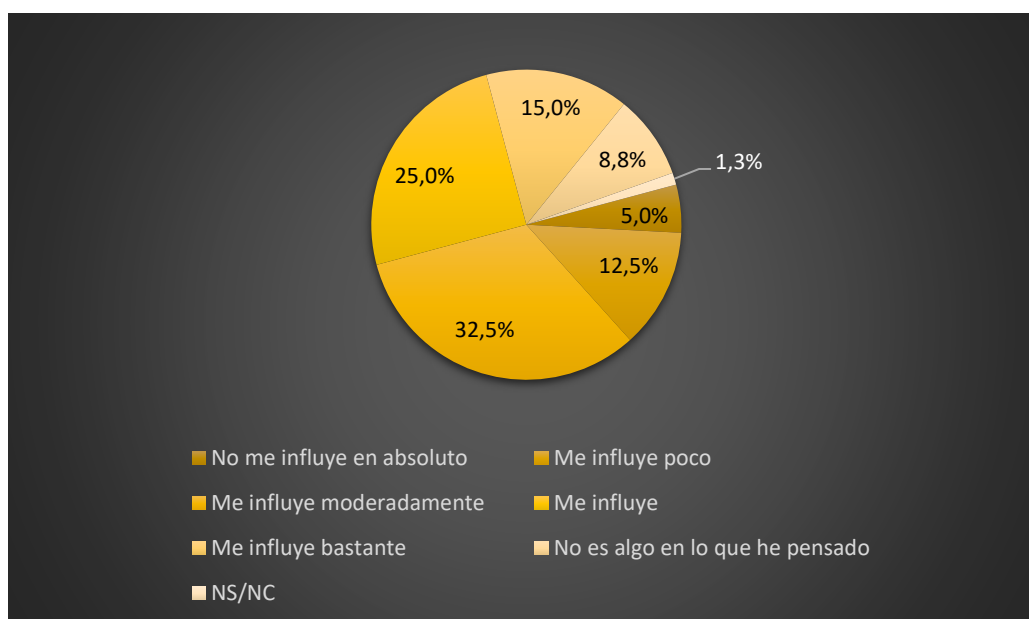
1	Acciones políticas dirigidas a los jóvenes
2	Jóvenes como líderes de opinión o expertos en alguna materia
3	Desempleo juvenil
4	Oferta formativa y educación de los jóvenes
5	Jóvenes y participación política (participantes en manifestaciones o campañas reivindicativas)
6	Jóvenes en contextos de ocio o como actores culturales o destinatarios de la oferta cultural
7	Jóvenes como líderes políticos, militantes de partidos políticos, de organizaciones o agrupaciones políticas
8	Jóvenes emprendedores
9	Jóvenes en contextos de responsabilidad (trabajadores, unidades familiares, solidarios...)
10	Sucesos en los que están involucrados los jóvenes (accidentes, actos delictivos, vandalismo etc.)

En cuanto a la opinión que les merece a los jóvenes egipcios algunos de los enunciados que planteamos en el cuestionario, la mayoría de ellos no tienen una opinión definida en torno a si se incluye o no en los diarios la versión de los propios jóvenes cuando se informa sobre ellos, sobre que estas noticias estén protagonizadas habitualmente por figuras institucionales o en relación a si los jóvenes aparecen a menudo en la prensa como sujetos activos en el desarrollo de algún proyecto de emprendeduría social o económica. Sí se muestran mayoritariamente en contra de que la prensa tienda a

mostrar a los jóvenes como personas responsables, cerca del 50% de los encuestados así lo considera, aunque cerca del 30% tampoco tienen una opinión definida al respecto y, de la misma forma, un 55% sostiene que la prensa tiende a mostrar a los jóvenes como personas no comprometidas, frente algo menos del 25% que está en desacuerdo con dicha información y otro 25% que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

En igual grado de conformidad, cerca del 55% de los encuestados se manifiesta de acuerdo o totalmente de acuerdo con que los jóvenes aparecen como sujetos vulnerables de las circunstancias económicas. Mayor aprobación recibe la enunciación sobre la propensión de la prensa a criminalizar los contextos de socialización de los jóvenes, un 62% se muestra de acuerdo con dicha afirmación. Aunque, por otro lado, no con tanto consenso, hasta un 43% también considera que aparecen jóvenes en la prensa como modelo a seguir por su comportamiento cívico o como ejemplo de superación. Finalmente, como vemos en el siguiente gráfico, el consumo que realizan los jóvenes egipcios de la prensa sí lo podemos relacionar con el discurso que realiza este medio sobre los jóvenes, en vista del grado de influencia que manifiestan los encuestados tiene este discurso sobre su consumo de prensa.

Gráfico 7.4 Grado de influencia del discurso sobre los jóvenes en la prensa en el consumo de este medio por parte de los jóvenes egipcios encuestados



7.4.5 Principales diferencias, tendencias compartidas y relación con estudios precedentes

Si comparamos los resultados obtenidos por los jóvenes de los cuatro países podemos observar que existen algunas coincidencias y diferencias que vale la pena resaltar y también poner en relación con lo expuesto desde otras contribuciones.

Respecto al medio más consumido por estos jóvenes, las redes sociales despiertan por encima de la frecuencia de consumo de cualquier otro medio entre todos los jóvenes

encuestados, aunque su frecuencia de uso es especialmente elevada en Marruecos y, sobre todo, en Egipto donde la mayoría de los jóvenes encuestados dedica más de dos horas diarias de media a las redes sociales. En general, la frecuencia de dedicación a las redes sociales está por encima del tiempo dedicado a la televisión, la radio u otros medios de comunicación por internet.

En relación a la prensa, aunque los diarios impresos o bien no se consultan por los encuestados o bien se les dedica poco tiempo diario, sí se distingue un consumo notable de los diarios digitales, la mayoría los consume a diario, más de 30 minutos excepto en el caso italiano donde de media los jóvenes consumen diarios digitales menos de media hora.

Tanto el auge de las redes sociales como, en menor medida, el consumo de los diarios digitales queda patente en la influencia que les otorgan todos los jóvenes encuestados como creadores de opinión pública y también cuando se trata de indicar el medio prioritario por los jóvenes a la hora de estar al tanto de la actualidad. Así, los jóvenes marroquíes, egipcios e italianos coinciden en que las cuentas oficiales en redes sociales de los medios de comunicación son el medio que más frecuentemente emplean estos jóvenes para estar al tanto de la actualidad, para el caso español es la versión digital de los diarios convencionales la que resulta como medio prioritario y los diarios online son a la vez un medio empleado con frecuencia también en los tres países restantes.

Otras vías que se emplean frecuentemente entre los jóvenes de los cuatro países para este fin son las redes sociales de amigos y entorno, especialmente en Marruecos y Egipto. Con todo, cabe señalar que el uso de las redes sociales como medio priorizado a través del que acceden los jóvenes a la información ya ha sido señalado por otras investigaciones en diferentes contextos (Ait hattani, 2011; Vara-Miguel, Negrodo y Amoedo, 2017; Santoro, 2017; ASDA´A Burson-Marsteller, 2018) así como la relevancia de los diarios digitales, sin salir del entorno de las redes sociales, cuando por ejemplo se comparten noticias procedentes de estos diarios a través de redes sociales (Chicón y Juan, 2017; Gagliano y Raciti, 2018).

También merece la pena señalar la principal motivación que destacan los jóvenes encuestados para el consumo de medios de comunicación. Como hemos visto, la motivación detrás del consumo de los medios de comunicación es principalmente estar al tanto de la actualidad en el caso de España, Italia y Egipto y adquirir conocimiento general para los jóvenes marroquíes, una razón que también mencionan ampliamente los jóvenes egipcios.

Aunque el entretenimiento también se cita como razón para el consumo de medios de comunicación no se encuentra entre las opciones priorizadas en ninguno de los casos. Este énfasis de los jóvenes encuestados por la información en mayor medida que por el entretenimiento disiente, en cierta forma, de los planteamientos de Casero-Ripollés (2012) cuando afirma que los jóvenes no acceden a internet, una de las vías de

información más destacadas en nuestro análisis, de forma intencional para informarse, sino que más bien este encuentro con la información sucede de forma casual mientras los jóvenes buscan entretenimiento en el consumo de medios. Rodríguez San Julián y Megías Quirós (2014) también defienden que el mero objetivo de los jóvenes al consumir medios de comunicación es entretenerse puesto que los propios jóvenes consideran que formarse o informarse no es viable a través de los medios.

Cuando en nuestro análisis se les pregunta por los temas que más les interesan cuando leen la prensa, ya sea online o impresa, el que más interés despierta entre los jóvenes españoles son informaciones relacionadas con la educación y la formación y en Italia, publicaciones culturales. Hay bastantes similitudes entre otros temas de interés destacados por los encuestados en ambos países como los asuntos de sociedad, los sucesos, el medio ambiente, la política etc. Los temas que menos interés despiertan en estos dos países son la economía, los medios de comunicación y, sobre todo, la religión. Los resultados de Marruecos y Egipto son algo diversos, sobre todo, en algunos casos. En Marruecos los asuntos de sociedad son el tema mejor valorado. Los sucesos y la política adquieren más relevancia como tema de interés que en los otros dos países, algo que en el caso de la política llama la atención en vista de las conclusiones a las que llega El Harras (2011) y la cuarta ola del Barómetro Árabe (2018) que en ambos casos señalan la desconfianza por parte de los jóvenes marroquíes respecto a las informaciones sobre política que publican los diarios. Otra diferencia notable en el caso de los jóvenes marroquíes es el interés hacia temas religiosos, cerca del 70% de los encuestados lo considera un tema interesante o muy interesante. En el caso de Egipto, aunque las informaciones sobre tecnología despiertan el interés del mayor número de jóvenes, la religión es el tema de mayor interés también para un 67% de los encuestados.

En referencia a la opinión de los jóvenes encuestados sobre el retrato que realizan los diarios sobre la juventud, la mayoría de los jóvenes españoles, marroquíes y egipcios encuestados consideran que los jóvenes aparecen poco o muy poco en la prensa y la mayor parte de los italianos no tiene una opinión clara al respecto. Pero todos apuntan a que su presencia en la prensa debería aumentar, en torno al 80% en los cuatro países.

Por lo general, los jóvenes italianos y españoles, por un lado, y los jóvenes marroquíes y egipcios, por otro, coinciden con respecto a los temas con los que consideran que más se les relaciona cuando la prensa incluye informaciones sobre jóvenes. En el caso de los encuestados europeos, por tanto, sostienen que las noticias acerca del desempleo juvenil, sobre la oferta formativa o sobre los sucesos son asuntos destacados por la prensa y, por el contrario, informaciones con presencia de jóvenes como líderes políticos y como líderes de opinión aparecen menos frecuentemente en los diarios. En cuanto a los jóvenes árabes encuestados, los jóvenes como líderes de opinión, las acciones políticas dirigidas a los jóvenes y el desempleo juvenil serán los asuntos con los que más les relaciona la prensa e informaciones sobre jóvenes en contextos de responsabilidad o noticias relacionadas con sucesos con los que menos. De los jóvenes de los cuatro países destaca, no obstante, el desempleo juvenil como tema principal a la hora de

hablar sobre jóvenes en la prensa. Si atendemos a las respuestas de todos los jóvenes encuestados el orden de clasificación priorizado por el conjunto de los jóvenes sería el siguiente. No obstante, como ya hemos comentado, en cada país se establece un orden determinado.

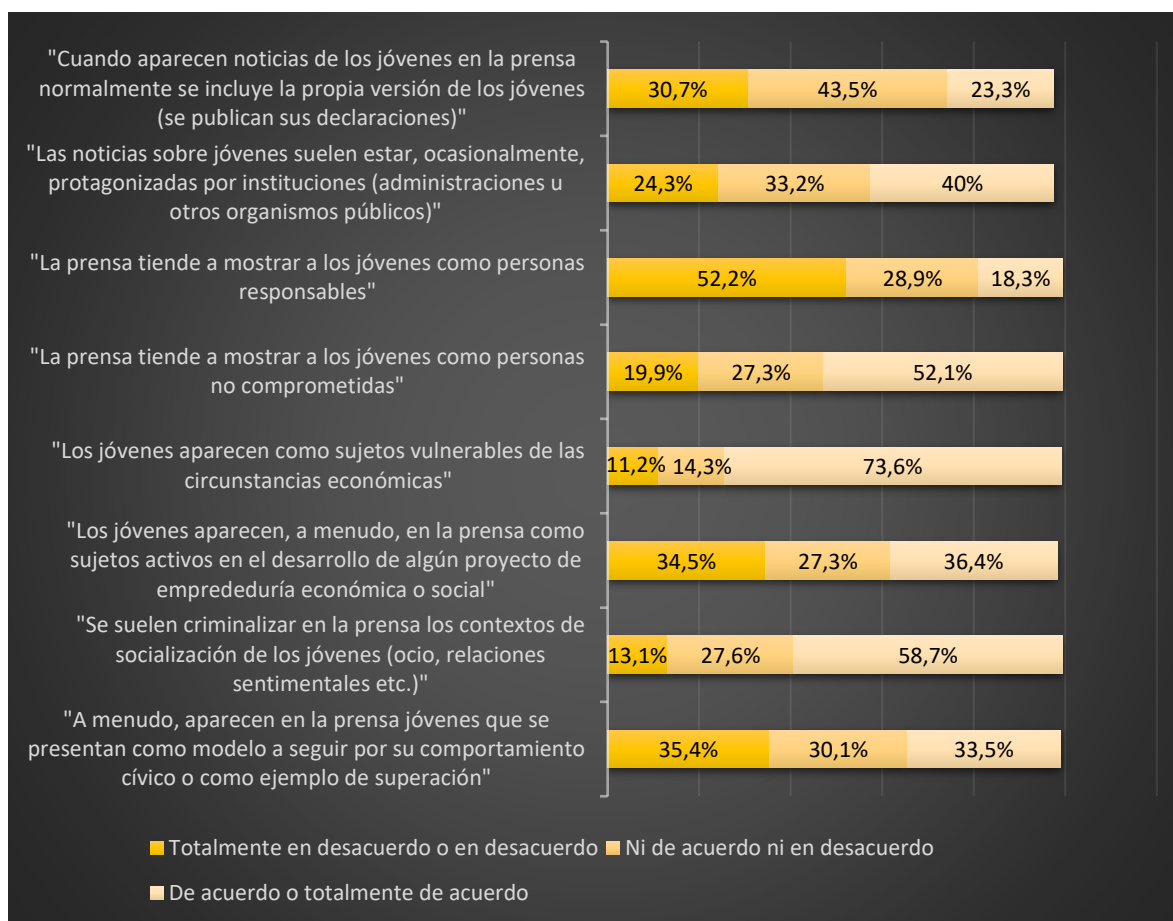
Tabla 7.5 Orden de temas o situaciones en los que aparecen los jóvenes en la prensa en base al orden establecido por todos los jóvenes encuestados

1	Desempleo juvenil
2	Acciones políticas dirigidas a los jóvenes
3	Oferta formativa y educación de los jóvenes
4	Jóvenes en contextos de ocio o como actores culturales o destinatarios de la oferta cultural
5	Jóvenes emprendedores
6	Sucesos en los que están involucrados los jóvenes (accidentes, actos delictivos, vandalismo etc.)
7	Jóvenes y participación política (participantes en manifestaciones o campañas reivindicativas)
8	Jóvenes como líderes de opinión o expertos en alguna materia
9	Jóvenes en contextos de responsabilidad (trabajadores, unidades familiares, solidarios...)
10	Jóvenes como líderes políticos, militantes de partidos políticos, de organizaciones o agrupaciones políticas

Los españoles e italianos se muestran más críticos, en general, que los marroquíes y egipcios con el discurso de la prensa sobre los jóvenes. La mayoría de jóvenes italianos y españoles cree que cuando aparecen noticias sobre jóvenes en la prensa normalmente no se incluye la propia versión de los jóvenes, que muchas de estas noticias están protagonizadas por instituciones, que la prensa no tiende a mostrar a los jóvenes como personas responsables sino, más bien, como personas no comprometidas y que se suelen criminalizar los contextos de socialización de los jóvenes y, por el contrario, son pocos los jóvenes que se presentan como modelo a seguir o como ejemplo de superación.

Los jóvenes marroquíes y egipcios, por el contrario, se muestran más indecisos respecto a la mayor parte de las cuestiones. Aunque en el caso de los jóvenes marroquíes existe un alto grado de conformidad respecto a la consideración de que los jóvenes aparecen en la prensa en muchas ocasiones como sujetos vulnerables de las circunstancias económicas, al igual que lo creen la mayoría de los encuestados italianos y españoles. En el caso de los jóvenes egipcios, la mayoría defiende que la prensa tiende a criminalizar los contextos de socialización de los jóvenes. En el siguiente gráfico, se puede apreciar la opinión del conjunto de encuestados, de los cuatro países, sobre las distintas cuestiones que se les plantean.

Gráfico 7.5 Grado de conformidad con las afirmaciones por parte de todos los jóvenes encuestados



Como hemos visto, a pesar de que los jóvenes italianos y españoles se muestran más críticos con la mayor parte de las cuestiones relacionadas con el discurso de la prensa sobre la juventud que los jóvenes marroquíes y egipcios, no hay una tendencia clara entre el tipo de influencia que puede tener este discurso en el consumo que realizan de este medio en concreto los jóvenes europeos encuestados. Por el contrario, a los encuestados marroquíes y egipcios, aproximadamente al 40% en cada caso, les influye o les influye bastante el tipo de discurso sobre los jóvenes en la prensa en la elección que realizan de este medio para su consumo.

Tomando en consideración las opiniones vertidas por los encuestados respecto al discurso de la prensa sobre los jóvenes, podríamos concluir que existen claras tendencias que vienen a confirmar la segunda hipótesis que nos planteábamos al inicio de este trabajo.

Basándonos en estudios precedentes como el de Rodríguez San Julián y Megías Quirós (2014) en el contexto español o el de El Harras (2011) en Marruecos, partíamos de la premisa de que los jóvenes consideran que esta representación que realiza la prensa sobre el colectivo, aunque no necesariamente errónea, será parcial e incompleta y, por tanto, no reflejará equilibradamente la diversidad juvenil. Aunque en el cuestionario no

preguntábamos de forma directa por esta cuestión, con la intención de que la respuesta no resultara sesgada, en base a las respuestas sobre la presencia de jóvenes en la prensa y, sobre todo, respecto a las consideraciones de los jóvenes sobre ciertas cuestiones-de forma más visible entre los jóvenes europeos encuestados que entre los jóvenes árabes- como la falta de inclusión de sus propios puntos de vista, el protagonismo institucional, la falta de compromiso y de responsabilidad con el que señalan se les relaciona, la vulnerabilidad económica que subrayan las informaciones o la criminalización de los contextos de socialización de los jóvenes, de todas estas percepciones por parte de los jóvenes, se infiere su visión en cuanto a un retrato no neutral por parte de la prensa, basado en generalizaciones que tiende a destacar ciertos perfiles y asuntos relacionados con los jóvenes en detrimento de otros más constructivos y con mayor protagonismo joven.

Conclusiones

Los planteamientos abordados a lo largo de esta tesis doctoral y los análisis que se presentan en el marco de ésta nos han llevado a distinguir las siguientes líneas conclusivas sobre la representación de los jóvenes en la prensa de ámbito mediterráneo.

1. Del Mediterráneo y la juventud como grupo social

A lo largo del primer capítulo revisábamos los distintos significados que se le han otorgado al Mediterráneo, también en clave regional, así como los principales movimientos en el proceso de política común entre países mediterráneos. Unas acciones que han permitido el desarrollo de programas y proyectos dirigidos a jóvenes que abordan desde una perspectiva regional mediterránea algunos de los objetivos que se establecen desde un contexto común en referencia a los jóvenes de la región. Gracias a esta revisión, hemos podido comprobar que el interés por los jóvenes, y por abordar temáticas que les atañen desde una perspectiva regional, es alto por parte de algunas instituciones supranacionales de referencia como la Unión Europea, el Parlamento Europeo, la Organización de las Naciones Unidas, pero también a nivel nacional y entre países, o desde organizaciones de la Sociedad Civil y también desde el plano académico.

En vista del proceso de integración mediterráneo y de los proyectos que se han desarrollado en torno a la juventud en años recientes, hemos podido comprobar que el diálogo y la cooperación que se establecen entre países del Mediterráneo va más allá de las políticas y relaciones habituales entre países vecinos. El Mediterráneo se configura como un campo de actuación donde, como vemos, se tiende a trabajar por y con los jóvenes desde una variedad de ámbitos. En ese sentido, destacan dos perspectivas de la juventud que responden a las acciones promovidas a nivel regional mediterráneo. Por un lado, se proyecta la imagen del joven como problema en el caso de las iniciativas que buscan corregir el desempleo juvenil o la exclusión de los jóvenes. Por otro lado, el joven es igualmente considerado un recurso, como queda patente en los proyectos que trabajan sobre el liderazgo, la participación de los jóvenes o el voluntariado.

De la exposición del panorama político-social de los países del entorno mediterráneo analizados se han podido advertir situaciones contextuales que caracterizan cada uno de los países objeto de estudio. Hablamos de cuestiones como: la salud democrática, el grado de libertad que reflejan algunos organismos, indicadores económicos, o sobre el desarrollo humano y sostenible, o nivel de confianza de los ciudadanos en las instituciones y percepciones sobre el nivel de vida, entre otros aspectos. Estos indicadores nos han resultado de utilidad para enmarcar la descripción de las características de la juventud como grupo social. Una juventud que, como tratamos al inicio del capítulo 2 referido a los jóvenes mediterráneos, se delimita sociológicamente desde diversos enfoques y corrientes. Se niega a la juventud como grupo social bajo el enfoque nominalista pero también es considerada como una etapa vital, como un motor

de cambio social, como un periodo de transición a la vida adulta, como poseedora de una identidad propia, como un grupo de resistencia ante la cultura hegemónica, una juventud atravesada por la diversidad y la dimensión espacial y clasificada en base a distintas generaciones.

De la recopilación de investigaciones que estudian desde distintos ámbitos a los jóvenes mediterráneos, y salvando algunas excepciones y matices que se detallan a lo largo del capítulo 2, podemos concluir las siguientes cuestiones generales:

- La situación laboral de los jóvenes de la región mediterránea es uno de los principales temas a tratar tanto por las investigaciones previas como por los organismos públicos. Los países de la región mediterránea se caracterizan por altas tasas de desempleo que afectan especialmente a la población joven cuya transición al mercado laboral está marcada por ciertos elementos comunes como la segmentación del mercado, la flexibilidad, unas políticas redistributivas y de fomento de empleo insuficientes etc.

Además, existen otras particularidades por regiones y países que caracterizan el empleo de los jóvenes. En el caso de los países árabes mediterráneos la situación ocupacional de los jóvenes suele estar caracterizada por el empleo informal, la importancia de la red de contactos a la hora de encontrar trabajo, la predilección por el empleo público o mayores tasas de desempleo entre los jóvenes con mayores niveles educativos, entre otros elementos.

A nivel subjetivo, las percepciones de los jóvenes mediterráneos en torno al desempleo son de pesimismo en los países europeos mediterráneos y de preocupación al Sur del Mediterráneo.

En relación a la educación, además del desajuste entre la formación recibida y el mercado laboral, notable tanto al Norte como al Sur del Mediterráneo, se observa que, a pesar del logro formativo de los jóvenes de los países europeos mediterráneos, la tasa de jóvenes que se encuentran sin trabajar, ni estudiar es más elevada en la Europa mediterránea que en el conjunto europeo. Los jóvenes árabes mediterráneos se enfrentan, además de a una menor inserción en educación, a una mayor desigualdad en el acceso a la educación o mayores tasas de analfabetismo, también entre otras cuestiones subrayadas.

- Los jóvenes se caracterizan tanto en los países del Norte como del Sur del Mediterráneo por un retraso en la edad de salida del hogar parental y en la formación de nuevas unidades familiares, en mayor medida a través del matrimonio en los países árabes mediterráneos que en la Europa mediterránea. Una situación que puede conllevar en ambos contextos un riesgo para la autonomía personal y económica de las personas jóvenes. También común en

ambos contextos es el papel que juega la red familiar para tratar de suplir dicha carencia frente a las limitadas aportaciones del estado, salvando las diferencias entre ambas orillas y entre países. La emigración entre los jóvenes se configura como alternativa para mitigar los efectos de la crisis al Norte del Mediterráneo y para salvar las situaciones de exclusión social o como mejora de oportunidades al Sur.

- En ambos contextos y, en concreto, en los cuatro países objeto de estudio, se han producido, en tiempos recientes, movimientos sociales y participativos que, o bien han sido liderados por jóvenes o han contado con una gran presencia de jóvenes participantes. Estos movimientos participativos, además de los objetivos concretos promulgados en cada caso, coinciden en una desconfianza hacia el funcionamiento de las instituciones y, por ello, reclaman mayor capacidad de decisión. De la participación política y social de los jóvenes mediterráneos destaca la intervención de los jóvenes en formas de participación no institucionalizada como en manifestaciones al Sur de Europa o en acciones callejeras y en ciberactivismo en los países árabes mediterráneos.
- Sobre la identidad, cultura, valores y religión de los jóvenes mediterráneos algunos de los elementos que subrayan las distintas contribuciones son la individualización de las identidades juveniles en ambos contextos y las disparidades existentes, en cuanto a valores y religiosidad, entre los países del Norte del Mediterráneo.

De los jóvenes árabes mediterráneos se subrayan, entre otras cuestiones, la ruptura generacional, una subjetividad más autónoma y reflexiva que respecto a otros grupos de edades y que los jóvenes aúnan valores modernos y tradicionales que se funden entre sí a través de viejas y nuevas prácticas.

Con respecto a la igualdad de derechos entre hombres y mujeres y las percepciones sobre los roles de género de los jóvenes mediterráneos estudiados, a pesar de que en líneas generales los jóvenes se muestran a favor de la igualdad en todos los contextos, entre los jóvenes italianos todavía es visible la figura del *breadwinner* (es deber del hombre mantener a la familia), entre los jóvenes españoles persiste cierto recelo sobre la discriminación positiva a favor de la mujer en espacios como la política y, finalmente, los jóvenes árabes, aunque defienden la igualdad de género en el ámbito de la educación o en el plano de las libertades individuales de las mujeres, se muestran más reticentes a equiparar derechos en el plano laboral, en la participación de la mujer en el espacio público, o como figura de autoridad en el entorno familiar, sobre todo, si la equiparación de derechos va en detrimento de los privilegios del hombre.

2. Crisis generalizada de la prensa, aunque se observan diferencias entre el Norte y Sur del Mediterráneo

A pesar de la crisis del sector de la prensa, común en la mayoría de contextos geográficos, que se aprecia de los análisis recogidos a lo largo del tercer capítulo, también podemos deducir que la situación de la prensa difiere en ciertos aspectos respecto a cada contexto estudiado. Por un lado, como modelo empresarial se aprecia un sector más grande y globalizado al Norte del Mediterráneo y más reducido y específico nacionalmente al Sur. En segundo lugar, en cuanto la capacidad de penetración de la prensa en la población, la penetración de la prensa será mayor al Norte que al Sur del Mediterráneo. No obstante, el descenso progresivo en las cifras de lectores es más acuciante al Norte y, sin embargo, la prensa del Sur del Mediterráneo, aunque con una reducida penetración, resulta ser más resiliente. En tercer lugar, en relación con la conversión del sector hacia el entorno digital, esta conversión está más atrasada en los países del Sur del Mediterráneo analizados, en especial, respecto a los diarios que tradicionalmente se publican en soporte impreso. Finalmente, el grado de libertad de prensa y libertad de expresión es, de manera significativa, más limitado al Sur que al Norte de los contextos mediterráneos analizados.

De todos estos aspectos, interrelacionados entre sí, dependerá, junto con otros factores, la evolución de la prensa en el futuro. A pesar de que nos encontramos ante un contexto comunicativo cada vez más global, las especificidades nacionales y regionales siguen y, muy probablemente seguirán, definiendo este sector.

3. El discurso construido por la prensa sobre los jóvenes mediterráneos: escaso equilibrio informativo e hincapié solo en algunas de sus características

De nuestro análisis del discurso que difunde la prensa sobre los jóvenes, que hemos presentado a lo largo de los capítulos 5 y 6 a través del análisis de contenido cuantitativo, y del análisis semiótico-discursivo a una parte de la muestra; podemos deducir que de los ámbitos que recogemos en el capítulo 2 como características de los jóvenes, solo algunos de esos aspectos sobre los jóvenes destacan en las en las informaciones que publica la prensa mientras que otros se mencionan solo de manera residual.

Por un lado, las informaciones acerca de la participación política de los jóvenes son visibles, sobre todo en los dos diarios italianos a través de representantes políticos o simpatizantes jóvenes, en el diario egipcio Al Dostur mediante noticias relacionadas con el poder judicial como juicios y sentencias de jóvenes activistas o informaciones políticas acerca de medidas autoritarias del gobierno, o en el diario marroquí Al Massae, en especial, sobre manifestaciones y campañas de protesta. Otro de los aspectos referidos a los jóvenes que hemos tratado en el capítulo 2, y que destaca en las informaciones sobre jóvenes de nuestro análisis-en todos los diarios-, son las informaciones de índole económica y sobre la situación ocupacional de los jóvenes.

También las informaciones sobre sucesos que publica la prensa analizada son abundantes, en especial, aquellas donde media la violencia o sobre delincuencia común. No obstante, la violencia o delincuencia entre los jóvenes mediterráneos no es un tema recurrente en las investigaciones sobre jóvenes centradas en estos contextos y que recogíamos en el segundo capítulo, a excepción de algunas contribuciones provenientes de los países árabes. Entre estas contribuciones se encuentran las que hacen referencia a los jóvenes árabes marginalizados por el desempleo y la exclusión social como amenaza para Occidente como parte del discurso sobre el terrorismo islámico, así como, aquellas que versan sobre las formas de violencia que suponen los matrimonios prematuros o pactados, o la violencia y actos vandálicos ejercidos por jóvenes en las grandes urbes marroquíes. Más allá de estos temas priorizados en las informaciones, otros elementos que describen la naturaleza de los jóvenes mediterráneos como podrían ser los aspectos culturales, de ocio, sobre educación, salud, religión etc. son temas que se vinculan con menor frecuencia en las informaciones sobre jóvenes.

Por otro lado, otro de los aspectos que destacamos del análisis en relación con las ideas desarrolladas en el primero de los capítulos es la escasa alusión a informaciones que superen las fronteras nacionales. Del análisis de contenido cuantitativo aplicado a diez diarios de ámbito mediterráneo, hemos podido comprobar que las apelaciones al Mediterráneo u a otros países vecinos, en relación con los jóvenes, son muy reducidas. A modo general, concluimos que de la totalidad de la muestra, las referencias a la situación de los jóvenes en Europa, en los países árabes del Mediterráneo Sur o a escala internacional son escasas. Es visible por los resultados, que los diarios árabes no hablan de Europa y los diarios europeos tampoco miran al Sur, aun así, estos últimos lo hacen en más ocasiones. Cabe matizar que son los dos diarios catalanes los que incluyen más informaciones de los países del Norte de África y Oriente Medio que limitan con el mar Mediterráneo que los otros cuatro diarios españoles e italianos.

A partir de las diferencias existentes entre la frecuencia de aparición de algunos temas respecto a otros, podemos deducir que no existe un equilibrio informativo en cuanto a la representación de los jóvenes mediterráneos en la prensa. Se constata que se tienden a subrayar algunos de los aspectos mencionados sobre los jóvenes, concediendo menor espacio a otros por lo que la realidad de los jóvenes viene reducida a su presencia y vinculación con determinados contextos y, de otra parte, poco conocemos, de su presencia en otros, con lo que esto conlleva en términos de identificación de los jóvenes en la información, y con respecto a la percepción subjetiva sobre los jóvenes por parte del conjunto de la población y por parte de los propios jóvenes.

4. Presencia y protagonismo limitado de los jóvenes en la prensa

También de ambos análisis aplicados al contenido de la prensa que compone nuestra muestra podemos afirmar que las informaciones que se publican en el periodo de un mes sobre jóvenes en la prensa son, en general, reducidas, a excepción de en los dos

diarios italianos, ya que ambos presentan una gran cantidad de informaciones donde los jóvenes intervienen, ya sea de manera principal como residual. Además de la limitada frecuencia de aparición de los jóvenes en la prensa, podemos concluir, de igual forma, y en base a aspectos formales de los diarios, que estas informaciones no ocuparán una posición destacada en los mismos.

Pero además de su escasa presencia en términos de frecuencia, y la poca relevancia que conceden los diarios a las informaciones donde aparecen, el protagonismo de los jóvenes en la información es, a modo general, también limitado en tanto que solo algo más de la mitad del total de las informaciones van a contar con los jóvenes como personajes principales de la información, ya sea a nivel individual, como colectivamente. En el resto de las informaciones la participación de los jóvenes será secundaria.

En nuestra primera hipótesis partíamos del supuesto que los jóvenes europeos mediterráneos tenderán a aparecer con mayor frecuencia en la información que difunde la prensa, no como protagonistas de la información, ni como sujetos activos en la misma. Partíamos de esta afirmación en vista de la invisibilidad y escaso empoderamiento y participación de los jóvenes en los países europeos mediterráneos y, en concreto, en España e Italia, tanto en lo que respecta a la realidad social, como desde los antecedentes sobre el tratamiento informativo de los jóvenes en los medios.

Por el contrario, considerábamos que los jóvenes árabes mediterráneos, serán más propensos a aparecer en la información de la prensa con mayor protagonismo y como sujetos activos involucrados en los acontecimientos sobre los que se informa, independientemente del enfoque problemático o no que ésta pueda contener. Un supuesto que derivamos de los cambios acontecidos a partir de las protestas en algunos países árabes, con mayor alcance en Egipto que en Marruecos, y que han podido dar lugar a un mayor protagonismo por parte de los jóvenes en la sociedad, a pesar de una realidad social que, como hemos visto, les excluye en muchos aspectos de la vida social.

Estas consideraciones iniciales no las hemos podido confirmar en su totalidad puesto que, si bien es cierto que prevalece un mayor protagonismo de los jóvenes en las informaciones que difunden los diarios egipcios respecto a las que difunden los diarios europeos, no ocurre lo mismo en el caso de los diarios marroquíes que obtienen porcentajes similares entre el protagonismo principal y secundario de los jóvenes que en los diarios europeos. Por otro lado, en algunos diarios europeos, aunque no en todos, si bien el protagonismo que prevalece es un protagonismo secundario de los jóvenes, no existen grandes diferencias respecto a la frecuencia de aparición de los jóvenes como principales protagonistas.

Con todo, sostenemos que para los diarios analizados la juventud no forma parte, generalmente, de su agenda informativa y, cuando sí la forma, los diarios suelen situar las informaciones relacionadas con los jóvenes en posiciones inferiores en la jerarquía temática que establecen. Además, a excepción de lo destacado para los diarios egipcios,

y a la vista de la cantidad de informaciones donde los jóvenes aparecen de forma secundaria, tampoco se aprecia la voluntad de que los jóvenes constituyan el centro de la información con la que se les relaciona. Este hecho supone, al igual que afirmábamos respecto a la conclusión precedente sobre los temas, que tampoco en cuanto a la presencia y relevancia del joven se está atendiendo a un equilibrio informativo, priorizando por parte de estos medios informaciones y sujetos que aluden a otros colectivos o al conjunto de estos, pero no, de forma particular, a los jóvenes.

5. Informaciones mediadas por un otro adulto, generalmente, una figura institucional

Llegamos a la conclusión de que las informaciones relacionadas con jóvenes estarán de manera significativa mediadas por otros actores, principalmente, actores institucionales, a partir de algunos de los resultados de los análisis.

Por un lado, del análisis de contenido cuantitativo se percibe que los actores institucionales ocupan una posición destacada, especialmente en los diarios europeos y, en menor medida, en los diarios árabes, y protagonizan un número importante de las informaciones. En segundo lugar, del análisis semiótico y del discurso que se aplica a una parte de la muestra, y en base a la estructura narrativa de la información y de los roles actanciales y modalidades narrativas que cumplen cada uno de los participantes en la información, se observa que la presencia de los jóvenes en informaciones que les atañen directamente, o bien es circunstancial, o bien se tiende a generalizar a los jóvenes y a no recoger sus opiniones.

Por el contrario, la relevancia de un otro adulto, generalmente, un actor institucional, como Sujeto o Destinador final de las informaciones está presente en la mayor parte de las unidades de nuestro análisis semiótico y del discurso, mientras que, cuando esto sucede, los jóvenes quedan relegados a ser el objeto de análisis de otros o, también, cuando desempeñan la función de Destinadores, hacen saber sobre sus propias circunstancias, pero generalmente filtrados a partir de las versiones de otras figuras de las que sí se recoge directamente su voz.

Estos resultados están relacionados con la visión adultocéntrica que subrayan estudios precedentes sobre la representación mediática de la juventud, como si los jóvenes no constituyeran por sí mismos figuras legitimadas para hablar sobre los asuntos que les conciernen y aquella tuviera que ser siempre a través de la visión o interpretaciones de otras figuras por las que conocemos y sabemos lo que hacen y piensan los jóvenes.

Estos resultados también nos dan una idea del grado de empoderamiento de los jóvenes y su relevancia como sujetos con poder de decisión en la sociedad. Una posición que consideramos, salvo en algunas ocasiones, que es menospreciada en privilegio de otros estratos sociales, en línea con la crítica feminista o racializada que acostumbra a destacar la posición del hombre blanco sobre el resto. A este respecto, una reflexión que

aúna ambas perspectivas es la planteada por Peggy McIntosh (1988) al referirse a los privilegios de los blancos y de los hombres, en especial, en el ámbito laboral en los Estados Unidos. En nuestro caso, a esta visión sobre el predominio del hombre blanco, añadimos que se trata, además, de un sujeto que no estaría dentro de los márgenes, aunque amplios, de lo que se entiende y hemos entendido en este trabajo por juventud.

6. Presencia de los jóvenes en espacios típicamente negados

A pesar de la limitada frecuencia de aparición de los jóvenes en la prensa y del rol que desempeñan en la información, en muchas ocasiones secundario, también se observan ciertos aspectos del análisis que señalan una representación de los jóvenes presentes en espacios típicamente negados a este segmento de la población.

El número de informaciones encontradas en los dos diarios italianos analizados, y el hecho de que muchas de estas informaciones contengan la presencia de jóvenes como representantes políticos, supone un giro considerable sobre la presencia de los jóvenes en estos contextos. En concreto, de la invisibilización de los jóvenes en la esfera política y la negación del recambio generacional que caracteriza el contexto italiano hacia mayores espacios donde intervienen los jóvenes y del que se hacen eco los diarios italianos.

Por otra parte, las informaciones sobre la participación política de los jóvenes en manifestaciones o compañías de protesta son también visibles en algunos de los diarios árabes. Aunque no siempre estas informaciones se proyecten desde un enfoque neutro, y aunque en muchas ocasiones se presenten como problema, la mera vinculación de los jóvenes con estos espacios ya supone un elemento positivo en la cobertura que realiza la prensa sobre los jóvenes y en el reflejo de sus acciones.

7. De la necesidad de un análisis que mida frecuencias y del que se puedan inferir otros elementos en la información

Unas de las apreciaciones metodológicas que nos ha permitido establecer esta investigación es la necesidad de combinar un análisis cuantitativo con otro de corte cualitativo de forma que no solo hemos podido medir la frecuencia de aparición de los jóvenes en la prensa, con qué asuntos se les relaciona, qué protagonismo adquieren etc., sino de qué forma intervienen en cada una de las partes de la información y qué relación se genera con el resto de participantes en la misma, observando elementos que difícilmente se hubieran podido inferir exclusivamente de un análisis cuantitativo.

Esta apreciación nos lleva a considerar la necesidad del empleo de una metodología que aúne ambos aspectos, el cuantitativo y el cualitativo, a la hora de tratar de establecer la imagen que difunden los medios sobre algún tema o colectivo determinado teniendo en cuenta que, no solo la medición de los elementos es valiosa para ese fin, sino el comportamiento de dichos elementos a lo largo de la información.

8. Consumo de medios de comunicación por parte de los jóvenes mediterráneos: la relevancia de los diarios digitales frente a la debilidad del soporte impreso

Como hemos visto a lo largo del capítulo 7, una de las tendencias instalada, en los contextos estudiados, es la preferencia por parte de los jóvenes por el entorno digital y, en concreto, por las redes sociales como principal fuente de acceso a la información. Como hemos podido comprobar también en estudios precedentes y en nuestro análisis, la prensa en soporte impreso no es un medio de preferencia por parte de los jóvenes, ni es elegido como fuente principal de información. No obstante, los diarios online y en soporte digital sí son consultados asiduamente por estos jóvenes. Especialmente destacado de nuestro análisis es el acceso a información por parte de los jóvenes a través de las páginas y cuentas oficiales de los diarios en redes sociales, un dato que vendría a confirmar que la relación entre los jóvenes y la prensa es una relación más próxima de lo que aparentemente se puede concluir de los índices de lectura de los jóvenes de los diarios en soporte impreso.

A priori, teniendo en cuenta la concentración de los medios en los contextos estudiados y la pertenencia de los diarios a grandes grupos con presencia en otros sectores mediáticos, no parece comercialmente inviable que los diarios puedan atraer a un público joven a través de la red de medios que componen cada grupo. Llegamos a esta deducción en vista también de la afinidad de los jóvenes por los medios y por los entornos digitales que les ofrecen experiencias informativas y de entretenimiento satisfactorias.

En cualquier caso, la crisis de viabilidad de la prensa es común para todos los contextos y, por lo que hemos visto, quizá en este último aspecto, en lo digital y también gracias a la especificidad de *target* que ofrece este entorno en comparación con el impreso y la prensa convencional, se pueda sostener el sector. En concreto, en relación con los jóvenes, una sostenibilidad del sector que pasa por satisfacer sus expectativas en cuanto a sus posibilidades adquisitivas, sus necesidades informativas, a la adaptabilidad del soporte que se introduce en su vida cotidiana-en ese sentido, los dispositivos móviles juegan un papel relevante-, y, también, a través de la fidelización con un contenido que consideran representativo.

9. La motivación detrás del consumo de medios por parte de los jóvenes mediterráneos: información versus entretenimiento

A partir de la forma en la que los jóvenes suelen acceder a la información, mayoritariamente a través de las redes sociales, surge un debate en torno a si la motivación de los jóvenes en el acceso a las noticias está guiada por sus deseos de mantenerse informados de la actualidad o si, por el contrario, este acceso se produce, de forma accidental con el mero fin de entretenerse.

En el contexto español, ésta es una idea que sostienen autores como Casero-Ripollés (2012) cuando afirma que los jóvenes no acceden a internet, una de las vías de información más destacadas en nuestro análisis, de forma intencional para informarse, sino que más bien este encuentro con la información sucede de forma casual mientras buscan entretenimiento en el consumo de medios. Rodríguez San Julián y Megías Quirós (2014) también defienden que el mero objetivo de los jóvenes al consumir medios de comunicación es entretenerse puesto que los propios jóvenes consideran que formarse o informarse no es viable a través de los medios.

En nuestro análisis, sin embargo, la motivación detrás del consumo de los medios de comunicación entre los jóvenes es principalmente estar al tanto de la actualidad en el caso de España, Italia y Egipto y adquirir conocimiento general para los jóvenes marroquíes, una razón que también mencionan ampliamente los jóvenes egipcios. Aunque el entretenimiento también se cita como razón para el consumo de medios de comunicación no se encuentra entre las opciones priorizadas en ninguno de los casos.

De ambas visiones podemos intuir que estamos ante una concepción de la información y del entretenimiento como razones en el consumo de medios que se entrelazan entre sí, también junto con otras motivaciones para su consumo, sin que podamos discernir una finalidad clara sin que, conjuntamente y sin planificación, o bien se busque, o bien se obtenga otra motivación.

10. ¿Se ven reflejados los jóvenes en las informaciones por las que muestran mayor interés?

Este estudio nos permite comparar, por medio del cuestionario propuesto en esta investigación, los temas que los jóvenes señalan de interés a la hora de consultar la prensa y los ejes temáticos en las informaciones sobre jóvenes y que éstos destacan de nuestro análisis de contenido cuantitativo. Así, aunque existen prioridades temáticas que difieren entre los jóvenes de cada país objeto de estudio, se observa, en líneas generales, algunas coincidencias y disimilitudes.

Los jóvenes mediterráneos encuestados en la investigación muestran escaso interés por las noticias económicas, sin embargo, las informaciones económicas son uno de los aspectos destacados en las informaciones con las que aparecen relacionados en la prensa. En otras cuestiones, sin embargo, sí existen mayores coincidencias. Por lo general, los asuntos relacionados con sucesos o con la política son temas de interés para los jóvenes y son también temas destacados por la prensa. Aunque los jóvenes también muestran interés por asuntos que, por el contrario, aparecen escasamente en las informaciones sobre jóvenes, como temas culturales, relacionados con la tecnología, sobre género, derechos humanos etc. Especial mención merece las cuestiones relacionadas con la religión, de gran interés para los jóvenes árabes que, no obstante, no es un tema destacado tampoco entre los diarios de estos países.

Retomando la idea del equilibrio informativo respecto a los jóvenes, estos resultados vienen a confirmar que los jóvenes solo se verán representados en algunos de los temas por los que muestran interés, no pudiendo identificarse en muchas otras cuestiones sobre las que desean recibir información.

11. Los jóvenes son conscientes de su representación sesgada y exigen una mayor presencia en la información

En opinión de la mayoría de los jóvenes españoles, marroquíes y egipcios encuestados los jóvenes aparecen poco o muy poco en la prensa y la mayor parte de los italianos no tiene una opinión clara al respecto. Sin embargo, los jóvenes de los cuatro países, en torno al 80%, señalan que la presencia de los jóvenes en la prensa debería aumentar.

Por otra parte, en líneas generales, los jóvenes encuestados consideran que se tiende a no incluir sus propios puntos de vista en las informaciones que les atañen, que destaca un protagonismo institucional en este tipo de informaciones, que predominan noticias donde se señala la falta de compromiso y de responsabilidad de los jóvenes, así como informaciones donde los jóvenes son económicamente vulnerables, o donde se criminalizan sus contextos de socialización. No obstante, cabe matizar que los jóvenes europeos se muestran más críticos que los jóvenes árabes que son, por lo general, aunque no respecto a todas las cuestiones, menos propensos a manifestarse claramente en contra o a favor de las afirmaciones que se les plantean en el cuestionario.

En base a esta visión de los jóvenes, consideramos que queda probada nuestra segunda y última hipótesis que presupone que el punto de vista de los jóvenes acerca de la representación que realiza la prensa sobre el colectivo será el de calificar esta imagen como parcial e incompleta, aunque no necesariamente falsa, pero sí carente de una visión más equilibrada sobre la heterogeneidad de los jóvenes. Esta percepción por parte de los jóvenes la hemos constatado, como se ha recogido en las distintas conclusiones, tanto en nuestros análisis, como de estudios precedentes. Consideramos, de esa forma, que existe una relación de coincidencia entre el desequilibrio informativo sobre los jóvenes en la prensa que se deriva de este análisis y la percepción también de dicha parcialidad por parte de los jóvenes encuestados.

12. Limitaciones de la investigación

Las limitaciones de esta investigación residen, por un lado, en el corto periodo de recogida de la muestra para el análisis de contenido de los diarios. Consideramos que todo un mes es un periodo insuficiente si lo que se busca es obtener una fiabilidad mayor en términos de frecuencia de aparición de los jóvenes en la información de la prensa, siguiendo los planteamientos de Levinsen y Wien (2011). No obstante, teniendo en cuenta las distintas dimensiones de análisis consideradas en esta investigación, y que no solo se limitan a la medición de las informaciones relacionadas con los jóvenes, la

extensión del periodo de recogida de la muestra se considera suficiente respondiendo a los límites de la investigación.

De cara a futuras contribuciones en este ámbito, resultaría de gran interés ampliar el periodo de análisis para una mayor fiabilidad de los resultados, pero también, para poder evaluar si se producen cambios en el tiempo y si éstos se pueden asociar con el rol que desempeñan los jóvenes en un contexto y periodo determinado. Del mismo modo, el cuestionario dirigido a los jóvenes españoles, italianos, marroquíes y egipcios que se presenta en el capítulo 7 del trabajo no recoge una muestra probabilística del conjunto de la población joven de estos países. Un proyecto con mayores recursos que llegara a alcanzar una muestra que sí fuera representativa, nos permitiría formular generalizaciones en firme sobre las opiniones vertidas por los jóvenes y extrapolar las mismas al conjunto de la población joven.

Referencias bibliográficas

- A.G.Z. (2017, 19 de julio). “'La Vanguardia' y la tele del Grupo Godó cierran el año con números rojos”. En: *El Confidencial*, 19 de julio de 2017 [en línea]. Disponible en: https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2017-07-19/resultados2017-grupo-godo-la-vanguardia-8tv_1417269/ [2018, 2 de junio]
- A.G.Z. (2018, 9 de febrero). “'La Vanguardia' pone sobre la mesa un recorte del 12% de la masa salarial”. En: *El Confidencial*, 9 de febrero de 2018 [en línea]. Disponible en: https://www.elconfidencial.com/comunicacion/2018-02-09/la-vanguardia-grupo-godo-recortes-masa-salarial_1519610/ [2018, 2 de junio]
- ABC (2018a, 27 de febrero). “Vocento mantiene sus ingresos publicitarios en 2017 y mejora su cuota de mercado”. En: *ABC*, 27 de febrero de 2018 [en línea]. Disponible en: http://www.abc.es/economia/abci-vocento-mantiene-ingresos-publicitarios-2017-y-mejora-cuota-mercado-201802271813_noticia.html [2018, 1 de junio]
- ABC (2018b, 18 de abril). “Vocento apuesta por la generación de ingresos digitales protegiendo al tiempo el modelo tradicional”. En: *ABC*, 18 de abril de 2018 [en línea]. Disponible en: http://www.abc.es/economia/abci-vocento-apuesta-generacion-ingresos-digitales-protegiendo-tiempo-modelo-tradicional-201804181455_noticia.html [2018, 1 de junio]
- Abdalla, N. (2016). “Youth movements in the Egyptian transformation: strategies and repertoires of political participation”. En: *Mediterranean Politics*, 21(1), pp. 44-63. doi: <https://doi.org/10.1080/13629395.2015.1081445>
- Abdulla, R. (2014). *Egypt's Media in the Midst of Revolution*. Washington, DC: Carnegie Endowment for International Peace.
- Abril Vargas, N. (1999). *Periodismo de opinión*. Madrid: Síntesis.
- Abril, G. (1995). “Análisis Semiótico del Discurso”. En: Delgado, J. y Gutiérrez, J. (coords.), *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Síntesis, Cap. 16, pp. 427-463.
- Abulafia, D. (2003) (Ed.). *The Mediterranean in History*. London: Thames & Hudson.
- Accertamenti Diffusione Stampa (ADS) (2018). “DMS Aprile 2018 Quotidiani”. En: *Dati DMS* [en línea]. Disponible en: http://www.adsnotizie.it/dati_DMS.asp [2018, 5 de junio]
- Achcar, G. (2013). *The People Want: A Radical Exploration of the Arab Uprisings*. London: Verso.
- AfDB, OECD y UNDP (2017). “African Economic Outlook 2017. Entrepreneurship and industrialization”. En: *African Economic Outlook* [en línea]. Disponible en: <http://www.africaneconomicoutlook.org/en> [2017, 23 de octubre]
- Afro Barometer (2014/2015a). *Your present living conditions. Morocco*. [Base de datos] [en línea]. Disponible en: <http://www.afrobarometer.org/online-data-analysis/analyse-online> [2017, 30 de octubre]
- Afro Barometer (2014/2015b). *Trust parliament/national assembly. Egypt*. [Base de datos] [en línea]. Disponible en: <http://www.afrobarometer.org/online-data-analysis/analyse-online> [2017, 2 de noviembre]

- Afro Barometer (2014/2015c). *Trust your elected local government council. Egypt*. [Base de datos] [en línea]. Disponible en: <http://www.afrobarometer.org/online-data-analysis/analyse-online> [2017, 2 de noviembre]
- Afro Barometer (2014/2015d). *Corruption: government officials. Egypt*. [Base de datos] [en línea]. Disponible en: <http://www.afrobarometer.org/online-data-analysis/analyse-online> [2017, 2 de noviembre]
- Afro Barometer (2014/2015e). *Corruption: local government councilors. Egypt*. [Base de datos] [en línea]. Disponible en: <http://www.afrobarometer.org/online-data-analysis/analyse-online> [2017, 2 de noviembre]
- Afro Barometer (2014/2015f). *Your present living conditions. Egypt*. [Base de datos] [en línea]. Disponible en: <http://www.afrobarometer.org/online-data-analysis/analyse-online> [2017, 2 de noviembre]
- Afro Barometer (2016). "Job performance of MPs, local councillors: Are representatives serving voters or themselves?". En: *Afrobarometer Round 6*, Dispatch No. 115 [en línea]. Disponible en: http://afrobarometer.org/sites/default/files/publications/Dispatches/ab_r6_dispatchno115_m_p_and_councillor_performance_in_africa.pdf [2017, 30 de octubre]
- Ahram Online (2017). "Egypt's NPA appoints Abdel-Mohsen Salama head of Al-Ahram Organisation". En: *Ahram Online*, 31 de mayo de 2017 [en línea]. Disponible en: <http://english.ahram.org.eg/NewsContent/1/0/269928/Egypt/0/Egypt-NPA-appoints-AbdelMohsen-Salama-head-of-AI.A.aspx> [2018, 14 de junio]
- Ait Hattani, H. (2011). "New Media and Civic Participation in Morocco". En: *Journal of Media Research*, 10 (3:29), pp. 5-25. doi: <https://doi.org/10.24193/jmr.29.1>
- Al Khoury, R. (2008). "Demografía, mercado laboral y emigración". En: *Culturas*, 2, pp. 13-22.
- Al-â€™sar, M. (2010, 10 de agosto). "Editor denies rumors about sale of El-Dostor newspaper". En: *Daily News Egypt*, 10 de agosto de 2010 [en línea]. Disponible en: <https://dailynewsegypt.com/2010/08/10/editor-denies-rumors-about-sale-of-el-dostor-newspaper/> [2018, 15 de junio]
- Alaimo, K. (2015). "How the Facebook Arabic Page "We Are All Khaled Said" Helped Promote the Egyptian Revolution". En: *Social Media + Society*, 1(2), pp. 1-10. doi: <https://doi.org/10.1177/2056305115604854>
- Al-Ali, N. (2012). "Gendering the Arab Spring". En: *Middle East Journal Of Culture And Communication*, 5 (1), pp. 26-31. doi: <https://doi.org/10.1163/187398612X624346>
- Alaoual.com (2017, 24 de noviembre). "الأزمة.. قيالة تسي جيدة الأمساء ليعين لملك لفاعسلي ومخيرها اللدامون". En: *Alaoual.com*, 24 de noviembre de 2017 [en línea]. Disponible en: <http://alaoual.com/society/87482.html> [2018, 10 de junio]
- Alcañiz, M., Querol, V. y Marti, A. (2015). "Las mujeres jóvenes en España. (nuevas) precariedades y (viejas) desigualdades". En: *ex æquo*, 32, pp. 117-137.
- Alcoceba Hernando, J.A. (2014). "Jóvenes y medios de comunicación: la realidad social desde la presentación mediática y la percepción juvenil". En: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) (eds.), *Jóvenes y medios de comunicación: el desafío de tener que entenderse*. Madrid: CRS y FAD, pp.36-53.

- Alcoceba Hernando, J.A. y Matheieu Breglia, G. (dir.) (2007). *Manual de buenas prácticas para el tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación*. Madrid: Instituto de la Juventud (Injuve).
- Alcoceba, J.A. y Matheus, G. (2010). "El discurso mediático sobre los jóvenes en España". En: *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 3 (1), artículo 11, pp. 227-260.
- Ali, R. (2012, 12 de agosto). "Confiscation of Dostour newspaper raises fears over freedom of the press". En: *Ahram Online*, 12 agosto de 2012 [en línea]. Disponible en: <http://english.ahram.org.eg/NewsContent/1/64/50185/Egypt/Politics-/Confiscation-of-Dostour-newspaper-raises-fears-ove.aspx> [2018, 15 de junio]
- Allen, D. y Densmore, D. (1977). "A Radical Feminist Analysis of Mass Media". En: *Women's Institute for Freedom of the Press* [en línea]. Disponible en <http://www.wifp.org/philosophy/a-radical-feminist-analysis-of-mass-media/> [2018, 24 de mayo]
- Allerbeck, K. y Rosenmayr, L. (1979). *Introducción a la sociología de la juventud*. Buenos Aires: Editorial Kapelusz.
- Al-Momani, M. (2011). "The Arab "Youth Quake": Implications on Democratization and Stability". En: *Middle East Law and Governance*, 3 (1-2), pp. 159-170. doi: <https://doi.org/10.1163/187633711X591521>
- Altheide, David L. (1974). *Creating Reality: How tv news distorts events*. Beverly Hills CA: Sage Publications.
- Álvarez Gálvez, J. (2013). "Análisis de contenido semántico: evolución del discurso modal de la inmigración en la prensa española". En: *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, 25, pp. 73-92.
- Amadeo, B. (2008). "Framing: modelo para armar". En: Baquerín, M. T. (ed.). *Los medios: ¿aliados o enemigos del público?: derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Católica Argentina (EDUCA), pp. 183-237.
- Amer y Fargues, (2014). "Labour Market Outcomes and Egypt's Migration Potential". En: *EUI Working Papers*, 55. Italy: European University Institute [en línea]. Disponible en <http://cadmus.eui.eu/handle/1814/31384> [2018, 11 de mayo]
- Amirah Fernández, H. (2008). "Religiosidad, oportunidades y sexualidad, percepciones". En: *Culturas*, 2, pp.4-12.
- Andréu Abela, J. (2001). "Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada". En: *Fundación Centro de Estudios Andaluces* [en línea]. Disponible en: <https://www.centrodeestudiosandaluces.es/index.php?mod=publicaciones&cat=2&id=2431&idm> [2018, 29 de junio]
- Angulo Egea, M. (2017). *Inmersiones. Crónica de viajes y periodismo encubierto*. Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Antolínez Merchán, P. (2007). "Los dos hundimientos del Prestige". En: Ruano Gómez, J.D. (ed.), *El riesgo en la sociedad de la información*. La Coruña: Universidade da Coruña - Servizo de Publicacións, pp.9-19.
- Arab Barometer (2018). *Arab Barometer IV Data files* [base de datos] [en línea]. Disponible en <http://www.arabbarometer.org/instruments-and-data-files> [2018, 8 de abril]

Arab League (2006). "Arab Youth Issues "Arab Youth Dominant Values: Characteristics and Determinants ". Annual Report: 2006". En: *Series on Population & Development in the Arab Region* [en línea]. Disponible en http://www.poplas.org/uploads/publication/pdf/Aray_summary%20 2006 en.pdf [2018, 22 de marzo]

Arab League (2007a). "Arab Youth: Reproductive Health and Inter-generation Communication". En: *Series on Population & Development in the Arab Region* [en línea]. Disponible en <http://www.poplas.org/uploads/publication/pdf/ArabYouthReproductiveHealth.pdf> [2018, 22 de marzo]

Arab League (2007b). "Arab Youth Issues 'Arab Youth Participation' Annual Report: 2007". En: *Series on Population & Development in the Arab Region* [en línea]. Disponible en http://www.poplas.org/uploads/publication/pdf/Aray_summary%20 2007 en.pdf [2018, 22 de marzo]

Armañanzas, E. y Díaz Noci, J. (1996). *Periodismo y argumentación: géneros de opinión*. Bilbao: Ed. Universidad del País Vasco.

Armentia Vizuete, J. y Caminos Marcet, J. (2002). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.

Arnett, J.J. (2000). "Emerging Adulthood. A Theory of Development From the Late Teens Through the Twenties". En: *American Psychologist*, 55 (5), pp. 469-480. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>

Aruguete, N. (2011). "Framing: las perspectivas de las noticias". En: *La Trama de la Comunicación*, 15, pp. 67-80.

Aruguete, N. (2017). "The agenda setting hypothesis in the new media environment". En: *Comunicación y Sociedad*, 28, pp.35-58.

ASDA´A Burson-Marsteller (2017). *Arab Youth Survey. The Middle East, a region divided* [en línea]. Disponible en <https://wamda-prod.s3.amazonaws.com/resource-url/665bf7c4c81c1dd.pdf> [2018, 4 de marzo]

ASDA´A Burson-Marsteller (2018). *10 years of Arab Youth Survey. A decade of hopes & fears* [en línea]. Disponible en <http://www.arabyouthsurvey.com/pdf/whitepaper/en/2018-AYS-White-Paper.pdf> [2018, 9 de mayo]

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (2018). *Abril 2017 a marzo 2018. Resumen general* [en línea]. Disponible en <https://www.aimc.es/egm/datos-egm-resumen-general/> [2018, 29 de mayo]

Assaad, R. y Roudi-Fahimi, F. (2007). "Youth in the Middle East and North Africa: demographic opportunity or challenge?". En: *Population Reference Bureau* [en línea]. Disponible en <https://www.prb.org/youthinmena/> [2018, 8 de febrero]

Associazione stampatori italiana Giornali (ASIG) (2017). *Rapporto 2017 sull'industria dei quotidiani in Italia* [en línea]. Disponible en: http://www.fieg.it/upload/studi_allegati/Rapporto_2017_sulla_industria%20 dei%20 quotidi ani_in%20Italia.pdf [2018, 6 de junio]

Atienza Aledo, J. y Noya Miranda, F.J. (1990). "La encuesta como interacción social. Una aproximación empírica". En: *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 2, pp. 73-92.

- AudienceNet (2017a). *The Millennial Dialogue. Spain* [en línea]. Disponible en <https://www.millennialdialogue.com/media/1292/millennial-dialogue-spain-report-v3-new-logo.pdf> [2018, 29 de abril]
- AudienceNet (2017b). *The Millennial Dialogue Report. Germany, Italy and Poland* [en línea]. Disponible en <https://www.millennialdialogue.com/media/1072/germany-italy-poland-report.pdf> [2018, 29 de abril]
- Audipress (2018a). *Edizione 2018/I. Dati di scenario* [en línea]. Disponible en: <http://audipress.it/pubblicati-dati-audipress-2018/> [2018, 6 de junio]
- Audipress (2018b). *Audipress 2017_III. Replica. Lettori overview* [en línea]. Disponible en: http://audipress.it/visual_report/c/2017_III/replica [2018, 6 de junio]
- Audipress y Episteme (2017). *Il valore della stampa: vissuti e aspettative dei lettori* [en línea]. Disponible en: http://www.fieg.it/upload/studi_allegati/Audipress_pres.%2007nov2017.pdf [2018, 6 de junio]
- Austin, John L. (1955). *Cómo hacer cosas con palabras*. Edición electrónica de www.philosophia.cl/Escuela de Filosofía Universidad ARCIS [en línea]. Disponible en: http://revistaliterariakatharsis.org/Como_hacer_cosas_con_palabras.pdf [2018, 8 de julio]
- Austin, John L. (1955). *Cómo hacer cosas con palabras*. Edición electrónica de www.philosophia.cl/Escuela de Filosofía Universidad ARCIS [en línea]. Disponible en: http://revistaliterariakatharsis.org/Como_hacer_cosas_con_palabras.pdf [2018, 8 de julio]
- Austin, L. (2011). "The Politics of Youth Bulge: From Islamic Activism to Democratic Reform in the Middle East and North Africa". En: *The SAIS Review of International Affairs*, 31 (2), pp. 81-96. doi: <https://doi.org/10.1353/sais.2011.0019>
- Ayish, M. y Breslow, H. (2014). "The Need for Interdisciplinary Research of the Arab Mass Media". En: *Global Media Journal-Canadian Edition*, 7(2), pp.57-73.
- Aznar, H. (2003). "Principios editoriales". En: Villanueva, E. (ed.), *Derecho de la Información. Conceptos básicos*. Quito: CIESPAL, pp. 359-372.
- Azzaola Piazza, B. (2008). "Activismo político". En: *Culturas*, 2, pp. 30-40.
- Bagdikian, B. H. (2004). *The new media monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Bakker, P. (2008a). "The simultaneous rise and fall of free and paid newspapers in Europe". En: *Journalism Practice*, 2(3), pp. 427-443. doi: <https://doi.org/10.1080/17512780802281164>
- Bakker, P. (2008b). "Viability of the free newspaper business model". En: *InCirculation*, July/August, pp. 13-14 [en línea]. Disponible en http://www.newspaperinnovation.com/wp-content/uploads/incirculation_jul-aug08_bakker.pdf [2018, 24 de mayo]
- Ballesteros Herencia, C. (2015). "El desafiament inadvertit. La consulta sobre la independència de Catalunya des del marc informatiu del conflicte". En: *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 53, pp. 48-64. doi: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i53.2531>
- Ballesteros, J.C. y Sanmartín, A. (2017). "Emancipación en tiempos de crisis". En: *Revista de Estudios de Juventud*, 116, pp. 143-154.
- Bardak, U. (2015). "Desempleo juvenil y políticas de empleo". En: *Afkar/Ideas*, 46, pp. 56-58.
- Bardin, L. (1986). *El Análisis de contenido*. Madrid: Akal.

- Barsoum (2017). "Educated young women's employment decisions in Egypt: A qualitative account". En: *Sahwa Scientific Paper*, 13 [en línea]. Disponible en https://www.cidob.org/es/publicaciones/serie_de_publicacion/sahwa_papers/scientific_paper/educated_young_women_s_employment_decisions_in_egypt_a_qualitative_account [2018, 10 de mayo]
- Barsoum, G. (2012). "Arab Youth: The Challenges of education, employment and civic participation". En: *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 5 (10), pp. 39-54.
- Barsoum, G., Ramadan, M., el Kogali, S. (2010). "Youth Life Transitions: opportunities, capabilities and risks. En: Handoussa, H. (dir.), *Egypt Human Development Report 2010*. United Nations Development Programme y The Institute of National Planning, Egypt, cap.3, pp.35-42 [en línea]. Disponible en http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/243/egypt_2010_en.pdf [2018, 10 de mayo]
- Battah, H. (2008). "Impacto de las nuevas tecnologías". En: *Culturas*, 2, pp. 86-95.
- Baumgartner, J. (1981). "Newspapers as historical sources". En: *Philippine Quarterly of Culture and Society*, 9(3), pp.256-258.
- Bayat, A. (2010). "Muslim Youth and the Claim of Youthfulness". En: Bayat, A. y Herrera, L. (eds.), *Being Young and Muslim: New Cultural Politics in the Global South and North*. Oxford: Oxford University Press, cap.2, pp.27-48. doi: <http://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195369212.003.0002>
- Beck, U. y Beck-Gernsheim, E. (2002). *Individualization: institutionalized individualism and its social and political consequences*. London: Sage.
- Behr, T. y A. Siitonen (2017). "Building bridges or digging trenches? Civil society engagement after the Arab Spring". En: *FIIIA Working Paper*, 77 [en línea]. Disponible en: http://www.fiiia.fi/en/publication/308/building_bridges_or_digging_trenches/ [2017, 4 de agosto]
- Bekkaoui, K., René Larémont, R. y Rddad, S. (2011). "Survey on Moroccan Youth: Perception and Participation in Sufi Orders/Evaluation and Interpretation". En: *Journal of the Middle East and Africa*, 2(1), pp.47-63. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/21520844.2011.565712>
- Bellefqih, Z. (2012). "The Press in Morocco: Between Requirements and Reality". En: YAANI Policy Lab, *Policy for a new generation. Middle East and North Africa*. London: European Alternatives, cap.5, pp. 94-113.
- Bellón Rodríguez, A. y López García, X. (2016). "Impacto de la crisis en prensa de distribución gratuita en España". En: *Revista Faro*, 1(23), pp.259-278.
- Benaziz, B. (2015). "Le journal al-dustour/al-tahrir. apogée et déclin d'un journal privé". En: *Revue Tiers Monde* 2 (222), pp. 31-48. doi: <https://doi.org/10.3917/rtm.222.0031>
- Benchenna, A., Ksikes, D. y Marchetti, D. (2017). "The media in Morocco: a highly political economy, the case of the paper and on-line press since the early 1990s". En: *The Journal of North African Studies*, 22(3), pp.386-410. doi: <https://doi.org/10.1080/13629387.2017.1307906>
- Benedicto, J. (2016). "Los jóvenes ante la sociedad en la que viven: valores colectivos e implicación sociopolítica". En: Benedicto, J. (dir.), *Informe Juventud en España 2016*. Madrid: Instituto de la Juventud, cap.7, pp.419-549 [en línea]. Disponible en <http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/24/publicaciones/informe-juventud-2016.pdf> [2018, 28 de abril]

Benedicto, J. (dir.) (2016). *Informe Juventud en España 2016*. Madrid: Instituto de la Juventud [en línea]. Disponible en <http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/24/publicaciones/informe-juventud-2016.pdf> [2018, 28 de abril]

Benedicto, J. y Luz Morán, M. (2015). "La construcción de los imaginarios colectivos sobre jóvenes, participación y política en España". En: *Revista de Estudios de Juventud*, 110, pp. 83-104.

Bennani-Chraïbi, M. (2010). "Moroccan Youth and Political Islam". En: Bayat, A. y Herrera, L. (eds.), *Being Young and Muslim: New Cultural Politics in the Global South and North*. Oxford: Oxford University Press, cap.4, pp. 63-76. doi: <http://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195369212.003.0004>

Benton, M. y Frazier, P.J. (1976). "The Agenda Setting Function of the Mass Media At Three Levels of "Information Holding". En: *Communication Research*, 3(3), pp. 261-274. doi: <https://doi.org/10.1177/009365027600300302>

Berelson, B. (1971). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Hafner Publishing Co.

Berelson, B. y Laszarsfeld P.F (1948). *The analysis in Communications Content*. University of Chicago and Columbia University.

Berger, P. L. y Luckmann, T. (1968). *La Construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Bernal Triviño, A.I. (2010). "Definición conceptual de los medios de comunicación por un grupo de jóvenes españoles. El valor de Internet". En: *Vivat Academia*, 112, pp. 1-11.

Bernardini, J. (2013). *Adulti di carta. La rappresentazione sociale dell'età adulta sulla stampa*. Milano: FrancoAngeli.

Berrocal Gonzalo, S., Redondo García, M. Torres Chico, L.M. (2015). "La crisis como espectáculo: el infoentretenimiento en las noticias sobre el rescate bancario en la prensa española de referencia". En: *Communication & Society*, 28(4), pp.1-16. doi: <https://doi.org/10.15581/003.28.4.sp.1-16>

Berzonsky, M. D. (1989). "Identity Style: Conceptualization and Measurement". En: *Journal of Adolescent Research*, 4, pp. 267-281. doi: <https://dx.doi.org/10.1177/074355488943002>

Bicchi, F. (2011). "The Union for the Mediterranean, or the Changing Context of Euro-Mediterranean Relations". En: *Mediterranean Politics*, 16 (01), pp.3-19. doi: <https://doi.org/10.1080/13629395.2011.547365>

Bichi, R., Bignardi, P., Gocini, G., Salvarini, B., Stercal, C. (2015). *Dio a modo loro. Giovani italiani e religiosi*. Quaderni Rapporto Giovani 7. Milano: Istituto Giuseppe Toniolo [en línea]. Disponible en <http://www.vitaepensiero.it/scheda-ebook/autori-vari/dio-a-modo-loro-quaderni-rapporto-giovani-n7-9788834334508-345544.html> [2018, 4 de mayo]

Billari, F.C. (2004). "Becoming an adult in Europe: a macro (/micro)-demographic perspective". En: *Demographic Research*, 3(2), pp. 15-44. doi: <https://dx.doi.org/10.4054/DemRes.2004.S3.2>

Binzel, C. (2011). "Decline in social mobility: Unfulfilled aspirations among Egypt's educated youth". En: *Forschungsinstitut zur Zukunft der*, Discussion Paper series, 6139 [en línea]. Disponible en <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:101:1-201112136927> [2018, 10 de mayo]

- Blanco, C. (2011). *Encuesta y Estadística. Métodos de Investigación Cuantitativa en Ciencias Sociales y Comunicación*. Argentina: Editorial Brujas.
- Blum, R. (2005). "Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme". En: *Medienwissenschaft Schweiz*, 2, pp. 5-11 (citado en Thomass y Kleinsteuber, 2011).
- Borrat, H. (1989). "El Periódico, actor del sistema político". En: *Anàlisi*, 12, pp.67-80.
- Bosch Meda, J. (2017). "La relación entre política de vivienda y emancipación residencial de la juventud europea". En: *Papers*, 102(1), pp. 107-141. doi: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers.2238>
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto* (edición 1998). Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2005). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2008). *Homo academicus*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Brandán Zehnder, M.G. (2014). "Juventud, trabajo y dispositivos estatales. Aportes críticos a la sociología de la juventud desde la perspectiva de la gubernamentalidad". En: *Ultima década*, 40, pp.37-54. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362014000100003>
- Braudel, F. (1949). *La Méditerranée et le Monde méditerranéen à l'époque de Philippe II*. France: Armand Colin.
- Breed, W. (1955). "Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis". En: *Social Forces*, 33(4), pp. 326-335.
- Brenes Montoya, M., Vásquez Arreaga, J.D. y Ventura Campusano, T. (coord.) (2012). *Miradas que marcan. Análisis crítico de las narrativas y las representaciones de los y las jóvenes en la prensa*. Costa Rica: Flacso Costa Rica.
- Briones, G. (1996). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá: Instituto colombiano para el fomento de la educación superior (ICFES).
- Brogi, E. (2016). *Media Pluralism Monitor 2016. Monitoring Risks for Media Pluralism in the EU and Beyond. Country report: Italy*. Luxembourg: Publications Office.
- Bromberger, C. (2007). "Bridge, wall, mirror: Coexistence and confrontations in the Mediterranean world". En: *History and Anthropology*, 18(3), pp.291-307. doi: <https://doi.org/10.1080/02757200701389030>
- Brüggemann, M., Humprecht, E., Kleis Nielsen, R., Karppinen, K., Cornia, A. y Esser, F. (2016). "Framing the newspaper crisis. How debates on the state of the press are shaped in Finland, France, Germany, Italy, United Kingdom and United States". En: *Journalism Studies*, 17(5), pp.533-551. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2015.1006871>
- Brunet, I. y Pizzi, A. (2013). "La delimitación sociológica de la juventud". En: *Última década*, 38, pp. 11-36.
- Brunet, I., Pizzi, A. y Valls Fonayet, F. (2013). "Condiciones de vida y construcción de identidades juveniles. El caso de los jóvenes pobres y excluidos en España". En: *Revista Mexicana de Sociología*, 75 (4), pp. 647-674.
- Bubela, T.M. y Caulfield, T.A (2004). "Do the print media "hype" genetic research? A comparison of newspaper stories and peer-reviewed research papers". En: *Canadian Medical Association Journal*, 170(9), pp.1399-1407.

Buckingham, D. (2000). *The Making of Citizens: Young People, News and Politics*. London: Routledge.

Bull, N. (2011). "Arab Youth Sexuality". En: Issam Fares Institute for Public Policy and International Affairs y American University of Beirut, *A Generation on the Move: Insights into the conditions, aspirations and activism of Arab youth*, cap.6, pp. 31-34 [en línea]. Disponible en [https://www.unicef.org/media/files/Summary_Report_A_GENERATION_ON_THE_MOVE_AUB_IFI_UNICEF_MENARO .pdf](https://www.unicef.org/media/files/Summary_Report_A_GENERATION_ON_THE_MOVE_AUB_IFI_UNICEF_MENARO.pdf) [2018, 16 de marzo]

Bullivant, S. (2018). Europe's Young Adults and Religion. Twickenham, UK: St Mary's University and Paris: Institute Catholique de Paris [en línea]. Disponible en <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/04/14094140/Pew-Research-Center-National-Identity-Report-FINAL-February-1-2017.pdf> [2018, 25 de abril]

Butler-Dines, K. (2015). "Youth Perceptions and Engagement with the Moroccan State's Promotion of Sufism". En: *Study Project (ISP) Collection*, Paper 2196 [en línea]. Disponible en http://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/2196 [2018, 9 de mayo]

C. Buchmann, M. y Kriesi, I. (2011). "Transition to Adulthood in Europe". En: *Annual Review of Sociology*, 37, pp.481-503. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-081309-150212>

Caballo Villar, M.B., Varela Crespo, L. y Nájera Martínez, E.M. (2017). "El ocio de los jóvenes en España. Una aproximación a sus prácticas y barreras". En: *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 12 (extra 1), pp. 43-64, doi: <https://doi.org/10.14198/OBETS2017.12.1.11>

Cabasés, M.A., Feixa, C. y Civit, R. (2015). "Jóvenes y confianza política en un contexto de desestabilización social e institucional. un estudio comparativo en países de la cuenta del mediterráneo". En: *Última Década*, 42, pp.149-185.

Cabrera González, M.A. (2001). "Convivencia de la prensa escrita y la prensa "on line" en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, pp.71-78.

Cabrera González, M.A. (2011). "Convivencia de la prensa escrita y la prensa "on line" en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, pp.71-78.

Caggiano, V., Belleza, A., Belsaguy, I.O., González-Bernal, J. (2017). "Work Values: A Comparative Research between Italian and Spanish Youth". En: *Journal of Educational, Cultural and Psychological Studies*, 15, pp. 95-106. doi: <http://dx.doi.org/10.7358/ecps-2017-015-cagg>

Caltabiano, M y Rosina, A. (2018). "The dejuvenation of the Italian population". En: *Journal of Modern Italian Studies*, 23(1), pp. 24-40. doi: <https://doi.org/10.1080/1354571X.2017.1409527>

Camozzi, I., Cherubini, D., Leccardi, C., Rivetti, P., Feixa Pàmpols, C. y Sánchez-García, J. (2015) "Youth cultures: values, representations and social conditions". En: *Sahwa Background Paper*, 3 [en línea]. Disponible en <http://www.sahwa.eu/RESEARCH-THEMES/Youth-Cultures-Values-Representations-and-Social-Conditions> [2018, 22 de febrero]

Campbell, J. K. (1964). *Honour, Family and Patronage: A Study of Institutions and Moral Values in a Greek Mountain Community*. Oxford: Clarendon Press.

Campos Lima, M.P y Martín Artilles, A. (2013). "Youth voice(s) in EU countries and social movements in southern Europe". En: *Transfer*, 19(3), pp. 345-363. doi: <https://doi.org/10.1177/1024258913493732>

- Camps, M. (2016, 16 de mayo). “La Vanguardia’ en catalán cumple cinco años”. En: *La Vanguardia*, 16 de mayo de 2016 [en línea]. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/vida/20160516/401820069685/la-vanguardia-edicion-en-catalan-quinto-aniversario.html> [2018, 2 de junio]
- Cano, F. (2017a, 15 de noviembre). “Prisa negocia con Vocento la integración de sus negocios de impresión en Madrid”. En: *El Español*, 15 de noviembre de 2017 [en línea]. Disponible en https://www.elespanol.com/economia/medios/20171115/262224711_0.html [2018, 28 de mayo]
- Cano, F. (2017b, 31 de octubre). “La caída digital lleva a ABC a plantear duros recortes que no descartan un ERE”. En: *El Español*, 31 de octubre de 2017 [en línea]. Disponible en: https://www.elespanol.com/economia/medios/20171031/258474424_0.html [2018, 1 de junio]
- Cano, F. (2017c, 10 de septiembre). “La Vanguardia’ dispara sus ingresos por publicidad en pleno proceso soberanista”. En: *El Español*, 10 de septiembre de 2017 [en línea]. Disponible en: https://www.elespanol.com/economia/empresas/20170908/245226435_0.html [2018, 2 de junio]
- Cano, F. (2018, 20 de marzo). “La prensa también se fuga: La Vanguardia y El Periódico “se marchan” de Cataluña”. En: *El Español*, 20 de marzo de 2018 [en línea]. Disponible en: https://www.elespanol.com/economia/medios/20180320/prensa-fuga-vanguardia-periodico-marchan-cataluna/293470933_0.html [2018, 3 de junio]
- Capote, A. (2014). “Apuntes sobre el desasosiego entre la juventud marroquí. Proyectos migratorios y movilidad interna en Marruecos como antesala de la inmigración internacional”. En: *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, 60(2), pp. 237-259. doi: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/dag.94>
- Carcillo, S., Fernández, R., Königs, S. y Minea, A. (2015), “NEET Youth in the Aftermath of the Crisis: Challenges and Policies”. En: *OECD Social, Employment and Migration Working Papers*, 164. París: OECD Publishing. doi: <http://dx.doi.org/10.1787/5js6363503f6-en>
- Carol, M. (2017, 26 de junio). “El valor del editorial en el diario”. En: *La Vanguardia*, 26 de junio de 2017 [en línea]. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/opinion/20170626/423699450545/el-valor-del-editorial-en-el-diario.html> [2018, 2 de junio]
- Carratalá, A. (2013). “La representación de la protesta contra Educación para la Ciudadanía en ABC y La Razón”. En: *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 23.
- Carù, A., Cova, B. y Dalli, D. (2014). “Mediterranean marketing and southern thinking: retrospects and prospects”. En: *Journal of Consumer Behaviour*, 13(3), pp.157-163. doi: <https://doi.org/10.1002/cb.1485>
- Casal, J., Garcia, M., Merino, R. y Quesada, M. (2006). “Aportaciones teóricas y metodológicas a la sociología de la juventud desde la perspectiva de la transición”. En: *Papers*, 79, pp.21-48. doi: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v79n0.798>
- Casals Carro, M. (2005). *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*. Madrid: Fragua.
- Casals Carro, M. (2005). *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*. Madrid: Fragua.

- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J.R. y Donaldo Campos, J. (2003). "La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)". En: *Aten Primaria*, 31(8), pp. 527-538.
- Casero Ripollés, A. y Izquierdo Castillo, J. (2013). "Between decline and a new online business model: the case of the Spanish newspaper industry". En: *Journal of Media Business Studies*, 10(1), pp.63-78.
- Casero-Ripollés, A. (2012). "Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital". En: *Comunicar*, XX (39), pp. 151-158. doi: <https://doi.org/10.3916/C39-2012-03-05>
- Cassano, F. (1996). *Il Pensiero Meridiano*. Roma-Bari: Laterza.
- Cassar, C. (2004). *Honor y vergüenza en el Mediterráneo* (Colección Enciclopedia del Mediterráneo, 17). Barcelona: CIDOB edicions e Icaria Editorial.
- Castagnetti, C. y Rosti, L. (2013). "Unfair Tournaments: Gender Stereotyping and Wage Discrimination among Italian Graduates". En: *Gender & Society*, 27(5), pp.630-658. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0891243213490231>
- Castegnaro, A. (2013). *Fuori dal Recinto. Giovani, fede, chiesa: uno sguardo diverso*. Milano: Ancora.
- Castro Sanz, C. (2003). *La reconversión tecnológica y empresarial en un periódico consolidado: el caso de "La Vanguardia"* (tesis doctoral). Margarita Ledo Andión (dir.). Barcelona: Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat, Universitat Autònoma de Barcelona.
- CatalunyaPress (2018, 16 de abril). "La crisis que atraviesan El Periódico y La Vanguardia fuerza a la colaboración empresarial entre ambos". En: *CatalunyaPress*, 16 de abril de 2018 [en línea]. Disponible en: <https://www.catalunypress.es/texto-diario/mostrar/1054479/periodico-vanguardia-estudian-aunar-fuerzas-colaborar-empresarialmente> [2018, 3 de junio]
- Cazzato, L. (2012). "Oriente within, Nord without: il meridionismo e i romantici Inglesi". En: *Altre Modernità*, 8, pp.188-206. doi: <https://doi.org/10.13130/2035-7680/2561>
- Cazzato, L. (2016). "Mediterranean: Coloniality, Migration and Decolonial Practices". En: *Politics. Rivista di Studi Politici*, 5, pp. 1-17.
- Cea Esteruelas, M.N. (2010). "Introducción al concepto de empresa periodística en Internet". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 31-43.
- Cea Esteruelas, N. (2014). "Estudio evolutivo del diseño periodístico en Internet: la edición digital de El País (1996-2013)". En: *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 19(37), pp.137-155.
- CENSIS (2017). *14° Rapporto Censis-Ucsi sulla comunicazione. I media e il nuovo immaginario collettivo*. Roma: CENSIS.
- Center of Arab Woman for Training and Research (CAWTAR) (2017). "Women's school-to-work transition in the Arab mediterranean countries (AMC)". En: *Sahwa Scientific Paper* [en línea]. Disponible en <http://sahwa.eu/OUTPUTS/SAHWA-> [en línea]. Disponible en [Scientific-Papers-ISSN-2564-9183/Scientific-paper-on-school-to-work-transition-in-the-AMCs](http://sahwa.eu/OUTPUTS/SAHWA-) [2018, 03 de marzo]
- Central Agency for Public Mobilization and Statistics (CAPMAS) (2017). *On the occasion of the International Youth Day 61.9% Of Young People Connect Online in 2016*, 12/08/2017 [Comunicado de prensa] [en línea]. Disponible en http://www.capmas.gov.eg/Pages/GeneralNews.aspx?page_id=1 [2018, 9 de mayo]

Central Agency for Public Mobilization and Statistics (CAPMAS) (2018a). "Population". En: *Egypt in figures 2018*, pp.4-15 [en línea]. Disponible en http://www.capmas.gov.eg/Pages/StaticPages.aspx?page_id=5035 [2018, 9 de mayo]

Central Agency for Public Mobilization and Statistics (CAPMAS) (2018b). "Vital Statistics". En: *Egypt in figures 2018*, pp.33-50 [en línea]. Disponible en http://www.capmas.gov.eg/Pages/StaticPages.aspx?page_id=5035 [2018, 9 de mayo]

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2016, septiembre). *Barómetro de septiembre 2016*. Estudio nº 3149, septiembre 2016 [en línea]. Disponible en [2018, 28 de mayo]

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2017, septiembre). *Barómetro de septiembre 2017. Avance de resultados. Estudio nº3187* [en línea]. Disponible en: http://datos.cis.es/pdf/Es3187mar_A.pdf [2017, 23 de octubre]

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2018, marzo). *Barómetro de marzo 2018*. Estudio nº 3207, marzo 2018 [en línea]. Disponible en http://datos.cis.es/pdf/Es3207mar_A.pdf [2018, 30 de abril]

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD) (2017a). "Percepciones sobre discriminación, violencia y equidad de género". En: *Barómetro ProyectoScopio* [en línea]. Disponible en <http://www.proyectoscopio.es/barometro/barometro-proyectoscopio-2017/33-percepciones-sobre-discriminacion-violencia-y-equidad-de-genero> [2018, 18 de abril]

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD) (2017b). "Percepciones sobre las desigualdades de género". En: *Barómetro Juventud y Género 2017* [en línea]. Disponible en <http://www.proyectoscopio.es/barometro/barometro-juventud-y-genero-2017/46-percepcion-sobre-las-desigualdades-de-genero> [2018, 18 de abril]

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD) (2017c). "¿Cómo ven los roles familiares?". En: *Barómetro Juventud y Género 2017* [en línea]. Disponible en <http://www.proyectoscopio.es/barometro/barometro-juventud-y-genero-2017/45-como-ven-los-roles-familiares> [2018, 18 de abril]

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD) (2017d). "¿Qué piensan sobre la feminidad y la masculinidad?". En: *Barómetro Juventud y Género 2017* [en línea]. Disponible en <http://www.proyectoscopio.es/barometro/barometro-juventud-y-genero-2017/44-que-piensen-sobre-la-feminidad-y-la-masculinidad> [2018, 18 de abril]

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD) (2017e). *Índice Sintético de Desarrollo Juvenil Comparado 2017* [en línea]. Disponible en https://www.fad.es/sites/default/files/ProyectoScopio%202018_V11.pdf [2018, 18 de abril]

Cesareo, V. (2014). "Il lavoro dei giovani in una società che cambia". En: Bignardi, P., Campiglio, L., Cesareo, V. y Marta, E., *Giovani e Lavoro*, Quaderni Rapporto Giovani 1. Milano: Vita e Pensiero y Istituto Toniolo, pp.22-25 [ebook] [en línea]. Disponible en <http://www.vitaepensiero.it/scheda-ebook/autori-vari/giovani-e-lavoro-9788834328132-207664.html> [2018, 3 de mayo]

Chaaban, J. (2008). "The Costs of Youth Exclusion in the Middle East". En: *The Middle East Youth Initiative Working Paper*, 1. Washington, DC: Wolfensohn Center For Development y Dubai: Dubai School of Government. doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1139172>

- Chambers, I. (2008). *Mediterranean crossings: The Politics of an Interrupted Modernity*. Durham: Duke University Press.
- Chatman House (2012). "Middle East and North Africa Policy Forum with Young Arab Analysts". En: *Middle East and North Africa Programme: Meeting Summary* [en línea]. Disponible en https://www.chathamhouse.org/sites/files/chathamhouse/public/Research/Middle%20East/0912yaani_summary.pdf [2018, 4 de abril]
- Chaudhary, S. (2015). "Youth in the Arab World: Their Aspirations and Identities with Democracy in Egypt". En: *Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos*, 19, pp. 113-126. doi: <http://dx.doi.org/10.15366/reim2015.19.007>
- Chicón, L. y Juan, L. (2017). "Mobile Millennials 25-34". En: *Smartme analytics* [en línea]. Disponible en: <http://smartmeanalytics.com/blog/2017/06/14/nuevo-estudio-mobile-millennials-25-34-de-smartme-analytics/> [2018, 15 de julio]
- Clarke, J., Hall, S., Jefferson, T. y Roberts, B. (1976). "Subcultures, Cultures and Class: A theoretical overview". En: Hall, S. y Jefferson, T. (eds.), *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. UK: Routledge, Cap.1, pp.9-74.
- Clua, A., Ferrán-Ferrer, N. y Terren, L. (2018). "Youth impact in the public sphere: The dissolution of the Spanish Youth Council in the press and on Twitter". En: *Comunicar*, XXVI (55), pp. 49-57.
- Cohen, P. (1972). "Subcultural Conflict and Working Class Community". En: *Working Papers in Cultural Studies*, 2, pp. 5-52.
- Colombo, E., Leonini, L y Rebughini, P. (2018). "A generational attitude: young adults facing the economic crisis in Milan". En: *Journal of Modern Italian Studies*, 23(1), pp.61-74. doi: <https://doi.org/10.1080/1354571X.2017.1409532>
- Colombo, S. (2016). "Youth Activism, Government Policies and the Role of the EU". En: S. Colombo (ed.) *Youth Activism in the South and East Mediterranean Countries since the Arab Uprisings: Challenges and Policy Options*. Euromesco Joint Policy Study, pp.6-24.
- Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR) (2017, 26 de septiembre). "El compromiso con las personas refugiadas debe hacerse realidad". En: *CEAR*, 26 de septiembre de 2017 [en línea]. Disponible en: <https://www.cear.es/compromiso-las-personas-refugiadas-hacerse-realidad> [2017, 23 de octubre]
- Comisión Europea (2016). *Commission implementing decision of the Annual Action Programme 2016 – Part 1 in favour of the ENI South countries to be financed from the general budget of the European Union* [en línea], Bruselas, 20 de julio de 2016. Disponible en: https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/neighbourhood/pdf/key-documents/regional-south/aap-2016-regional-south-part_i-financing-commission-decision-20160720.pdf [2017, 05 de septiembre]
- Committee to Protect Journalists (CPJ) (2008, 29 de septiembre). "Eissa gets two months in jail". En: *Committee to Protect Journalists (CPJ)*, 29 de septiembre de 2008 [en línea]. Disponible en: <https://cpj.org/2008/09/eissa-gets-two-months-in-jail.php> [2018, 15 de junio]
- Committee to Protect Journalists (CPJ) (2014, 28 de marzo). "Mayada Ashraf". En: *Committee to Protect Journalists (CPJ)*, 28 de marzo de 2014 [en línea]. Disponible en: <https://cpj.org/data/people/mayada-ashraf/> [2018, 15 de junio]
- Comunidad Económica Europea (1957). "Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea". En: *Diario Oficial de la Unión Europea*, Roma, Italia, 25 de marzo de 1957.

Consejo Juventud de España (CJE) (2017). "España. 1er semestre 2017". En: *Observatorio de Emancipación*, 14 [en línea]. Disponible en <http://www.cje.org/es/publicaciones/novedades/observatorio-emancipacion-primer-semester-2017/> [2018, 29 de abril]

Constitución Española. *Boletín Oficial del Estado*, 29 de diciembre de 1978, 311, pp. 29313-29424.

Contini, D., Filandri, M. y Pacelli, L. (2017). "I giovani NEET in Italia: un'analisi longitudinale". En: Alfieri, S. y Sironi, E. (eds.), *Una generazione in panchina da NEET a risorsa per il paese*, Quaderni Rapporto Giovani, 6. Milano: Vita e Pensiero y Istituto Toniolo, pp.94-103 [ebook] [en línea]. Disponible en <http://www.rapportogiovani.it/new/wp-content/uploads/2017/06/978-88-343-3324-2.pdf> [2018, 3 de mayo]

Cornia, A. (2014). "Will Italian Political Journalism Ever Change?". En: Kuhn, R. y Kleis Nielsen, R., *Political journalism in transition. Western Europe in a comparative perspective*. London/New York: I.B. Tauris y Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, cap.3, pp. 78-79.

Cornia, A. (2017). "Italy". En: Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., L. Levy, D.A., Kleis Nielsen, R., *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, pp. 78-79.

Cornia, A., Sehl, A. y Kleis Nielsen, R. (2016). *Digital News Project 2016*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.

Correa González, J. P. (2012). *Estructura de la organización de la empresa periodística*. Estado de México: Red Tercer Milenio.

Costa Ribeiro, N. y Resende, F. (2017). "O jornalismo convergente e a reconfiguração do trabalho nas redações da imprensa portuguesa". En: *Observatorio (OBS*) Journal*, 11(4) pp. 139-153.

Cova, B. (2005). "Thinking of marketing in meridian terms". En: *Marketing Theory*, 5(2), pp. 205-214

Craig, C. S. y Petruzzellis, L. (2016). "Separate but together: Mediterranean identity in three countries". En: *Journal of Consumer Marketing*, 33 (1), pp. 9-19.

Cuzzocrea, V. y Mandich, G. (2015). "Students' narratives of the future: Imagined mobilities as forms of youth agency?". En: *Journal of Youth Studies*, 19(4), pp. 552-567. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13676261.2015.1098773>

D. Wehbe Herrera, C. (2000). "Las relaciones de la Unión Europea con los países de la Unión del Magreb Árabe. Situación actual y perspectiva". En: *Revista De Economía Mundial*, 2.

Daily News Egypt (2016, 1 de agosto). "Court orders imprisonment, fine for Al-Ahram journalists". En: *Daily News Egypt*, 1 de agosto de 2016 [en línea]. Disponible en: <https://dailynewsegyp.com/2016/08/01/court-orders-imprisonment-fine-for-al-ahram-journalists/> [2018, 14 de junio]

Dajani, N. (2011). "Arab Press". En: Mellor, N., Ayish, M, Dajani, N. y Rinnawi, K., *Arab Media*. Cambridge, UK/Malden, USA: Polity Press.

Davis, R. (2008). "Tradición y Modernidad". En: *Culturas*, 2, pp. 41-52.

Dawson, R. (2010). "Newspaper extinction timeline: key factors" [en línea]. Disponible en <https://rossdawson.com/frameworks/newspaper-extinction-timeline/> [2018, 28 de mayo]

- Dawoud, A. y Nelson, A. (2011). "Egypt". En: World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA), *Financially Viable Media in Emerging and Developing Markets*. France: World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA), pp.37-51 [en línea]. Disponible en: <http://www.wan-ifra.org/articles/2011/06/07/financially-viable-media-in-emerging-and-developing-markets> [2018, 14 de junio]
- De la Quintana, A. y Oliva, C. (2012). "Subvenciones a la prensa en España: sinergias políticas y empresariales en Andalucía, Cataluña, Galicia y El País Vasco". En: *Miguel Hernández Communication Journal*, 3, pp. 101-120.
- De Marco, S. y Sorando, D. (2015). *Juventud Necesaria Consecuencias económicas y sociales de la situación del colectivo joven*. Madrid: Consejo de la Juventud en España.
- de Matero Pérez, R., Bergés Saura, L. y Sabater Casals, M. (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.
- De Pablos Coello, J.M. (2008). "Propuesta de metodología para duelos mediáticos en periodismo político. Aplicación al tratamiento informativo de El País a la crisis entre Uribe y Chávez por los rehenes de las FARC (2007 – 2008)". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, pp. 149-173.
- de Pascale, L. (2015). "Dal precariato alla vita in strada: i giovani senza dimora a Napoli". En: *Sociologia del Lavoro*, 138, pp. 103-120. doi: <https://doi.org/10.3280/SL2015-138007>
- DeJong, J. y El-Khoury, G. (2006). "Reproductive health of Arab young people". En: *British Medical Journal*, 333, pp.849-851. doi: <https://doi.org/10.1136/bmj.38993.460197.68>
- Delclós, T. (2013, 19 de mayo). "Sobre un adiós". En: *El País*, 19 de mayo de 2013 [en línea]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2013/05/18/opinion/1368896654_903946.html [2018, 31 de mayo]
- della Porta, D. y Mattoni, A. (eds.) (2014). *Spreading Protest Social Movements in Times of Crisis*. Colchester: ECPR Press.
- Demers, D. y Merskin, D. (2000). "Corporate News Structure and the Managerial Revolution". En: *Journal of Media Economics*, 13(2), pp. 103-121. doi: http://dx.doi.org/10.1207/S15327736ME1302_4
- Denman, C (1995). "Writers, editors, and readers: Authentic assessment in the newspaper class". En: *The English Journal*, 84(7), pp. 55-57. doi: <https://doi.org/10.2307/820585>
- Desrues, T. (2012a). "Moroccan Youth and the Forming of a New Generation: Social Change, Collective Action and Political Activism". En: *Mediterranean Politics*, 17(1), pp. 23-40. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13629395.2012.655044>
- Desrues, T. (2012b). "The "20th February Movement": youth, collective action and the political regime in Morocco/El Movimiento del "20 de Febrero": jóvenes acción colectiva y regimen politico en Marruecos". En: *Communication 22nd IPSA World Congress Madrid 11-07-2012* [en línea]. Disponible en http://paperroom.ipsa.org/papers/paper_16111.pdf [2018, 08 de mayo]
- Desrues, T. (2015). "Los jóvenes en el mundo árabe de la "Primavera" democrática al "Invierno" yihadista?: participación y activismo político y social". En: *Revista de estudios internacionales mediterráneos*, 19, pp. 1-14. doi: <http://dx.doi.org/10.15366/reim2015.19.001>
- Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (coords.) (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel Comunicación.

- Díez Nicolás, J. y Díez Medrano, J. (2016). *WV6_Results. Morocco 2011. Technical record*. Madrid: SEREC [en línea]. Disponible en <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp> [2018, 9 de mayo]
- Diezhandino Nieto, M.P. (1994). *El quehacer informativo*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Dijk, T. A. van (1978). *Estructuras y funciones del discurso. Una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso*. México: Siglo XXI.
- Dijk, T. A. van (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona-Buenos Aires-México: Ediciones Paidós.
- Dittus, R. B. (2005). "La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio". En: *Athenea Digital*, 7, pp. 61-76.
- Dobie, M. (2014). "For and against the Mediterranean: Francophone Perspectives". En: *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, 34(2), pp. 389-404. doi: <https://doi.org/10.1215/1089201X-2773923>
- Domingo, A. y Bayona, J. (2009). "Jóvenes y juventud mediterránea: de la estética a la demografía". En: *Quaderns de la Mediterrània*, 11, pp. 186-193 [en línea]. Disponible en <http://www.iemed.org/observatori/arees-danalisi/documents/arxiu-externs/documents-antics/jovenes-y-juventud-mediterranea--de-la-estetica-a-la-demografia.-andreu-domingo-y-jordi-bayona> [2018, 16 de febrero]
- Donsbach, W. (2004). "Psychology of News Decisions: factors behind journalists' professional behavior". En: *Journalism*, 5(2), pp. 131-157.
- Donsbach, W., Salmon, C.T. y Tsfati, Y. (eds.) (2014). *The Spiral of Silence: New Perspectives on Communication and Public Opinion*. New York: Routledge.
- Douai, A. (2009). "In Democracy's Shadow: The 'New' Independent Press and the Limits of Media Reform in Morocco." En: *Westminster Papers in Communication and Culture*, 6(1), pp. 7-26.
- Driss, A. (2009). "Southern perceptions about the Union for the Mediterranean". En: *Euromesco Reports* [en línea]. Disponible en: http://www.euromesco.net/euromesco/media/UfM_Driss.pdf [2017, 11 de agosto]
- Dubai Media City y Dubai Press Club (2017). *Arab Media Outlook 2016-2018. Youth... Content... Digital media*. Dubai: Dubai Media City y Dubai Press Club.
- Dubai Press Club y Deloitte (2012). *Arab Media Outlook 2011-2015. Arab Media: Exposure and Transition*. Dubai: Dubai Press Club.
- Echaves, A. (2016). "La situación social de los jóvenes. Trayectorias educativas y relación con el mundo del trabajo". En: Benedicto, J. (dir.), *Informe Juventud en España 2016*. Madrid: Instituto de la Juventud, cap.3, pp.59-120 [en línea]. Disponible en <http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/24/publicaciones/informe-juventud-2016.pdf> [2018, 28 de abril]
- Echevarría Llombart, B. (2011). *El reportaje periodístico. Una radiografía de la realidad. Cómo y por qué redactarlo*. Sevilla-Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Eco-medias (2018). *Tarifs Assabah* [en línea]. Disponible en: <http://ecomedias.ma/publicite/tarifs-journal-assabah/> [2018, 9 de junio]

Edo, C. (2003). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en la noticia, las fuentes y los géneros*. Sevilla: Comunicación Social.

Eichhorst, W. y Neder, F. (2014). "Youth Unemployment in Mediterranean Countries". En: *IZA Policy Paper*, 80 [en línea]. Disponible en <http://hdl.handle.net/10419/97185> [2018, 31 de enero]

El Atri, A. (2016). "La indumentaria en el movimiento charmil: ¿una cultura de alienación o un antisistema de vida? En: F. Mernissi (ed.) *Reflexiones sobre la violencia de los jóvenes*. Barcelona: Icaria Antrazyt 442, pp.125-132.

El Harras, M. (2004). "La juventud marroquí ante el siglo XXI: cambios y desafíos". En: López García, B. y Berriane, M. (dirs.), *Atlas de la inmigración marroquí en España*. Universidad Autónoma de Madrid: Taller de Estudios Internacionales Mediterráneos, cap.2, pp.41-43 [en línea]. Disponible en <http://www.iemed.org/documents/atlaspresentacio.pdf> [2018, 08 de mayo]

El Harras, M. (2011). *Jeunes et Média au Maroc*. Casablanca: Editions Maghrébines.

El Kadoussi, A. (2016). "The Moroccan 'Independent' Press: Issues of Independence and Political Opposition. En: *International Journal of Social Science and Humanities Research*, 4(4), pp.299-306.

El Marzouki, M. (2015). "Satire as counterdiscourse: Dissent, cultural citizenship, and youth culture in Morocco". En: *The International Communication Gazette*, 77(3), pp.282-296. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1748048514568762>

El Marzouki, M. (2018). "Citizens of the margin: citizenship and youth participation on the Moroccan social web". En: *Information, Communication & Society*, 21 (1), pp.147-161. doi: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1266373>

El País (1980, 21 de junio). "Aprobado el Estatuto de la Redacción por la junta general de accionistas". En: *El País*, 21 de junio de 1980 [en línea]. Disponible en: https://elpais.com/diario/1980/06/21/economia/330386406_850215.html [2018, 31 de mayo]

El País (2012, 5 de octubre). "EL PAÍS anuncia una reducción de plantilla para superar la crisis". En: *El País*, 5 de octubre de 2012 [en línea]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2012/10/05/actualidad/1349440803_055279.html [2018, 31 de mayo]

El País (2016a, 2 de noviembre). "Opiniones y presiones". En: *El País*, 2 de noviembre de 2016 [en línea]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2016/11/01/opinion/1478026552_198018.html [2018, 31 de mayo]

El País (2016b, 1 de octubre). "Salvar al Psoe". En: *El País*, 1 de octubre de 2016 [en línea]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2016/09/28/opinion/1475090003_414591.html [2018, 31 de mayo]

El País (2018, 28 de febrero). "PRISA logra un Ebitda ajustado de 230 millones de euros en 2017". En: *El País*, 28 de febrero de 2018 [en línea]. Disponible en: https://elpais.com/economia/2018/02/28/actualidad/1519837759_846757.html [2018, 31 de mayo]

El Periódico (2017a, 4 de octubre). "Por Catalunya, elecciones". En: *El Periódico*, 4 de octubre de 2017 [en línea]. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/politica/20171004/referendum-elecciones-editorial-el-periodico-6332661> [2018, 3 de junio]

El Periódico (2017b, 9 de octubre). "No en nuestro nombre". En: *El Periódico*, 9 de octubre de 2017 [en línea]. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/opinion/20171009/no-en-nuestro-nombre-editorial-el-periodico-6342510> [2018, 3 de junio]

El Periódico (2018, 2 de junio). "Un nuevo tiempo también en Catalunya". En: *El Periódico*, 2 de junio de 2018 [en línea]. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/opinion/20180602/un-nuevo-tiempo-tambien-en-catalunya-6852822>

El-Bendary, M. (2010). *The Egyptian Press and Coverage of Local and International Events*. Lanham, MD: Lexington Books.

ElHachimi, M. (2016). "From Activism to Artivism: New Forms of Youth Activism in the Aftermath of the 20 February Movement". En: *Euromesco Policy Brief*, 56, pp.1-12 [en línea]. Disponible en <https://www.euromesco.net/wp-content/uploads/2017/10/201601-EuroMeSCo-Policy-Brief-56.pdf> [2018, 8 de mayo]

El-Issawi, F. (2016). *Moroccan national media between change and status quo*. London: LSE Middle East Centre.

El-Kogali, S. y Krafft, C. (2011). "Education". En: The Population Council, *Survey of Young People in Egypt. Final Report*. Cairo, Egypt: The Population Council, Cap.3, pp.49-85 [en línea]. Disponible en https://www.unicef.org/egypt/eg_SYPE_Final_Report_2010.pdf [2018, 11 de mayo]

El-Kogali, S., Krafft, C. y Sieverding, M. (2011). "Attitudes toward Gender Roles". En: The Population Council, *Survey of Young People in Egypt. Final Report*. Cairo, Egypt: The Population Council, Cap.9, pp.153-166 [en línea]. Disponible en https://www.unicef.org/egypt/eg_SYPE_Final_Report_2010.pdf [2018, 11 de mayo]

Elmasry, M.H. y el-Nawawy, M. (2014). "One Country, Two Eras: How Three Egyptian Newspapers Framed Two Presidents". En: *GMJ: Mediterranean Edition*, 9(1), 27-39.

El-Sheikh, S. (2018, 14 de junio). "New media laws introduce some journalists' rights, ignore others". En: *Daily News*, 14 de junio de 2018 [en línea]. Disponible en: <https://dailynewsegypt.com/2018/06/12/new-media-laws-introduce-some-journalists-rights-ignore-others/> [2018, 14 de junio]

Elyazale, N. (2014). "Characteristics of Newspaper Editorials: 'Chouftchouf' in 'Almassae' Moroccan Newspaper as a Case Study". En: *New Media and Mass Communication*, 32, pp. 21-43.

Elzo Imaz, J. y Megías Valenzuela, E. (codirs.) (2014). *Jóvenes y Valores (I). Un ensayo de tipología*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD).

Elzo, J. (2009). "¿Son los jóvenes españoles diferentes? Comparación de algunos valores de los jóvenes españoles con los de los jóvenes europeos". En: *Quaderns de la Mediterrània*, 11, pp. 239-244 [en línea]. Disponible en http://www.iemed.org/publicacions/quaderns/11/47_son_los_jovenes_espanoles_diferentes.pdf [2018, 16 de febrero]

Entman, R.M. (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". En: *Journal of Communication*, 43, pp. 51-58.

Erikson, E.H (1972). *Sociedad y adolescencia* (edición 2004). México: Siglo XXI Editores.

Escudero Chauvel, L. (1996). *Malvinas: El gran relato. fuentes y rumores en la información de guerra*. Barcelona, Gedisa.

España. Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta. *Boletín Oficial del Estado*, 19 de marzo de 1966, 67, pp.3310-3315.

España. Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. *Boletín Oficial del Estado*, 14 de mayo de 1982, 115, pp.12546-12548.

España. Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. *Boletín Oficial del Estado*, 24 de noviembre de 1995, 281, pp. 33987-34058.

España. Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección de la seguridad ciudadana. *Boletín Oficial del Estado*, 31 de marzo de 2015, 77, pp. 27216-27243.

Esping-Andersen, G. (2000). *Fundamentos sociales de las economías postindustriales*. Barcelona: Ariel.

Eurofound (2014). *Social situation of young people in Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union [en línea]. Disponible en <https://www.eurofound.europa.eu/publications/foundation-findings/2014/quality-of-life-social-policies/foundation-findings-social-situation-of-young-people-in-europe> [2018, 31 de enero]

European Broadcasting Union (2016). Generation What? Young People and Optimism. A pan-European view. National Reports [en línea]. Disponible en <https://bit.ly/2IELOe9> [2018, 13 de abril]

European Commission (2012). *EU Youth Report 2012*. Luxembourg: Publications Office of the European Union [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/reports/eu-youth-report-2012_en.pdf [2018, 30 de marzo]

European External Action Service (2017, 23 de marzo) "HR/VP Mogherini launches pioneering 'Young Med Voices Plus' youth initiative in dialogue with young Mediterranean voices" [Comunicado de prensa] [en línea]. Disponible en: <https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/23339/hrvp-moghe> [2017, 05 de septiembre]

European Training Foundation (ETF) (2014). *Young people not in employment, education or training in the eu neighbourhood countries* [en línea]. Disponible en <https://bit.ly/2K8aKl8> [2018, 14 de marzo]

Eurostat (2018a). Young people aged 20-24 with at least upper secondary educational attainment level by sex [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/product?code=yth_educ_030 [2018, 16 de febrero]

Eurostat (2018b). *Population aged 30-34 with tertiary educational attainment level by sex* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/product?code=yth_educ_020 [2018, 16 de febrero]

Eurostat (2018c). *Young people neither in employment nor in education and training by sex, age and labour status (NEET rates)* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-datasets/-/EDAT_LFSE_20 [2018, 16 de febrero]

Eurostat (2018d). *People at risk of poverty or social exclusion by age and sex* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/ilc_peps01 [2018, 23 de febrero]

Eurostat (2018e). *Severe material deprivation rate of young people by sex and country of birth* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/yth_incl_080 [2018, 24 de febrero]

Eurostat (2018f). *Share of young people living with their parents by age group, 2014 (%)* [indicador] [en línea]. Disponible en [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share_of_young_people_living_with_their_parents_by_age_group,_2014_\(%25\).png&oldid=302996](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Share_of_young_people_living_with_their_parents_by_age_group,_2014_(%25).png&oldid=302996) [2018, 23 de febrero]

Eurostat (2018g). *In work at risk of poverty rate for Young people by sex and age* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/yth_incl_130 [2018, 26 de febrero]

Eurostat (2018h). *Young people living in households with very low work intensity by sex and age* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/yth_incl_100 [2018, 24 de febrero]

Eurostat (2018i). *Estimated average age of young people leaving the parental household by sex* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/yth_demo_030 [2018, 2 de marzo]

Eurostat (2018j). *Marriage indicators* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/demo_nind [2018, 2 de marzo]

Eurostat (2018k). *Fertility indicators* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/demo_find [2018, 2 de marzo]

Eurostat (2018l). *Individuals-internet activities* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/isoc_ci_ac_i [2018, 18 de marzo]

Eurostat (2018m). *Frequency of participation in cultural or sport activities in the last 12 months by sex, age, educational attainment level and activity type* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/ilc_scp03 [2018, 5 de abril]

Eurostat (2018n). *Culture statistics- cultural participation by socioeconomic background*. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_cultural_participation_by_socioeconomic_background [2018, 5 de abril]

Eurostat (2018o). *Participation of young people in activities of churches or other religious organisations by sex and age* [indicador] [en línea]. Disponible en http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/yth_part_030 [2018, 31 de marzo]

Eurostat (2018p). *Persons reading newspapers in the last 12 months by age* [indicador] [en línea]. Disponible en <https://data.europa.eu/euodp/data/dataset/KVygHRbRdnrCZ252Ncwhw> [2018, 15 de julio]

Faletar Tanacković, S., Krtalić, M y Lacović, D. (2014). "Newspapers as a Research Source: Information Needs and Information Seeking of Humanities Scholars". En: *IFLA Newspapers Section Pre-Conference Digital Transformation and the Changing Role of News Media in the 21st Century*. Geneva, Switzerland [en línea]. Disponible en https://www.ifla.org/files/assets/newspapers/Geneva_2014/s6-lacovic-en.pdf [2018, 24 de mayo]

- Farah, S. (2017). "High Aspirations and Limited Opportunities: A Comparison of Education Quality in the MENA Region and its Implications for Youth". En: *The Muslim World*, 107 (1), pp. 41-64. doi: <https://doi.org/10.1111/muwo.12176>
- Färdigh, M.A. (2010). "Comparing Media Systems in Europe: Identifying Comparable Country-level Dimensions of Media Systems". En: *QoG Working Paper Series*, 2 [en línea]. Disponible en https://qog.pol.gu.se/digitalAssets/1350/1350151_2010_2_fardigh.pdf [2018, 26 de mayo]
- Fargues, F. (2005). "Women in Arab Countries: Challenging the Patriarchal System?". En: *Reproductive Health Matters*, 13(25), pp. 43-48. doi: [https://doi.org/10.1016/S0968-8080\(05\)25161-3](https://doi.org/10.1016/S0968-8080(05)25161-3)
- Farid, S., Nour El-Deen, A., y El-Batrawy, R., (eds.) (2016). *Egypt Household International Migration Survey 2013: Volume I: Determinants and Consequences of International Migration*. Cairo, Egypt: Central Agency for Public Mobilization and Statistics [en línea]. Disponible en <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/52535/8125918/Egypt-HIMS+Volume+I.pdf/e50775f7-1a73-4f18-8705-a577843a8e77> [2018, 10 de mayo]
- Farrugia, D. (2014). "Towards a spatialised youth sociology: the rural and the urban in times of change". En: *Journal of Youth Studies*, 17(3), pp.293-307. doi: <https://doi.org/10.1080/13676261.2013.830700>
- Fassarella Agnez, L. (2012). "Convergência entre meio impresso e digital: reconfigurações nas rotinas jornalísticas da Tribuna do Norte e do Extra". En: *Intexto*, 26, pp.38-53.
- Federazione Concessionarie Pubblicità (FCP) (2018). *Osservatorio stampa fcp - progressivo aprile 2018* [en línea]. Disponible en: <https://www.fcponline.it/dati-osservatorio-stampa-fcp-aprile-2018/> [2018, 6 de junio]
- Federazione Italiana Editori Giornali (FIEG) (2014). *La Stampa in Italia 2011 – 2013. Sintesi dello Studio* [en línea]. Disponible en: http://www.fieg.it/upload/studi_allegati/SINTESI%20DELLO%20STUDIO%20FIEG.pdf [2018, 6 de junio]
- Feixa, C. (1989). "Hacia una antropología de la juventud urbana". En: *Revista de Estudios de Juventud*, 34, pp. 69-78.
- Fenech, D. (1991). "Mediterranean Regionality". En: Fiorini, S. y Mallia-Milanes, V. (Eds.), *Malta: A Case Study in International Cross-Currents*. Malta: Malta University Publications, pp. 77-267.
- Fergany, N. (2008). "La reforma educativa puede potenciar a los jóvenes y contribuir al desarrollo humano en los países árabes". En: *Quaderns de la Mediterrània*, 11 en línea]. Disponible en http://www.iemed.org/publicacions/quaderns/11/39_la_reforma_educativa.pdf/view [2018, 18 de marzo]
- Fernández Agis, D. (2008). "Construcción social y construcción mediática de la realidad". En: *Rivista elettronica della Società Italiana di Filosofia Politica*, 24 de junio de 2008 [en línea]. Disponible en: http://www.sifp.it/articoli-libri-e-interviste-articles-books-and-interviews/a_copy_of_guerra-e-politica.-dal-vietnam-a-iraqi-freedom [2018, 23 de junio]
- Fernández Parratt, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Quito, Ecuador: CIESPAL.
- Ferrari, G. (2011). *L'uscita dei giovani italiani dalla casa dei genitori. Analisi di intenzioni e comportamenti* (tesis doctoral). Alessandro Rosina y Alessandra De Rose (dirs.) Roma: Università La Sapienza.

- Ferreras Rodríguez, E.M. (2012). "Modelos de negocio en la prensa online en Europa. Estudio de caso de los diarios en Reino Unido, Francia, Alemania y España". En: *Comunicación presentada en el III Congreso Internacional Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, Tarragona [en línea]. Disponible en http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/272.pdf [2018, 28 de mayo]
- Ferruci, P. y Tandoc, E.C. (2017). "Shift in influence: an argument for changes in studying gatekeeping". En: *Journal of Media Practice*, 18(2-3), pp.103-119. doi: <https://doi.org/10.1080/14682753.2017.1374675>
- Figueras Maz, M. y Mauri De Los Ríos, M. (2010). *Mitjans de comunicació i joves. Anàlisi de la situació, mecanismes d'intervenció i decàleg per a un tractament informatiu adequat de les persones joves*. Col·lecció Aportacions 45. Barcelona: Observatori Català de la Joventut.
- Figueras Maz, M., Mauri De Los Ríos, M. y Rodríguez-Martínez, R. (2013). "Invisible, Stereotyped and Filtered by Adults: The Image of Young People in the Catalan News Media". En: *Young*, 21(1), pp. 77-93. doi: <https://doi.org/10.1177/1103308812467672>
- Fioramonti, L. (2012). Promoting Human Rights and Democracy: a New Paradigm for the European Union. En: Peters, J. (Ed.), *The EU and the Arab Spring: Promoting Democracy and Human Rights in the Middle East*. UK: Lexington Books, pp. 17-32.
- Flah, L. (2012, 9 de enero). "Perils of Journalism in Morocco: Nini Behind Bars, Jamaï out of the Country and Hafiani Abusively Dismissed". En: *Morocco World News*, 9 de enero de 2012 [en línea]. Disponible en: <https://www.morocoworldnews.com/2012/01/22207/perils-of-journalism-in-morocco-nini-behind-bars-jamai-out-of-the-country-and-hafiani-abusively-suspended/> [2018, 9 de junio]
- Floris, S. (2009a). "Los jóvenes y lo intercultural en el Mediterráneo". En: *Quaderns de la Mediterrània*, 11, pp. 201-204 [en línea]. Disponible en http://www.iemed.org/publicacions/quaderns/11/38_los_jovenes_y_lo_intercultural.pdf [2018, 16 de febrero]
- Floris, S. (2009b). *Studies on Youth Policies in the Mediterranean Partner Countries*. Morocco. Marly le Roi, France: Euromed Youth Technical Assistance Unit [en línea]. Disponible en <https://www.salto-youth.net/rc/euromed/emeducpub/EMyouthpolicies/> [2018, 6 de mayo]
- Fontcuberta, M. de y Velázquez, T. (1986). "Análisis discursivo del seguimiento de una noticia a través de dos diarios: La Vanguardia y El País". En: *Investigaciones Semióticas. Actas del I Simposio Internacional de la Asociación Española de Semiótica*. Madrid, CSIC, AES, pp. 543-562.
- Fortunati, L., Taipale, S. y Farinosi, M. (2015). "Print and online newspapers as material artefacts". En: *Journalism*, 16(6), pp.830-846. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1464884914545439>
- Freeman, B.C. (2017). "Access to Rabat: De Jure Policies and De Facto Realities in Moroccan Newspaper Coverage of the February 20 Movement and Constitutional Reforms, 2011–2012". En: *International Journal of Communication*, 11, pp. 3141–3161.
- Furlong, A. y Cartmel, F. (1997). *Young, people and social change: individualization and risk in late modernity*. UK: Open University Press.
- Fuster Morell, M. (2012). "The Free Culture and 15M Movements in Spain: Composition, Social Networks and Synergies". En: *Social Movement Studies*, 11 (3-4), pp. 386-392. doi: <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.710323>

- G. Gómez, R. (2011). "Abra su propio Kiosko en casa". En: *El País*, 15 de julio de 2011 [en línea]. Disponible en https://elpais.com/diario/2011/07/15/sociedad/1310680808_850215.html [2018, 28 de mayo]
- G. Khouri, R. (2011a). "Arab youth and media expression. Jump Starting Movements through the Virtual World". En: Issam Fares Institute for Public Policy and International Affairs y American University of Beirut, *A Generation on the Move: Insights into the conditions, aspirations and activism of Arab youth*, cap.3, pp. 20-23 [en línea]. Disponible en https://www.unicef.org/media/files/Summary_Report_A_GENERATION_ON_THE_MOVE_AUB_IFI_UNICEF_MENARO_.pdf [2018, 16 de marzo]
- G. Khouri, R. (2011b). "Youth identities and values. An Abundance of Identities in Evolving Societies". En: Issam Fares Institute for Public Policy and International Affairs y American University of Beirut, *A Generation on the Move: Insights into the conditions, aspirations and activism of Arab youth*, cap.1, pp. 13-15 [en línea]. Disponible en https://www.unicef.org/media/files/Summary_Report_A_GENERATION_ON_THE_MOVE_AUB_IFI_UNICEF_MENARO_.pdf [2018, 16 de marzo]
- G. Khouri, R. y Shehata, D. (2011). "Youth civic and political participation". En: Issam Fares Institute for Public Policy and International Affairs y American University of Beirut, *A Generation on the Move: Insights into the conditions, aspirations and activism of Arab youth*, cap.2, pp.16-19 [en línea]. Disponible en https://www.unicef.org/media/files/Summary_Report_A_GENERATION_ON_THE_MOVE_AUB_IFI_UNICEF_MENARO_.pdf [2018, 16 de marzo]
- G. Marsh (2017, 4 de mayo). "Youth movement in newspaper readership". En: *WAN-IFRA*, 4 de mayo de 2017 [en línea]. Disponible en: <https://blog.wan-ifra.org/2017/05/04/youth-movement-in-newspaper-readership> [2018, 15 de julio]
- Gabino Campos, M. (1999). "Reflexiones sobre 'Abc republicano', a través de su director, Elfidio Alonso Rodríguez". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 22.
- Gagliano, A. y Raciti, F. (2018). "Informazione e new media". En: *Generazione 18. Il Futuro, La Sicilia e L'Italia con gli occhi dei giovani*. Sicilia: Sicilian Post y Fondazione Domenico Sanfilippo editore, p.11] [en línea]. Disponible en <http://www.sicilianpost.it/wp-content/uploads/2018/02/Report-Generazione-18-1.pdf> [2018, 15 de julio]
- Galland, O. (1991). *Sociologie de la jeunesse. L'entrée dans la vie*. Paris: Armand Colin.
- Gallo, G. y Staniscia, B. (2016). "Italian youth mobility during the last two decades: an overview in eight selected EU countries". En: *Hungarian Geographical Bulletin*, 65 (4), pp.345-360. doi: <https://doi.org/10.15201/hungeobull.65.4.4>
- García González, D. (2014). "Los infográficos periodísticos como género informativo". En: *Historia y Comunicación Social*, 19, pp. 93-106. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45013
- García Martín, J. (2013). "Panorama de los medios de comunicación en Oriente Medio". En: Álvarez-Ossorio, I. (ed.), *Sociedad civil y contestación en Oriente Medio y Norte de África*. Barcelona: CIDOB, Colección Interrogar la actualidad, 33, cap.6, pp.159-182.
- García Pereiro, T., Pace, R. y Didonna M.G. (2014). "Entering first union: the choice between cohabitation and marriage among women in Italy and Spain". En: *Journal of Population Research*, 31(1), pp. 51-70. doi: <https://doi.org/10.1007/s12546-014-9123-7>
- García Viñó, M. (2006). *El País: La cultura como negocio*. Tafalla, Navarra: Txalaparta.

- García, C. (2016, 5 de febrero). “Esta sí es la ‘Biblia’ del periodismo. En: *Aniversario El País*, 5 de febrero de 2016 [en línea]. Disponible en: <https://aniversario.elpais.com/libro-de-estilo/> [2018, 31 de mayo]
- García-Pereiro, T., Pace, R. y Carella, M. (2015). “La evolución de la primera cohabitación de las mujeres en España: ¿cambio o estabilidad?”. En: *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 151, pp. 45-64. doi: <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.151.45>
- Gaviria, S. (2005). “De la juventud hacia la edad adulta en Francia y en España”. *Revista de Estudios de Juventud*, 71, pp. 29-39.
- Gearhart, S y Zhang, W. (2018). “Same Spiral, Different Day? Testing the Spiral of Silence Across Issue Types”. En: *Communication Research*, 45(1), pp. 34-54. doi: <https://doi.org/10.1177/0093650215616456>
- GEDI Gruppo Editoriale (2018). *GEDI Gruppo Editoriale* [en línea]. Disponible en: http://www.gedispa.it/uploads/tx_cir/Present_GEDI_Italiano_042018_01.pdf [2018, 6 de junio]
- Genova, C. (2018). “Social practices and lifestyles in Italian youth cultures”. En: *Journal of Modern Italian Studies*, 23(1), pp.75-92. doi: <https://doi.org/10.1080/1354571X.2017.1409537>
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorielli, N. (1980). “The ‘mainstreaming’ of America: Violence profile no. 11”. En: *Journal of Communication*, 30 (3), pp. 10-29.
- Ghafar, A.A. (2016). *Educated but Unemployed: The Challenge Facing Egypt’s Youth*. Qatar: Brookings Doha Center [en línea]. Disponible en https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/07/en_youth_in_egypt.pdf [2018, 9 de mayo]
- Giaccaria, P. y Minca, C. (2010). “The Mediterranean alternative”. En: *Progress in Human Geography*, 35(3), pp. 345–365.
- Giddens, A. (1996). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Gieber, W. (1956). “Across the Desk: A Study of 16 Telegraph Editors”. En: *Journalism Quarterly*, 33(4), pp. 423-432.
- Gil Calvo, E. (1985). *Los depredadores audiovisuales. Juventud urbana y cultura de masa*. Madrid: Tecnos.
- Gil Calvo, E. (2005). “El envejecimiento de la juventud”. En: *Revista de Estudios de Juventud*, 71, pp.11-19.
- Gil Calvo, E. (2014). “El síndrome de dependencia familiar como encuadre (framing) de la agenda juvenil”. En: *Metamorfosis. Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*, 0, pp. 31-55.
- Gil Gonzalez, J.C. (2004). “La crónica periodística. Evolución, desarrollo y nueva perspectiva: viaje desde la historia al periodismo interpretativo”. En: *Global Media Journal en español*, 1(1), pp.1-14.
- Gili Ferré, R. (2017). *Els Mitjans de comunicació com a legitimadors o deslegitimadors d'un projecte polític per mitjà dels frames i les estructures narratives: el cas del procés català en el període 2006-2015* (tesis doctoral). Carles Pont Sorribes (dir.). Barcelona: Departament de Comunicació, Universitat Pompeu Fabra.

- Gilmore, D. (Ed.) (1987). *Honor and Shame and the Unity of the Mediterranean*. Washington, DC: American Anthropological Association.
- Giordano, C. (2016). "The Anthropology of Mediterranean Societies". En: Kockel, U., Máiréad, N.C. y Frykman, J. (Eds.), *A companion to the Anthropology of Europe*. Oxford: Wiley Blackwell, pp. 13-31. doi: <https://doi.org/10.1002/9781118257203.ch2>
- Godler, Y. y Reich, Z. (2013). "How journalists think about facts. Theorizing the social conditions behind epistemological beliefs". En: *Journalism Studies*, 14(1), pp.94-112.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Golding, P. y Murdock, G. (1978). "Theories of Communication and Theories of Society". En: *Communication Research*, 5(3), pp.339-356. doi: <https://doi.org/10.1177/009365027800500308>
- Gómez de Caso Villar, P. (2014). "The importance of young unemployment and nationalist discourses in shaping Mediterranean social movements". En: *L'Europe en Formation*, 371, pp. 82-92. Doi: <https://doi.org/10.3917/eufor.371.0082>
- Gomís, L. (1987). *El medio media. La función política de la prensa*. Barcelona: Mitre.
- Gomís, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- González Anleo, J.M y López-Ruiz, J.A. (2017). *Jóvenes españoles entre dos siglos 1984-2017*. Madrid: Fundación SM y Observatorio de la Juventud en Iberoamérica (OJI).
- González Reyna, S. (1999). *Géneros periodísticos: Periodismo de opinión y discurso*. México D.F.: Trillas.
- Gonzalez-Quijano, Yves (2011). "Las revueltas árabes en tiempos de transición digital. Mitos y realidades". En: *Nueva Sociedad*, 235, pp.110-121.
- Gonzalez-Quijano, Yves (2013). "False Promises? The Social Media and Arab Political Change". En: *IEMed. Mediterranean Yearbook 2013*, pp.60-63 [en línea]. Disponible en <http://www.iemed.org/observatori-en/arees-danalisi/documents/anuari/iemed-2013/false-promises-the-social-media-and-arab-political-change> [2018, 27 de mayo]
- Goodman, P. (1971). *Problemas de la juventud en la sociedad organizada* (edición 1975). Barcelona: Edicions 62.
- Gordillo, S. (2014, 15 de noviembre). "Veinte años de EL PERIÓDICO en internet". En: *El Periódico*, 15 de noviembre de 2014 Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20141114/el-periodico-cumple-20-anos-en-internet-3689045> [2018, 3 de junio]
- Gordon, F. (2018). *Children, Young People and the Press in a Transitioning Society. Representations, Reactions and Criminalisation*. UK: Palgrave Macmillan.
- Gorham, B.W. (1999). "Stereotypes in the Media : So What?". En: *The Howard Journal of Communications*, 10, pp. 229–247.
- Goyanes, M. y Sylvie, G. (2014). "Customer orientation on online newspaper business models with paid content strategies". En: *First Monday*, 19(4), pp. 1-16.

- Graber, D. A. (2006). "A Review of: "Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion, by Maxwell McCombs". En: *Political Communication*, 23(2), pp. 231-232. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/10584600600629869>
- Graham, G. y Greenhill, A. (2013). "Exploring interaction: print and online news media synergies". En: *Internet Research*, 23(1), pp.89-108. doi: <https://doi.org/10.1108/10662241311295791>
- Greene González, F. (2016). "Medios online chilenos: diferencias en algunas prácticas periodísticas respecto de los medios escritos tradicionales". En: *Revista de Comunicación*, 15, pp.34-47.
- Greimas, J.A y Courtés, J. (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid: Fundamentos.
- Grignetti, F. (2017, 30 de diciembre). "La privacy nelle intercettazioni diventa legge". En: *La Stampa*, 30 de diciembre de 2017 [en línea]. Disponible en: <http://www.lastampa.it/2017/12/30/italia/la-privacy-nelle-intercettazioni-diventa-legge-DZ73Kf19e9PoEY6VwxApJ/pagina.html> [2018, 4 de junio]
- Groves, J. (2011). "The roots of journalistic resistance: Blogs, comments, and the challenge to verification in a newspaper newsroom". En: Paper presented at the meeting of International Communication Association Conference. Boston, MA.
- Grupo Godó (2018). "Segundo récord histórico de LaVanguardia.com". En: *GrupoGodó*, 25 de abril de 2018 [en línea]. Disponible en: <http://www.grupogodo.com/segundo-record-historico-de-lavanguardia-com/> [2018, 2 de junio]
- Guallar, J. (2012). *Las hemerotecas de la prensa digital. Análisis de diarios españoles* (tesis doctoral). Ernest Abadal y Lluís Codina (dirs.). Barcelona: Departament de Biblioteconomia i Documentació, Universitat de Barcelona.
- Guinea, M. (2015). "La política europea de vecindad hacia el Mediterráneo (2003-2015): impotencia de la unión europea ante un entorno cada vez más hostil". En: *Revista Unisci*, 39, pp. 253-272.
- Guo, L. (2012). "The Application of Social Network Analysis in Agenda Setting Research: A Methodological Exploration". En: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56 (4), pp. 616-631. doi: <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.732148>
- Gutiérrez del Álamo Llodra, P. (2015). *El defensor del lector de El País (1985 -2010)* (tesis doctoral). Bernardo Díaz Nosty y Elena Blanco Castilla (dirs.). Málaga: Departamento De Periodismo, Facultad De Ciencias De La Comunicación, Universidad De Málaga.
- Gutiérrez Palacio, J. (1984). *Periodismo de opinión*. Madrid: Paraninfo.
- H. Skalli, L. (2011). "Generational Politics and Renewal of Leadership in the Moroccan Women's Movement". En: *International Feminist Journal of Politics*, 13(3), pp.329-348. doi: <http://doi.org/10.1080/14616742.2011.587366>
- Habermas, J. (1992). "Further Reflections on the Public Sphere". En: Calhoun, C. (ed.), *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, Massachusetts y Londres: The MIT Press.
- Hafez, K. (2007). "A Review of: "A Review of: "Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics/The Making of Arab News"". En: *Political Communication*, 24(1), pp.96-98. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/10584600601130537>

- Hafez, K. (2008a). "Introduction". En: Hafez, K. (ed.), *Arab Media: Power and Weakness*. New York/London: Continuum, pp. 1-16.
- Hafez, K. (2008b). "The Unknown Desire for "Objectivity": Journalism Ethics in Arab (and Western Journalism)". En: Hafez, K. (ed.), *Arab Media: Power and Weakness*. New York/London: Continuum, cap.8, pp. 147-164.
- Halbouni, F. (2017). "Revolutionary Youth Movements, Religiosity and Identity Politics in Egypt". En: *Arab Research Support Programme II. Arab Reform Initiative Arabs* [en línea]. Disponible en <https://www.arab-reform.net/en/file/1953> [2018, 12 de mayo]
- Hall, S. (1980). "Encoding/decoding". En: Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. y Willis, P. (eds.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972*. London: Hutchinson, pp.128-138.
- Hallin, D. C. y Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hallin, D. C. y Mancini, P. (2010). "Comparing Media Systems": A Response to Critics". En: *Media & Journalism*, 17, 9(2), pp. 53-67.
- Hamdy, N. y Gomaa, E.H. (2012). "Framing the Egyptian Uprising in Arabic Language Newspapers and Social Media". En: *Journal of Communication*, 62, pp. 195-211. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01637.x>
- Hanafi, S. (2012). "The Arab revolutions; the emergence of a new political subjectivity." En: *Contemporary Arab Affairs*, 5(2), pp. 198-213. doi: <https://doi.org/10.1080/17550912.2012.668303>
- Handoussa, H. y el Laithy, H. (2010). "Poverty and Youth Exclusion". En: Handoussa, H. (dir.), *Egypt Human Development Report 2010*. United Nations Development Programme y the Institute of National Planning, Egypt, cap.6, pp.75-92 [en línea]. Disponible en http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/243/egypt_2010_en.pdf [2018, 10 de mayo]
- Handoussa, H., Osman, M., el Tawila, S. y Ramadan, M., el Laithy, H. y Armanious, D. (2010). "Constructing a Youth Well-Being Index". En: Handoussa, H. (dir.), *Egypt Human Development Report 2010*. United Nations Development Programme y the Institute of National Planning, Egypt, cap.15, pp.205-218 [en línea]. Disponible en http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/243/egypt_2010_en.pdf [2018, 10 de mayo]
- Harb, C. (2014). "Arab Youth Values and Identities: Impact of the Arab Uprisings". En: *IEMed Mediterranean Yearbook 2014*. Barcelona: IEMed, pp. 72-77 [en línea]. Disponible en <http://www.iemed.org/publicacions/historic-de-publicacions/anuari-de-la-mediterrania/sumaris/iemed-mediterranean-yearbook-2014> [2018, 30 de abril]
- Harraqi, M. (2017). "Social Media and Its Role in Promoting Change in Morocco". En: *International Journal of Information and Communication Sciences*, 2 (6), pp. 110-115. doi: <https://doi.org/10.11648/j.ijics.20170206.14>
- Harris, W. V. (2005) (Ed.). *Rethinking the Mediterranean*. Oxford: Oxford University Press.
- Hashemi, M. (2017). "Aspirations, Poverty and Behavior Among Youth in the Middle East: Some Theoretical Considerations". En: *The Muslim World*, 107(1), pp. 83-99. doi: <https://doi.org/10.1111/muwo.12179>
- Haut Commissariat au Plan (HCP) (2017, 8 de septiembre). "Note d'information du Haut-Commissariat au Plan à l'occasion de la journée internationale de l'alphabétisation du 8 septembre 2017". En: *Haut Commissariat au Plan*, 8 de septembre de 2017 [en línea].

- Disponible en: https://www.hcp.ma/Note-d-information-du-Haut-Commissariat-au-Plan-a-l-occasion-de-la-journee-internationale-de-l-alphabetisation-du-8_a2009.html [2018, 7 de junio]
- Hebdige, D. (1988). *Hiding in the Light: On Images and Things*. London and New York: Routledge.
- Herman y Chomsky (1988). *A Propaganda Model*. En: *Manufacturing Consent*.
- Hermida, A. (2010). "Twittering the News. The Emergence of Ambient Journalism". En: *Journalism Practice*, 4(3), pp. 297-308.
- Hernando Cuadrado, L.A. (2000). *El discurso periodístico*. Madrid: Verbum.
- Herrera, L. (2010). "Young Egyptians' Quest for Jobs and Justice". En: Bayat, A. y Herrera, L. (eds.), *Being Young and Muslim: New Cultural Politics in the Global South and North*. Oxford: Oxford University Press, cap.8, pp. 127-143. doi: <http://dx.doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195369212.003.0008>
- Herzfeld, M. (1987). *Anthropology Through the Looking-Glass: Critical Ethnography in the Margins of Europe*. Cambridge: Cambridge UP.
- Holsti, O.R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Massachusetts: Addison Wesley Pub. Co
- Horden, P. y Nicholas P. (2000). *The Corrupting Sea: A Study of Mediterranean History*. London: Blackwell.
- Horkheimer, M y Adorno, T.W. (1969). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana (publicado originalmente en 1944).
- Howes, N. y Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. USA: Vintage Books.
- Huang, E. (2009). "The Causes of Youths' Low News Consumption and Strategies for Making Youths Happy News Consumers". En: *Convergence*, 15(1), pp.105-122. doi: <https://doi.org/10.1177/1354856508097021>
- Human Rights Watch (2017a). "Unión Europea. Events of 2016". En: *Informe Mundial 2017* [en línea]. Disponible en: <https://www.hrw.org/es/world-report/country-chapters/298826> [2017, 23 de octubre]
- Human Rights Watch (2017b). "Marruecos y el Sahara Occidental. Eventos de 2016". En: *Informe Mundial 2017* [en línea]. Disponible en: <https://www.hrw.org/es/world-report/country-chapters/298322> [2017, 27 de octubre]
- Human Rights Watch (2017c). "Egypt. Events of 2016". En: *World Report 2017* [en línea]. Disponible en: <https://www.hrw.org/world-report/2017/country-chapters/egypt> [2017, 31 de octubre]
- Humanes, M.L. y Martínez Nicolás, M. (2014-2015). "La cobertura de la política durante la Transición en los diarios El País y Abc". En: *Periodística*, 16, pp.71-89. doi: <http://dx.doi.org/10.2436/20.3008.02.38>
- Huq, Rupa (2001). "Rap a la française: hip hop as youth culture in contemporary post-colonial France". En: Furlong, A. y Guidikova, I., (eds.), *Transitions of youth citizenship in Europe: culture, subculture and identity*. Strasbourg: Council of Europe, pp. 41-60.

Iacovou, M. (2002). "Regional Differences in the Transition to Adulthood". En: *The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, 580, pp. 40-69. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0002716202580001003>

Igartua, J.J., Humanes, M.L., Cheng, L., Muñiz, C., García, M., García, A.R., Gomes, A.M., Gomes, D., Amaral, N. y Canavilhas, J. (2004). "Imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la Teoría del Encuadre". En: *Comunicación y Sociedad*, XVII (1), pp. 47-75.

Iglesias, F. y Blanco Leal, M.M. (2004). "Principios editoriales y principios configuradores en el pensamiento del profesor Alfonso Nieto Tamargo". En: *Doxa Comunicación*, 2, pp. 9-26.

Il Corriere della Sera (2013, 18 de marzo). "Sciopero di 2 giorni dei giornalisti del Corriere". En: *Il Corriere della Sera*, 18 de marzo de 2013 [en línea]. Disponible en: https://www.corriere.it/economia/13_marzo_18/cdr-comunicato-sciopero_d70c2b4c-9012-11e2-a149-c4a425fe1e94.shtml [2018, 7 de julio]

INE (2018a). *Tasas de paro por distintos grupos de edad, sexo y comunidad autónoma* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=4247> [2018, 9 de abril]

INE (2018b). *Titulados universitarios según su situación laboral en 2014 por sexo, universidad y rama de conocimiento* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t13/p100/2014/p04/I0/&file=03003.px&L=0> [2018, 9 de abril]

INE (2018c). *Titulados universitarios que no han trabajado pero han buscado empleo según las dificultades para encontrar empleo por sexo y edad* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/t13/p100/2014/p04/I0/&file=09014.px&L=0> [2018, 9 de abril]

INE (2018d). *Riesgo de pobreza o exclusión social y de sus componentes por edad y sexo* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=10005&L=0> [2018, 9 de abril]

INE (2018e). *Personas con carencia material por edad y sexo* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=9967&L=0> [2018, 9 de abril]

INE (2018f). *Hogares por régimen de tenencia de la vivienda y edad y sexo de la persona de referencia* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=9994&L=0> [2018, 10 de abril]

INE (2018g). *Edad Media al Primer Matrimonio según sexo y nacionalidad (española/extranjera)* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=1380&L=0> [2018, 12 de abril]

INE (2018h). *Edad Media a la Maternidad por orden del nacimiento según nacionalidad (española/extranjera) de la madre* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=1579> [2018, 12 de abril]

INE (2018i). *Flujo de emigración con destino al extranjero por semestre, sexo, grupo de edad y nacionalidad* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=24397&L=0> [2018, 13 de abril]

Inglehart, R., Haerpfer, C., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., M. Lagos, M., Norris, P., Ponarin E. y Puranen, B. et al. (eds.) (2014). *World Values Survey: Round Six - Country-Pooled Datafile Version*. Madrid: JD System Institute [base de datos] [en línea]. Disponible en <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp> [2018, 29 de marzo]

International Labour Organization (ILO) (2017). *Global employment trends for youth 2017* [en línea]. Disponible en http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_600465.pdf [2018, 31 de enero]

International Labour Organization (ILO) (2018). *Data Finder* [base de datos] [en línea]. Disponible en <http://www.ilo.org/wesodata/> [2018, 31 de enero]

International Press Institute (IPI) (2015). *El estado de la libertad de prensa en España: 2015* [en línea]. Disponible en https://www.access-info.org/wp-content/uploads/IPISpainReport_ESP.pdf [2018, 29 de mayo]

International Youth Foundation y Hilton (2017). *Global Youth Wellbeing Index 2017* [en línea]. Disponible en <https://www.ivfnet.org/library/2017-global-youth-wellbeing-index> [2018, 2 de mayo]

Introini, F. y Pasqualini, C. (2015). "I giovani e le loro imprese. Un approfondimento qualitativo sul territorio di Monza e Brianza". En: Federica Vernò (ed.), *L'impresa dei giovani in Italia e in Lombardia. Attori, valori e sfide tra tradizione e cambiamento*, Quaderni Rapporto Giovani, 4. Milano: Vita e Pensiero y Istituto Toniolo, pp. 40-54 [ebook] [en línea]. Disponible en <https://bit.ly/2Kr6eoc> [2018, 3 de mayo]

Issam Fares Institute for Public Policy and International Affairs y American University of Beirut (2011). *A Generation on the Move: Insights into the conditions, aspirations and activism of Arab youth* [en línea]. Disponible en https://www.unicef.org/media/files/Summary_Report_A_GENERATION_ON_THE_MOVE_AUB_IFI_UNICEF_MENARO_.pdf [2018, 16 de marzo]

ISTAT (2017a). "Anno 2016. Migrazioni internazionali e interne della popolazione residente". En: *Statistiche Report* [en línea]. Disponible en https://www.istat.it/it/files/2017/11/Report_Migrazioni_Anno_2016.pdf [2018, 4 de mayo]

ISTAT (2017b). *Annuario Statistico Italiano 2017*. Roma: Istituto nazionale di statistica [en línea]. Disponible en: <https://www4.istat.it/it/archivio/207188> [2018, 6 de junio]

ISTAT (2018a). *Tasso di disoccupazione* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 19 de abril]

ISTAT (2018aa). *Aspetti della vita quotidiana: Tv e radio - Persone di 15-34 anni - Serie storica* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati-giovani.istat.it/Index.aspx?QueryId=15742> [2018, 15 de julio]

ISTAT (2018ab). *Aspetti della vita quotidiana: Internet - Persone di 15-34 anni - Serie storica* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati-giovani.istat.it/Index.aspx?QueryId=15742> [2018, 15 de julio]

ISTAT (2018b). *Tasso di mancata partecipazione - Livello ripartizionale* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 19 de abril]

ISTAT (2018c). *Giovani dai 18 ai 24 anni d'età che abbandonano prematuramente gli studi* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 23 de abril]

ISTAT (2018d). *NEET (giovani non occupati e non in istruzione e formazione: Livello nazionale (valori percentuali))* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 19 de abril]

ISTAT (2018e). *Gruppo di laurea e condizione occupazionale* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 23 de abril]

ISTAT (2018f). *Povert  nuove serie: Famiglie povere - et  della persona di riferimento* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 23 de abril]

ISTAT (2018g). *Capacit  di far fronte a spese impreviste e risparmio: classe di et  del principale percettore fino a 35 anni* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati-giovani.istat.it/Index.aspx?QueryId=10189> [2018, 21 de abril]

ISTAT (2018h). *Famiglie che non possono permettersi alcune voci di spesa: classe di et  del principale percettore fino a 35 anni* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati-giovani.istat.it/Index.aspx?QueryId=10189> [2018, 21 de abril]

ISTAT (2018i). *Aspetti della vita quotidiana Soddisfazione per alcuni aspetti - et  dettaglio* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 21 de abril]

ISTAT (2018j). *Aspetti della vita quotidiana: Giovani che vivono in famiglia* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 23 de abril]

ISTAT (2018k). *Titolo di godimento dell'abitazione (in affitto o di propriet ): Sesso e et  del principale percettore* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 23 de abril]

ISTAT (2018l). *Nuzialit : Et  media della sposa* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 23 de abril]

ISTAT (2018m). *Nuzialit : Et  media dello sposo* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 23 de abril]

ISTAT (2018n). *Indicatori di fecondit  Tasso di fecondit  specifica per et  della madre* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 23 de abril]

ISTAT (2018o). *Indicatori di fecondit  Et  media del padre alla nascita del figlio* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 23 de abril]

ISTAT (2018p). *Mobilit  territoriale MetaData : Intenzione di lasciare l'Italia* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 27 de abril]

ISTAT (2018q). *Mobilit  territoriale MetaData : Residenti all'estero, occupazione, sesso* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 27 de abril]

ISTAT (2018r). *Aspetti della vita quotidiana: Informazione politica - et  dettaglio* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 24 de abril]

ISTAT (2018s). *Aspetti della vita quotidiana: Talk and political activities - detail age - detail age* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 24 de abril]

ISTAT (2018t). *Aspetti della vita quotidiana: Associazionismo - et  dettaglio* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 24 de abril]

ISTAT (2018u). *Aspetti della vita quotidiana: Grado di soddisfazione (da 0 - a 10) per la vita nel complesso - et  dettaglio* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 22 de abril]

ISTAT (2018v). *Attivit  quotidiane* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 24 de abril]

ISTAT (2018w). *Aspetti della vita quotidiana: Incontri con amici - et  dettaglio* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 24 de abril]

ISTAT (2018y). *Aspetti della vita quotidiana: Pratica religiosa - et  dettaglio* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.istat.it/#> [2018, 24 de abril]

ISTAT (2018z). Aspectti della vita quotidiana : Quotidiani e libri - Persone di 15-34 anni - Classe di età [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati-giovani.istat.it/Index.aspx?QueryId=15742> [2018, 15 de julio]

Istituto Giuseppe Toniolo (2017a). "Giovani, Lavoro, Rappresentanza: la ricerca di Rosina e Migliavacca". En: *Osservatorio Giovani* [en línea]. Disponible en <http://www.rapportogiovani.it/giovani-lavoro-rappresentanza-la-ricerca-di-alessandro-rosina-e-mauro-migliavacca/> [2018, 21 de abril]

Istituto Giuseppe Toniolo (2017b). "I Giovani e la Famiglia". En: *Osservatorio Giovani* [en línea]. Disponible en http://www.rapportogiovani.it/new/wp-content/uploads/2017/04/W_RG_FAMIGLIA_Brochure_148x210.pdf [2018, 25 de abril]

Istituto Giuseppe Toniolo (2018a). *Considerando tutti gli aspetti quanto sei soddisfatto della tua attuale attività lavorativa?* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://dati.rapportogiovani.it/indagine/2015/dettaglio-3/statistiche/1727> [2018, 26 de abril]

Istituto Giuseppe Toniolo (2018b). "I giovani italiani tra voglia di protagonismo e disillusione. Il 73,8% crede ancora nell'impegno sociale". En: *Osservatorio Giovani* [en línea]. Disponible en <http://www.rapportogiovani.it/i-giovani-italiani-tra-voglia-di-protagonismo-e-disillusione-il-738-crede-acnora-nellimpegno-sociale/> [2018, 21 de abril]

Iyengar, S., Peters, M. y Kinder, D. (1982). "Experimental Demonstrations of the "Not-So-Minimal" Consequences of Television News Programs". En: *American Political Science Review*, 76(4), pp. 848-858. doi: <https://doi.org/10.1017/S000305540018966X>

Jacquemond, R. (2016). "Une révolution culturelle?". En: *Vacarme*, 1(74), pp. 57-65. doi: <https://doi.org/10.3917/vaca.074.0057>

Jeffrey, C. y Dyson, J. (2013). "Zigzag capitalism: Youth entrepreneurship in the contemporary global South". En: *Geoforum*, 49, R1-R3. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.01.001>

Jiménez Araya, T. (2011). "La juventud árabe, entre la exclusión y la espera". En: *El País*, 2 de febrero 2011 [en línea]. Disponible en https://elpais.com/diario/2011/02/02/opinion/1296601205_850215.html [2018, 23 de febrero]

Jiwani, Y. y Dessner, M. (2016). "Barbarians in/of the land: Representations of Muslim Youth in the Canadian Press". En: *Journal of Contemporary Issues in Education*, 11(1), pp. 36-53. doi: <http://dx.doi.org/10.20355/C5901G>

Johansson-Nogués, E. (2015). "The New EU–Arab League Dialogue: The Contours of a Cooperation". En: *Mediterranean Politics*, 20(2), pp. 295-302. doi: <https://doi.org/10.1080/13629395.2015.1046266>

Jones, A. y Clark, J. (2008). "Europeanisation and discourse building: The European Commission, European Narratives and European Neighbourhood Policy". En: *Geopolitics*, 13(3), pp. 545–571. doi: <https://doi.org/10.1080/14650040802203851>

José Moya, F. y Gràcia, R. (s.f). "Cronología de los 20 años de EL PERIÓDICO on line". En: *El Periódico*, s.f [en línea]. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20141114/el-periodico-cumple-20-anos-en-internet-3689045> [2018, 3 de junio]

Karam, A. (2009). "Los jóvenes en el Mediterráneo: retos y oportunidades culturales de cambio". En: *Quaderns de la Mediterrània*, 11, pp.193-200 [en línea]. Disponible en

http://www.iemed.org/publicacions/quaderns/11/37_jovenes_en_el_mediterraneo.pdf [2018, 13 de marzo]

Karlsson, M. y Sjøvaag, H. (2015). "Content Analysis and Online News". En: *Digital Journalism*. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2015.1096619>

Kasraoui, S. (2018, 19 de mayo). "Morocco Rejects Reporters without Borders' Report on Press Freedom as 'Biased'". En: *Morocco World News*, 19 de mayo de 2018 [en línea]. Disponible en: <https://www.moroccoworldnews.com/2018/05/246680/morocco-rejects-reporters-without-borders-report-on-press-freedom-as-biased/> [2018, 7 de junio]

Kayser, J. (1966). *El periódico: estudios de morfología, metodología y de prensa comparada*. Quito, Ecuador: CIESPAL.

Kayser, J. (1974). *El Diario francés*. Barcelona: A.T.E.

Khader, B. (2013). *The European Union and the Arab World: from the Rome Treaty to the «Arab Spring»* (Colección *PapersIEMed/EuroMeSCo*, 17). Barcelona: IEMed/EuroMeSCo

Khater, M. (2015, 28 de octubre). "Al-Dostour photojournalist released by prosecution". En: *Daily News Egypt*, 28 de octubre de 2015 [en línea]. Disponible en: <https://dailynewsegypt.com/2015/10/28/al-dostour-photojournalist-released-by-prosecution/> [2018, 15 de junio]

Kircher, M. (2005). "La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica". En: *Revista de Historia*, 10, pp. 115-122.

Koziner, N.S. (2013). "Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación". En: *Austral Comunicación*, 2(1), pp. 1-25.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis. An Introduction to its Methodology*. Thousand Oaks-London-New Delhi: SAGE Publications.

Ksikes, D. (2007). "Cadenas árabes de información vía satélite: juegos de espejo y apuestas seguras". En: *Quaderns de la Mediterrània*, 8, pp. 19-22 [en línea]. Disponible en http://www.iemed.org/publicacions/quaderns/8/q8_216.pdf [2018, 27 de mayo]

La Vanguardia (2006, 9 de octubre). "Más de cien años de historia". En: *La Vanguardia*, 9 de octubre de 2006 [en línea]. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/cultura/20000101/51262841869/mas-de-cien-anos-de-historia.html> [2018, 2 de junio]

La Vanguardia (2015, 13 de noviembre). "Grupo Zeta acaba refinanciación con más inversores en El Periódico Catalunya". En: *La Vanguardia*, 13 de noviembre de 2015 [en línea]. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/vida/20151113/54439813789/grupo-zeta-acaba-refinanciacion-con-mas-inversores-en-el-periodico-catalunya.html> [2018, 3 de junio]

La Vanguardia (2018, 22 de enero). "Grupo Zeta comunica intención de reestructurar la plantilla de El Periódico". En: *La Vanguardia*, 22 de enero de 2018 [en línea]. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/vida/20180122/44221095125/grupo-zeta-comunica-intencion-de-reestructurar-la-plantilla-de-el-periodico.html> [2018, 3 de junio]

Laborda, X. y Velázquez, T. (1999). "MAGREB en la prensa: fingimiento de unos hechos". En: Garrido Medina, Joaquín (ed.) *La Lengua y los medios de comunicación* (Tomo I). Madrid, Servicio de Publicaciones. Universidad Complutense de Madrid, pp. 435-445.

Laine, S., Roberts, K., Saleh, E., Boucherf, K., Ait Mous, F. (2015). "Youth political engagement in Tunisia, Egypt, Algeria, Morocco and Lebanon". En: *Sahwa Background Paper*, 2. Disponible en <http://sahwa.eu/OUTPUTS/SAHWA-Background-Papers-ISSN-2564-9175/SAHWA-Background-Paper-BP02-Youth-Political-Engagement-in-Tunisia-Egypt-Algeria-Morocco-and-Lebanon> [2018, 9 de mayo]

Lalli, P. (2002). "La rappresentazione dei giovani in televisione". En: Crespi, F., *Le rappresentazioni sociali dei giovani in Italia*. Roma: Carocci, pp.41-75.

Landberg, M., Eckstein, K., Mikolajczyk, C., Mejias, S., Macek, P., Motti-Stefanidi, F., Enchikova, E., Guarino, A., Rämmer, A. y Noack, P. (2018). "Being both – A European and a national citizen? Comparing young people's identification with Europe and their home country across eight European countries". En: *European Journal of Developmental Psychology*, 15 (3), pp. 270-283. doi: <https://doi.org/10.1080/17405629.2017.1391087>

Lange, M. A. (2011). "The arab youth and the dawn of democracy". En: *International Reports Of The Konrad-Adenauer-Stiftung*, 5, pp.20-29 [en línea]. Disponible en <http://www.kas.de/wf/en/33.22803/> [2018, 10 de mayo]

Lázaro Esquerro, E.E. (2001). "La manipulación en los medios de comunicación en el tratamiento de los temas relacionados con el consumo de drogas. Información y publicidad". En: *I Congreso Internacional en los medios de comunicación en el tratamiento de los temas relacionados con el consumo de drogas*, Granada, 15-17 de octubre de 2011.

Lazarsfeld, P.F. y Merton, R.K. (1948). "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action". En: Bryson, L. (ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper, pp. 95-118.

Le Haut Commissariat au Plan (HCP) (2015). *La migration internationale au Maroc - cas de la region de Tadla-Azilal* [en línea]. Disponible en https://www.hcp.ma/region-drta/La-migration-internationale-au-Maroc-cas-de-la-region-de-Tadla-Azilal_a60.html [2018, 8 de mayo]

Le Haut Commissariat au Plan (HCP) (2018a). *Note d'information du Haut-Commissariat au Plan à l'occasion de la journée internationale de la jeunesse du 12 août 2017* [en línea]. Disponible en https://www.hcp.ma/Note-d-information-du-Haut-Commissariat-au-Plan-a-l-occasion-de-la-journee-internationale-de-la-jeunesse-du-12-aout-2017_a2003.html [2018, 30 de abril]

Le Haut Commissariat au Plan (HCP) (2018b). "Activité, emploi et chômage (trimestriel), troisième trimestre 2017". En: *Publications* [en línea]. Disponible en <https://www.hcp.ma/downloads/> [2018, 30 de abril]

Le Haut Commissariat au Plan (HCP) (2018c). *Note d'information du Haut-Commissariat au Plan à l'occasion de la journée internationale de l'alphabétisation du 8 septembre 2017* [en línea]. Disponible en https://www.hcp.ma/Note-d-information-du-Haut-Commissariat-au-Plan-a-l-occasion-de-la-journee-internationale-de-l-alphabetisation-du-8_a2009.html [2018, 30 de abril]

Le Haut Commissariat au Plan (HCP) (2018d). *Evolution de l'indice synthétique de fécondité par milieu de résidence (nombre d'enfants par femme): 1962-2010* [indicador] [en línea]. Disponible en https://www.hcp.ma/Evolution-de-l-indice-synthetique-de-fecondite-par-milieu-de-residence-nombre-d-enfants-par-femme-1962-2010_a690.html [2018, 30 de abril]

Le Matin (2018, 30 de enero). "La Fédération marocaine des éditeurs de journaux «inquiète» de la situation de la presse écrite et électronique". En: *Le Matin*, 30 de enero de 2018 [en línea].

Disponible en: <https://lematin.ma/journal/2018/federation-marocaine-editeurs-journaux-inquiete-situation-presse-ecrite-electronique/286355.html> [2018, 7 de junio]

Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Oxford, UK & Cambridge, USA: Blackwell.

Lepianka, D. (2015). "The Representation of Youth in the Dutch News Media". En: *Young*, 23(4), pp.277-292. doi: <https://doi.org/10.1177/1103308815596881>

LesEco.ma (2018, 1 de mayo). "Elections du conseil national de la presse, le 22 juin". En: *LesEco.ma*, 1 de mayo de 2018 [en línea]. Disponible en: <http://www.leseco.ma/maroc/65955-elections-du-conseil-national-de-la-presse-le-22-juin.html> [2018, 7 de junio]

Lethem Ibrahim, B., Mesard, B. y Hunt-Hendrix, L. (2015). "Youth-led pathways to social and political change: Faith and service in contemporary Egypt". En: *Global Studies of Childhood*, 5(2), pp.158-177. doi: <https://doi.org/10.1177/2043610615586102>

Levensen, K. y Wien, C. (2011). "Changing media representations of youth in the news – a content analysis of Danish newspapers 1953–2003". En: *Journal of Youth Studies*, 14(7), pp.837-851. doi: <https://doi.org/10.1080/13676261.2011.607434>

Lim, M. (2012). "Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional Movements in Egypt". En: *Journal of Communication*, 62(2), pp. 231-248. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01628.x>

Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: McMillan.

Lomazzi, V. (2017). "Ai margini della partecipazione. Giovani NEET e (in)attivismo politico in Europa". En: Alfieri, S. y Sironi, E. (eds.), *Una generazione in panchina da NEET a risorsa per il paese*, Quaderni Rapporto Giovani, 6. Milano: Vita e Pensiero y Istituto Toniolo, pp.132-142 [ebook] [en línea]. Disponible en <http://www.rapportogiovani.it/new/wp-content/uploads/2017/06/978-88-343-3324-2.pdf> [2018, 3 de mayo]

López Andreu, M. (2016). "Recesión, austeridad y sus efectos en las situaciones de desarrollo del curso vital. Un análisis comparativo de los jóvenes adultos de España y el Reino Unido". En: *Quit Working Paper Series*, 20 [en línea]. Disponible en <http://ddd.uab.cat/record/166819> [2018, 29 de abril]

López de Marutana Diéguez, V. (2007). "El diario ABC y la cuestión vasca: de la tregua de ETA a las elecciones autonómicas (1998-2005)". En: *Sancho el Sabio. Revista de Cultura e Investigación Vasca*, 26, pp. 133-155.

López del Ramo, J. y Montes Vozmediano, M. (2018). "Construcción comunicativa del Reportaje infográfico online de calidad. Elementos constitutivos". En: *El profesional de la información*, 27 (2), pp. 322-330. doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.mar.10>

López García, X., Bellón Rodríguez, A. y de Mateo Pérez, R. (2014). "Diarios gratuitos atrapados en la crisis: dos formatos diferentes y un destino incierto". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp.435-461. doi: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1019>

López Hidalgo, A. (1997). *La entrevista periodística. Entre la información y la creatividad*. Madrid: Ediciones Libertarias.

López-Roldán, P.; Fachelli, S. (2015). "La encuesta". En: López-Roldán, P. y Fachelli, S., *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Capítulo II.3, pp.5-35 [en línea]. Disponible en: <http://ddd.uab.cat/record/163567> [2018, 15 de julio]

- Lozano i Soler, J.M. (1994). "¿De qué hablamos cuando hablamos de los jóvenes?". En: *Documentación Social*, 95, pp. 37-52.
- Lozano, M., Perals, M., Sabartés, M. y Soler, R. (2006). "El papel del movimiento asociativo juvenil en la representación de la juventud en los medios. ¿Una alternativa?". En: *Comunicación e Ciudadanía*, 3, pp. 1-8.
- Luengo, M. (2014). "Constructing the crisis of journalism. Towards a cultural understanding of the economic collapse of newspapers during the digital revolution". En: *Journalism Studies*, 15(5), pp.576-585. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2014.891858>
- Luhmann, L. (2000). *La realidad de los medios de comunicación de masas*, Barcelona: Anthropos.
- Lührmann, A. (Coord. a) (2017). *Democracy at Dusk? V-Dem Annual Report 2017* [en línea]. Disponible en: https://www.v-dem.net/media/filer_public/b0/79/b079aa5a-eb3b-4e27-abdb-604b11ecd3db/v-dem_annualreport2017_v2.pdf [2017, 11 de octubre]
- Macnamara, J. (2005). "Media content analysis: Its uses; benefits and best practice methodology". En: *Asia Pacific Public Relations Journal*, 6(1), pp. 1-34.
- Madsen, P.K., Molina, O., Møller, J., Lozano, M. (2013). "Labour market transitions of young workers in Nordic and southern European countries: the role of flexicurity". En: *Transfer*, 19 (3), pp.325-343. doi: <https://doi.org/10.1177/1024258913495348>
- Maïche, K., Onodera, H., Lefort, B., Laine, S. y Myllylä, M. (2016). "Towards more inclusive youth engagement in arab mediterranean countries". En: *Sahwa Policy Report*, 3 [en línea]. Disponible en <http://www.sahwa.eu/OUTPUTS/SAHWA-Policy-Reports-ISSN-2564-9159/SAHWA-Policy-Report-on-youth-engagement-in-Arab-Mediterranean-countries> [2018, 23 de febrero]
- Maïche, K., Onodera, H., Lefort, B., Laine, S. y Myllylä, M. (2017). "Breaking the triple marginalisation of youth? Mapping the future prospects of youth inclusion in Arab Mediterranean countries". En: *Sahwa Policy Report*, 1 [en línea]. Disponible en <http://www.sahwa.eu/OUTPUTS/SAHWA-Policy-Reports-ISSN-2564-9159/Policy-Report-on-youth-marginalisation-in-the-AMCs> [2018, 23 de febrero]
- Mannheim, K. (1993). "El problema de las generaciones". En: *Reis. Revista española de investigaciones sociológicas*, 62, pp. 193-244.
- Mansour, S. (2016, 5 de mayo). "Egyptian government clash with Journalists Syndicate marks turning point in censorship fight". En: *Committee to Protect Journalists (CPJ)*, 5 de mayo de 2016 [en línea]. Disponible en: <https://cpj.org/blog/2016/05/egyptian-government-clash-with-journalists-syndica.php>
- Marcos Recio, J.C., Edo Bolós, C., Parra Valcarce, D. (2018). "Remaining challenges for digital newspapers regarding informative updates: case studies in the Spanish media". En: *Communication & Society*, 31(2), pp.51-70.
- Marín, J. y Zamora, R. (2014). "Aproximación integradora en la investigación sobre la teoría del framing desde su condición multiparadigmática". En: *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 7(1), pp.6-40.
- Marini, R. Fioravanti, M., Gerli, M. y Graziani, G. (2017). "Giovani, nuovi media e percorsi di orientamento nello spazio pubblico". En: *Sociologia Italiana*, 10, pp. 139-361. doi: https://doi.org/10.1485/AIS_2017/10 OTTOBRE_3429625
- Marôpo, L. (2014). "Youth, identity, and stigma in the media: From representation to the young audience's". En: *Participations. Journal of Audience & Reception Studies*, 11(1), pp.199-212.

Marqués Pascual, J. (2012). *La caída de difusión de los diarios de pago. Principales causas y su relevancia en el caso español* (tesis doctoral). Albert Sáez Casas (dir.). Barcelona: Departamento de Comunicación, Blanquerna, Universitat Ramon Llul.

Marta Lazo, C. y García Idiákez, M. (2014). “El uso profesional de la red social Twitter en la redacción del diario español El País”. En: *Palabra Clave*, 17(2), pp.353-377.

Martín Arroyo, J. (2015, 13 de diciembre). “Presentada una demanda en la justicia europea contra la ‘ley mordaza’”. En: *El País*, 13 de diciembre de 2015 [en línea]. Disponible en https://politica.elpais.com/politica/2015/12/12/actualidad/1449951619_073020.html [2018, 30 de mayo]

Martín Criado, E. (1998). *Producir la juventud. Crítica de la sociología de la juventud*. Madrid: Ediciones Istmo.

Martín Cuesta, E., Ibáñez, M.E., Tagliabue, R. y Zangaro, M. (2009). La Nueva Generación y el Trabajo. En: *Barbarói*, 31, pp. 126-138.

Martín Vivaldi, G. (1986). *Curso de Redacción*. Madrid: Paraninfo.

Martín Vivaldi, G. (1998). *Géneros periodísticos: reportaje-crónica-artículo (análisis diferencial)*. Madrid: Paraninfo.

Martín, I. (2011a). “Los jóvenes en los Países Árabes Mediterráneos: ¿una generación perdida? (y cómo intentar recuperarla)”. En: *Consejo Económico y Social* [en línea]. Disponible en <https://bit.ly/2HMaJZw> [2018, 01 de mayo]

Martín, I. (2011b). “Empleo y políticas de empleo en el Norte de África: de causas de las revueltas a claves de la transición (ARI)”. En: *Real Instituto Elcano* [en línea]. Disponible en <https://bit.ly/2JKikbV> [2018, 01 de mayo]

Martín, I. y Bardak, M. (2012). *Union for the Mediterranean regional employability review. The challenge of youth employment in the Mediterranean*. Luxembourg: European Training Foundation [en línea]. Disponible en http://www.etf.europa.eu/web.nsf/pages/UfM_regional_employability_review_V [2018, 01 de marzo]

Martínez Albertos, J. (2001). *Curso general de redacción periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, TV y cine*. Madrid: Paraninfo-Thomson Learning.

Martínez Albertos, J. (2004). “Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos”. En: Cantavella, Juan y Serrano Oceja, José (coords.), *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel, pp.51-75.

Martínez Fernández, V.A. y Juanatey Boga, O. (2013). “Análisis de la evolución de la prensa de información general y difusión nacional en el mercado español”. En: *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 23.

Martínez Osés, P.J. (Coord.) (2016). *Informe ICPD 2016. Crecer en otro sentido* [en línea]. Disponible en: <http://www.icpd.info/wp-content/uploads/2016/03/ICPD2016-INFORME-COMPLETO.pdf> [2017, 19 de octubre]

Martínez Vallvey, F. (1995). *La entrevista periodística desde el punto de vista conversacional*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia.

Martínez Vallvey, F. (1996). *Herramientas periodísticas*. Salamanca: Librería Cervantes.

- Mas, M.V. y Lacasa-Mas, I. (2015). "Gestión del valor de marca en las empresas de prensa. El caso de La Vanguardia". En: *El profesional de la información*, 24(4), pp. 405-412.
- Mascherini, M. (2017). "Il quadro dei NEET in Europa: caratteristiche e costi socio-economici". En: Alfieri, S. y Sironi, E. (eds.), *Una generazione in panchina da NEET a risorsa per il paese*, Quaderni Rapporto Giovani, 6. Milano: Vita e Pensiero y Istituto Toniolo, pp.17-28 [ebook] [en línea]. Disponible en <http://www.rapportogiovani.it/new/wp-content/uploads/2017/06/978-88-343-3324-2.pdf> [2018, 3 de mayo]
- Masip, P., Ruiz, C., Suau, J., García Castillejo, A. (2016). *Media Pluralism Monitor 2016 Monitorizando los riesgos para el pluralismo mediático en EU y más allá. Informe nacional: España*. Luxembourg: Publications Office.
- Mayoral Asensio, R. (2001). *Aspectos epistemológicos de la traducción*. Castellón: Universitat Jaume I.
- Mazzoni, D., Albanesi, C, D. Ferreira, P., Opermann, S., Pavlopoulos, V. y Cicognani, E. (2018). "Cross-border mobility, European identity and participation among European adolescents and young adults". En: *European Journal of Developmental Psychology*, 15 (3), pp.324-339. doi: <https://doi.org/10.1080/17405629.2017.1378089>
- McCombs, M. (2004). *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge, UK/Malden, USA: Polity Press.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós Comunicación.
- McCombs, M. y Valenzuela, S. (2007). "The Agenda-Setting Theory". En: *Cuadernos de Información*, 20, pp.44-50.
- McCombs, M.E. y Shaw, D. (1972). "The Agenda- Setting Function of Mass Media". En: *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), pp.176-187.
- McIntosh, P. (1998). "White privilege and male privilege: A personal Account of coming to see correspondences through work in women's studies". En: Andersen, M.L. y Collins, P.H. (eds.), *Race, class and gender*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company, pp. 94-105.
- McLeod, J.M, Becker, L.B. y Byrnes, J.E. (1973). "Another look at the agenda setting function of the Press". En: *Paper presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism (Ft. Collins, Colorado)* [en línea]. Disponible en: https://www.mediamanual.at/en/pdf/Weber_etrans.pdf [2018, 25 de junio]
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Los Angeles-London-New Delhi-Singapore-Washington DC: SAGE Publications.
- Mejía Chiang, C. (2012). "Géneros y estilos de redacción en la prensa. Desarrollo y variantes taxonómicas". En: *Correspondencias & Análisis*, 2, pp. 201-217. doi: <https://doi.org/10.24265/cian.2012.n2.10>
- Mejjati Alami, R. (2017). "Les jeunes et l'informel au Maroc". En: *Sahwa Scientific Paper*, 8. doi: <https://doi.org/10.24241/swsp.2017.8.1>
- Melendro, M. (2014). "Transitar a la vida adulta cuando se es joven y vulnerable: Estrategias de actuación en una sociedad en crisis". En: *Metamorfosis. Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*, 1, pp. 31-42.

- Mellor, N. (2005). *The Making of Arab News*. Lanham, Maryland, USA: Rowman & Littlefield.
- Melucci, A. (1999). "Esfera pública y democracia en la era de la información". En: *Metapolítica*, 3 (9), pp.57-67.
- Méndez, Lucía (2015). "Certezas sobre el estado de la libertad de prensa en España". En: *Cuadernos de Periodistas*, 30, pp. 12-20.
- Menéndez, T. (2014). "La mirada de los expertos: "La presentación de los jóvenes en los medios de comunicación. Prensa, radio y televisión"". En: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) (eds.), *Jóvenes y medios de comunicación: el desafío de tener que entenderse*. Madrid: CRS y FAD, pp.26-35.
- Meyer, P. (2004). *The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age*. Missouri: University of Missouri Press.
- Meyer, P. (2008). "The Elite Newspaper of the Future". En: *American Journalism Review* [en línea]. Disponible en <http://ajrarchive.org/article.asp?id=4605> [2018, 25 de mayo]
- Migliavacca, M. (2015). "I giovani e il lavoro. La spinta verso l'autonomia e l'imprenditorialità come risposta alla crisi". En: Federica Vernò (ed.), *L'impresa dei giovani in Italia e in Lombardia. Attori, valori e sfide tra tradizione e cambiamento*, Quaderni Rapporto Giovani, 4. Milano: Vita e Pensiero y Istituto Toniolo, pp. 11-39 [ebook] [en línea]. Disponible en <https://bit.ly/2Kr6eoc> [2018, 3 de mayo]
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2018). *Nivel de Formación, Formación Permanente y Abandono: Explotación de las variables educativas de la Encuesta de Población Activa. Nota resumen* [en línea]. Disponible en <https://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano/mecd/estadisticas/educacion/mercado-laboral/epa2016.html> [2018, 30 de abril]
- Módenes, J.A. y Botelho Azevedo, A. (2017). "Más alquiler, ¿también más inseguridad residencial? Nuevas tendencias en los hogares jóvenes españoles tras la crisis". En: *Revista de Estudios de Juventud*, 116, pp. 95-109.
- Monteferrante M., P. (2010). "La generación net: claves para entenderla". En: *Debates IESA*, XV (4), pp. 58-61.
- Morciano, D. (2012). "Youth-work and young people's agency in a Mediterranean context: an evaluation research in the South of Italy". En: *Italian Journal of Sociology of Education*, 4(2), pp.100-120. doi: <http://dx.doi.org/10.14658/pupj-ijse-2012-2-7>
- Moreno Espinosa, P. (2000). "Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional". En: *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, 5, pp.169-190.
- Moreno Mínguez, A. (2015). "La empleabilidad de los jóvenes en España: Explicando el elevado desempleo juvenil durante la recesión económica". En: *Revista Internacional de investigación en ciencias sociales*, 11 (1), pp.3-20. doi: <http://dx.doi.org/10.18004/riics.2015.julio.3-20>
- Moreno Mínguez, A. (2017). "Apuntes sobre las nuevas transiciones habitacionales de los jóvenes en España en el contexto de crisis económica". En: *Revista de Estudios de Juventud*, 116, pp. 31-41.
- Moreno Mínguez, A. y Crespi, I. (2017). "Future perspectives on work and family dynamics in Southern Europe: the importance of culture and regional contexts". En: *International Review of Sociology*, pp. 1-5. doi: <http://doi.org/cn4p>

- Morera Hernández, C. (2016). "Lo más leído: infoentretenimiento, propaganda y anécdotas en la versión digital de los diarios españoles". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), pp.117-133. doi: <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.55586>
- Moreras, J. (2015). "¿Por qué unos jóvenes se radicalizan y otros no?". En: *Notes internacionals CIDOB*, 123 [en línea]. Disponible en https://www.cidob.org/es/publicaciones/serie_de_publicacion/notes_internacionals/n1_123_por_que_unos_jovenes_se_radicalizan_y_otros_no/por_que_unos_jovenes_se_radicalizan_y_otros_no [2018, 6 de abril]
- Mosquera, A. (2014). "Fotografía, régimen escópico y manipulación en el diario El País de España". En: *Opción*, Año 30, 74, pp.133-153.
- Mourtada, y Salem, (2012). "Les médias sociaux dans le monde arabe : l'impact sur la jeunesse, les femmes et le changement social". En: *Annuaire IEMed de la Méditerranée Med.2012*, pp. 298-304 [en línea]. Disponible en <http://www.iemed.org/observatori-fr/arees-danalisi/documents/anuari/med.2012/social-media-in-the-arab-world-the-impact-on-youth-women-and-social-change> [2018, 8 de abril]
- Munich Gasa, J. (1989). "El dialogo Euro-arabe". En: *Afers Internacionals*, 16, pp. 23-36.
- Muñoz Fernández, G.A. (2017). "Juventud y mercado de la vivienda en España: análisis de la situación". En: *Revista de Estudios de Juventud*, 116, pp. 155-168.
- Muñoz González, J.J. (1994). Redacción periodística. Salamanca: Librería Cervantes.
- Murciano, M. (2004). "Poder económico e influencia social: los retos de la concentración mediática para la democracia". En: *Doxa Comunicación*, 2, pp. 41-51.
- Murdock, G. y Golding, P. (1978). "Theories of Communication and theories of society". En: *Communication Research*, 5(3), pp. 339-356.
- Murphy, E.C. (2012a). "Introduction: Arab Youth and Politics". En: *Mediterranean Politics*, 17(1), pp. 1-4. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13629395.2012.655042>
- Murphy, E.C. (2012b). "Problematizing Arab Youth: Generational Narratives of Systemic Failure". En: *Mediterranean Politics*, 17(1), pp. 5-22. doi: <https://doi.org/10.1080/13629395.2012.655043>
- Murschetz, P. C. (ed.) (2013). *State Aid for Newspapers. Theories, Cases, Actions*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-642-35691-9>
- Nader, E. (2015, 26 de abril). "'Human life has become cheap': Al-Ahram". En: *Daily News Egypt*, 26 de abril de 2015 [en línea]. Disponible en: <https://dailynewsegypt.com/2015/04/26/human-life-has-become-cheap-al-ahram/> [2018, 14 de junio]
- Nafaa (2010, 9 de octubre). "The Al-Dostour crisis". En: *Egypt Independent*, 9 de octubre de 2010 [en línea]. Disponible en: <http://www.egyptindependent.com/al-dostour-crisis/> [2018, 14 de junio]
- Nancy, J. (2016). "European Youth in 2016. Special Eurobarometer of the European Parliament". En: *European Parliamentary Research Service* [en línea]. Disponible en http://www.europarl.europa.eu/pdf/eurobarometre/2016/eye2016/eb85_1_eye_2016_analytical_overview_en.pdf [2018, 3 de abril]
- Naribo Opuamie-Ngoa, S. (2010). "Functional democracy and mass media: a critique". En: *Global Media Journal*, 4(2), pp. 132-150. doi: <https://doi.org/10.5789/4-2-1>

- Nascimento Coelho, R. y Estramiana, J.L.A. (2014). "Alargamiento de la juventud e identidad: un estudio de los procesos de transición a la vida adulta de jóvenes en Brasil y España". En: *Athenea Digital*, 14(2), pp. 21-37. doi: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/athenead/v14n2.1206>
- Nassar, H., Barsoum, G., Elwan, F., el Shair, H. (2010). "Education for the 21st Century". En: Handoussa, H. (dir.), *Egypt Human Development Report 2010*. United Nations Development Programme y the Institute of National Planning, Egypt, cap.4, pp.43-56 [en línea]. Disponible en http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/243/egypt_2010_en.pdf [2018, 10 de mayo]
- Nations Unies Commission économique pour l'Afrique (2011). *Les Jeunes, Acteurs du Développement. Etre jeune au Maghreb. Vue d'ensemble du rapport* [en línea]. Disponible en https://www.unicef.org/morocco/french/SRO-NA_Etre-Jeune-au-Maghreb-Fr.pdf [2018, 7 de mayo]
- Newman, N. (2018). *Digital News Project 2018. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2018*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Nielsen, L. (2011). "Migration of arab youth. Youth exodus: the desire to migrate". En: Issam Fares Institute for Public Policy and International Affairs y American University of Beirut, *A Generation on the Move: Insights into the conditions, aspirations and activism of Arab youth*, cap.7, pp. 35-39 [en línea]. Disponible en https://www.unicef.org/media/files/Summary_Report_A_GENERATION_ON_THE_MOVE_AUB_IFI_UNICEF_MENARO_.pdf [2018, 16 de marzo]
- Nilan, P. (2011). "Youth sociology must cross cultures". En: *Youth Studies Australia*, 30(3), pp. 20-26.
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La Espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona Paidós.
- Nogueira Calvar (2017, 17 de diciembre). "EL PAÍS se despide de sus rotativas". En: *El País*, 17 de diciembre de 2017 [en línea]. Disponible en: https://politica.elpais.com/politica/2017/12/16/actualidad/1513457282_998706.html [2018, 31 de mayo]
- Northwestern University in Qatar (2017). *Media use in the Middle East 2017. A Seven-Nation Survey*. Doha, Qatar: Northwestern University in Qatar.
- Northwestern University in Qatar y Doha Film Institute (2016). "Newspapers". En: *Media Industries in the Middle East 2016* [en línea]. Disponible en: <http://www.mideastmedia.org/industry/2016/newspapers/> [2018, 7 de junio]
- Núñez Fernández, V. (2015a) (coord.). "Estructura multimedia de la empresa informativa". En: Núñez Fernández, V. (coord.), *La empresa informativa en la era digital*. Madrid: Ediciones CEF, cap.3, pp.63-90.
- Núñez Fernández, V. (2015b) (coord.). "Marketing informativo y planificación estratégica". En: Núñez Fernández, V. (coord.), *La empresa informativa en la era digital*. Madrid: Ediciones CEF, cap.7, pp.177-200.
- Núñez Ladevéze, L. (1995). *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) (2018). *Buscador de Publicaciones. Diarios (Daily newspapers)* [en línea]. Disponible en <https://www.ojd.es/buscador/#> [2018, 31 de mayo]
- OJD Maroc (2015). *9ème Observatoire de la Presse Marocaine* [en línea]. Disponible en: <http://www.ojd.ma/Actualites/Observatoire-2015> [2018, 7 de junio]

- OJD Maroc (2018a). *Assabah* [en línea]. Disponible en: <http://www.ojd.ma/Adherents/Presse-payante/ASSABAH> [2018, 9 de junio]
- OJD Maroc (2018b). *Al Massae* [en línea]. Disponible en: <http://www.ojd.ma/Adherents/Presse-payante/AL-MASSAE> [2018, 10 de junio]
- Olesen, T. (2014). "Dramatic Diffusion and Meaning Adaptation: The Case of Neda". En: della Porta y Mattoni, A. (eds.), *Spreading Protest Social Movements in Times of Crisis*. Colchester: ECPR Press, cap.4, pp.71-90.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2017a). *OECD Economic Surveys: Italy 2017*. OECD Publishing, Paris [en línea]. Disponible en http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/economics/oecd-economic-surveys-italy-2017_eco_surveys-ita-2017-en#.WfBVxFu0Ndg [2017, 25 de octubre]
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2017b). "Country note. Italy". En: *Education at a glance 2017: OECD Indicators*. Paris: OECD Publishing [en línea]. doi: <https://doi.org/10.1787/eag-2017-54-en>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2018). *Youth unemployment rate* [indicador] [en línea]. Disponible en <https://data.oecd.org/unemp/youth-unemployment-rate.htm> [2018, 31 de enero]
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) (2018). *Ley No. 88-13 relativa a la Prensa y la Publicación (promulgada por Dahir No. 1-16-122 de 6 Kaada 1437 (10 de agosto de 2016))* [en línea]. Disponible en: <http://www.wipo.int/wipolex/es/details.jsp?id=16975> [2018, 7 de junio]
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2017). "España. Marzo 2017. Visión general". En: *Estudios Económicos de la OCDE*. [en línea]. Disponible en: <https://www.oecd.org/eco/surveys/Spain-2017-OECD-economic-survey-overview-spanish.pdf> [2017, 20 de octubre]
- Ortega Mirada, Estibaliz (2017). "Jóvenes adultos y prensa: un análisis de la relación y la cobertura mediática de los jóvenes al Norte y Sur del Mediterráneo". En: *Revista Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 38.
- Ortells Badenes, S. (2009). "La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), pp.341-353. doi: <https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-827-341-353>
- Osgood, C.E. (1952). "The Nature and Measurement of Meaning". En: *Psychological Bulletin*, 49(3), pp. 197-237.
- Osgood, C.E., Suci, G.J. y Tannenbaum, P.H. (1976). *La Medida del Significado*. Madrid: Gredos.
- Osman, A. y Abdel Samei, M. (2012). "The Media and the Making of the 2011 Egyptian Revolution". En: *Global Media Journal*, 2(1), pp.1-19.
- Otazu, J. (2013, 6 de septiembre). "La crisis de la prensa escrita en Marruecos". En: *El Mundo*, 6 de septiembre de 2013 [en línea]. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/09/06/comunicacion/1378464317.html> [2018, 7 de junio]
- Pace, M. (2006). *The Politics of regional identity: meddling with the Mediterranean*. London: Routledge.

- Paciello, M.C. y Pioppi, D. (2017). "Youth in the South East Mediterranean Region and the Need for a Political Economy Approach". En: *Power2youth Working Paper*, 37 [en línea]. Disponible en http://www.iai.it/sites/default/files/p2y_37.pdf [2018, 1 de abril]
- Palazzo, M. G. (2013). "Juventud, discurso y medios de comunicación: aportes del análisis del discurso al campo de estudios sobre juventudes". En: Palazzo, M.G. y Gómez, P.A. (coord.), *Sujetos, miradas, prácticas y discursos: Segundo Encuentro sobre Juventud, Medios e Industrias Culturales*. San Miguel de Tucumán, Argentina: INSIL- Facultad de Filosofía y Letras, UNT.
- Palmisano, S. y Pannofino, N. (2017). "So far and yet so close: Emergent spirituality and the cultural influence of traditional religion among Italian youth". En: *Social Compass*, 64(1), pp. 130-146. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0037768616683329>
- Papoutsaki, D. y Wahba, J. (2015). "Migration". En: Roushdy, R. y Sieverding, M. (eds.), *Panel survey of young people in Egypt 2014. Generating Evidence for Policies and Programs*. Cairo, Egypt: Population Council/Egypt, cap.5, pp. 123-152 [en línea]. Disponible en https://www.popcouncil.org/uploads/pdfs/2015PGY_SYPE-PanelSurvey.pdf [2018, 12 de mayo]
- Parrat, S. (2010). "Consumo de medios de comunicación y actitudes hacia la prensa por parte de los universitarios". En: *Zer*, 15(28), pp. 133-149.
- Parsons, T. (1942). "Age and Sex in the Social Structure of the United States". En: *American Sociological Review*, 7, pp. 604-616.
- Passini, S. y Emiliani, F. (2009). "Social Representations of Rights and Duties in Young Italians and Albanians". En: *Swiss Journal of Psychology*, 68(2), pp. 89-98. doi: <https://dx.doi.org/10.1024/1421-0185.68.2.89>
- Pastor Pérez, L. (2012). "Las nuevas reglas de la participación del público en la prensa digital. Análisis de siete diarios europeos de referencia". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(1), pp.193-210. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n1.39365
- Peña Fernández, S., Lazkano Arrillagam I., García Gonzalez, D. (2016). "La transición digital de los diarios europeos: nuevos productos y nuevas audiencias". En: *Comunicar*, XXIV (46), pp. 27-36. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C46-2016-03>
- Peñaranda, R. (2000). "Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven?". En: Sala de Prensa, año 3, 2 (26) [en línea]. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art180.htm> [2018, 18 de junio]
- Perera Izquierdo, S. (1995). *Las condiciones de interacción comunicativa en las técnicas lingüísticas de obtención de información y sus efectos en la elaboración discursiva sobre el cuerpo y la educación* (tesis doctoral). Fran Elejabarrieta (dir.) y Pilar Monreal (tutora). Girona: Universitat de Girona.
- Peristiany, J. G. (Ed.) (1965). *Honour and Shame: The Values of Mediterranean Society*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- Perkins, T. (1997). "Rethinking Stereotypes". En: O'Sullivan, T. y Jewkes, Y., *The Media Studies Reader*. London: Arnold, pp.75-85.
- Peterson, A., Wahlström, M. y Wennerhag, M. (2015). "European Anti-Austerity Protests – Beyond "old" and "new" social movements?". En: *Acta Sociologica* 58 (4), pp. 1-18. doi: <https://doi.org/10.1177/0001699315605622>
- Pew Research Center (2018a). "Fact Sheet: News Media and Political Attitudes in Spain". En: *Western Europe, Public Attitudes Toward News Media More Divided by Populist Views Than Left-*

Right Ideology [en línea]. Disponible en: <http://www.pewglobal.org/fact-sheet/news-media-and-political-attitudes-in-spain/> [2018, 4 de junio]

Pew Research Center (2018b). "Fact Sheet: News Media and Political Attitudes in Italy". En: *Western Europe, Public Attitudes Toward News Media More Divided by Populist Views Than Left-Right Ideology* [en línea]. Disponible en: <http://www.pewglobal.org/fact-sheet/news-media-and-political-attitudes-in-italy/> [2018, 6 de junio]

Pfister, M. (1996). *The Fatal Gift of Beauty, Beauty: Italies of British Travellers*. Amsterdam-Atlanta: Rodopi.

Pintaldi, F., Della ratta Rinaldi, F., Pontecorvo, M.E. y De Rosa, E. (2017). "Le tante facce dei giovani che non studiano e non lavorano". En: Alfieri, S. y Sironi, E. (eds.), *Una generazione in panchina da NEET a risorsa per il paese*, Quaderni Rapporto Giovani, 6. Milano: Vita e Pensiero y Istituto Toniolo, pp.150-159 [ebook] [en línea]. Disponible en <http://www.rapportogiovani.it/new/wp-content/uploads/2017/06/978-88-343-3324-2.pdf> [2018, 3 de mayo]

Piñuel Raigada, J.L. (2002). "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido". En: *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), pp. 1-42.

Pirni, A. (2012). "I giovani italiani, la 'non politica' e nuovi cleavages". En: *Società Mutamento Politica*, 3(5), pp. 157-171. doi: <http://dx.doi.org/10.13128/SMP-11258>

Pollack Ichou (coord.) (2017). *Tendencias mundiales en Libertad de Expresión y Desarrollo de Medios. Informe Mundial 2017/2018. Resumen Ejecutivo*. París: UNESCO [en línea]. Disponible en https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTP_2017_booklet_FINAL_April28.pdf [2018, 27 de mayo]

Pons, G. (2016, 2 de marzo). "Nasce il polo Repubblica-Stampa. Fca esce da Rcs". En: *La Repubblica*, 2 de marzo de 2016 [en línea]. Disponible en: http://www.repubblica.it/economia/finanza/2016/03/02/news/nasce_il_polo_repubblica-stampa_fca_esce_da_rcs-134641880/ [2018, 6 de junio]

Population Reference Bureau (2017). *Secondary School enrollment Ratio Males and Females* [indicador] [en línea]. Disponible en <http://www.worldpopdata.org/index.php/chart> [2018, 22 de febrero]

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2016). *Informe sobre Desarrollo Humano 2016. Desarrollo humano para todas las personas* [en línea]. Disponible en: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2016_report_spanish_web.pdf [2017, 19 de octubre]

Protecmidia (2018). *Casos de estudio. ABC* [en línea]. Disponible en: <https://www.protecmidia.com/clientes/es/casos-de-estudio/abc-FB64550> [2018, 1 de junio]

Public Opinion Monitoring Unit y TNS Opinion (2014). *Flash Eurobarometer of the European Parliament (EP EB395). European Youth in 2014. Analytical synthesis* [en línea]. Disponible en http://www.europarl.europa.eu/pdf/eurobarometre/2014/youth/eb_395_synthesis_youth_e_n.pdf [2018, 24 de abril]

Público (2009, 3 de marzo). "El diario ABC despide a la mitad de la plantilla". En: Público, 3 de marzo de 2009 [en línea]. Disponible en: <http://www.publico.es/actualidad/diario-abc-despide-mitad-plantilla.html> [2018, 1 de junio]

Pueyo, B. del (2014). "La mirada de los medios de comunicación: "Medios de comunicación y jóvenes. Parte de la solución, parte del problema". En: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y

Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) (eds.), *Jóvenes y medios de comunicación: el desafío de tener que entenderse*. Madrid: CRS y FAD, pp.20-25.

Puig, P. (2014, 15 de noviembre). "La apuesta por el 'web first' y la interacción con los lectores". En: *el Periódico*, 15 de noviembre de 2014 [en línea]. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20141114/la-apuesta-por-el-web-first-y-la-interaccion-con-los-lectores-3689538> [2018, 3 de junio]

Pujol, F. (2015, 9 de diciembre). "El Perfil ideológico de los lectores de prensa. Análisis encuestas #7deldebatedecisivo". En: *SM Reputation Metrics*, 9 de diciembre de 2015 [en línea]. Disponible en: <https://smreputationmetrics.wordpress.com/2015/12/09/el-perfil-ideologico-de-los-lectores-de-prensa-analisis-encuestas-7deldebatedecisivo/> [2018, 1 de junio]

PwC (2017a). *Entertainment and Media Outlook 2017-2021 España* [en línea]. Disponible en <https://www.pwc.es/es/publicaciones/entretenimiento-y-medios/assets/gemo-espana-2017-2021.pdf> [2018, 28 de mayo]

PwC (2017b). *Executive Summary Entertainment & Media Outlook in Italy 2017-2021* [en línea]. Disponible en: https://www.pwc.com/it/it/publications/entertainment-media-outlook/2017/doc/pwc_emoi_es_en.pdf [2018, 6 de junio]

Qualizza, G. y Sambri, C. (2013). "Giovani consumatori e nuovi media: una generazione di "nativi digitali"?". En: *Mercati e Competitività*, 1, pp. 119-141. doi: <https://doi.org/10.3280/MC2013-001008>

Quesada, M. (1984). *La entrevista: obra creativa*. Barcelona: Mitre.

Quorum (2017). *Piazza e Palazzo. Ricerca d'opinione su Parlamentari e Cittadini*. [en línea]. Disponible en: <http://www.youtrend.it/wp-content/uploads/2017/03/TRA-PIAZZA-E-PALAZZO-COMPLETO.pdf> [2017, 26 de octubre]

Raeymaeckers, K. (2002). "Young People and Patterns of Time Consumption in relation to print media". En: *European Journal of Communication*, 17(3), pp. 369-383. doi: <https://doi.org/10.1177/0267323102017003692>

Ramasubramanian, S. y Murphy, C.J. (2014). "Experimental Studies of Media Stereotyping Effects". En: Webster, M. y Sell, J. (eds.), *Laboratory Experiments in the Social Sciences*. Massachusetts, USA: Academic Press, pp. 385-402. doi: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-404681-8.00017-0>

Ramos Méndez, D. y Ortega-Mohedano, F. (2017). "The revolution in Millennial's usage habits and consumption of video in smartphones, the revealed crossroads". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 704-718. doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2017-1187en>

Ramos, M. y Benedicto, J. (2016). "El bienestar subjetivo de los jóvenes". En: Benedicto, J. (dir.), *Informe Juventud en España 2016*. Madrid: Instituto de la Juventud, cap.5, pp.277-325 [en línea]. Disponible en <http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/24/publicaciones/informe-juventud-2016.pdf> [2018, 28 de abril]

RCS MediaGroup (2017). "In breve. Chi siamo". En: *RCS Mediagroup* [en línea]. Disponible en: http://www.rcsmediagroup.it/pagine/il-gruppo/in-breve/?refresh_ce-cp [2018, 5 de junio]

Real Instituto Elcano (2013). *Barómetro del Real Instituto Elcano (BRIE)*. 32ª oleada, resultados de febrero de 2013 [en línea]. Disponible en http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/encuesta?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/barometro/oleadabrie32 [2018, 30 de abril]

- Reese, S. D. y Danielian, L. H. (1989). "Intermedia influence and the drug issue: Converging on cocaine". En: Shoemaker, P. J. (ed.), *Communication campaigns about drugs: Government, media, and the public*. New York: Lawrence Erlbaum, pp. 29-46.
- Reguillo Cruz, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Repiso, Rodríguez Pinto y García-García, (2013). "Posicionamiento y agrupación de la prensa española: análisis de contenido de las noticias generadas en la Jornada Mundial de la Juventud 2011". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(2), pp. 1091-1106. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n2.43490
- Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2017a). "España". En: *Informe Anual 2017* [en línea]. Disponible en <https://www.informeannualrsf.es/news/espana-17/> [2018, 30 de mayo]
- Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2017b). *Informe Anual. Italia* [en línea]. Disponible en: <https://www.informeannualrsf.es/news/italia-17/> [2018, 4 de junio]
- Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2017c). "Marruecos". En: *Informe Anual 2017* [en línea]. Disponible en: <https://www.informeannualrsf.es/news/marruecos-17/> [2018, 8 de junio]
- Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2017d). "Egipto". En: *Informe Anual 2017* [en línea]. Disponible en: <https://www.informeannualrsf.es/news/egipto-17/> [2018, 14 de junio]
- Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2018a). *Clasificación mundial 2018* [en línea]. Disponible en <https://www.rsf-es.org/grandes-citas/clasificacion-por-paises/> [2018, 24 de mayo]
- Reporteros Sin Fronteras (RSF) (2018b). *Barómetro de las violaciones de la libertad de prensa. Las cifras de 2018* [en línea]. Disponible en <https://rsf.org/es/barometro> [2018, 24 de mayo]
- Reporters sans frontières (RSF) y Le Desk (2017). *Media Ownership Monitor Morocco* [en línea]. Disponible en: <http://maroc.mom-rsf.org/en/> [2018, 7 de junio]
- Revilla Castro, J.C. (2001). "La construcción discursiva de la juventud: lo general y lo particular". En: *Papers*, 63-64, pp.103-122. doi: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v63n0.1209>
- Rivasés, J. y S. Palomares, A. (s.f). "La historia del grupo Zeta y de su fundador: Zeta, una letra para la libertad". En: *Grupo Zeta* [en línea]. Disponible en: <http://www.grupozeta.es/nuestra-historia/> [2018, 3 de junio]
- Rizk, N. (2016). "Media Ownership and Concentration in Egypt". En: Noam, E.M. y The International Media Concentration Collaboration, *Who Owns the World's Media?: Media Concentration and Ownership around the World*. Oxford: Oxford Scholarship Online, pp. 883-941. doi: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199987238.003.0029>
- Rizza, R. (2015). "Giovani e lavoro in tempo di crisi". En: Rizza, R y Maestripieri, L., *Giovani al lavoro: i numeri della crisi*. Milano: Fondazione Giangiacomo Feltrinelli [ebook] [en línea]. Disponible en <http://fondazionefeltrinelli.it/schede/spazio-lavoro-giovani-al-lavoro-i-numeri-della-crisi/> [2018, 2 de mayo]
- Robbins, M. (2017). "Youth, Religion and Democracy After the Arab Uprisings: Evidence from the Arab Barometer". En: *The Muslim World*, 107(1), pp.100-126. doi: <https://doi.org/10.1111/muwo.12180>
- Roberts, K. (2015). "Youth mobilisations and political generations: young activists in political change movements during and since the twentieth century". En: *Journal of Youth Studies*, 18 (8), pp.950-966. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13676261.2015.1020937>

- Rodrigo Alsina, M. (1993). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo Galán, M.E. (2013). "El periódico, usos en el aula". En: *Comunicación y pedagogía. Nuevas tecnologías y recursos didácticos*, 271-272, pp. 59-63.
- Rodríguez Betancourt, M. (2004). "Géneros periodísticos: para arropar su hibridez". En: *Estudios del Mensaje Periodístico*, 10, pp. 319-328.
- Rodríguez Jiménez, V. (1991). *Manual de Redacción*. Madrid: Paraninfo.
- Rodríguez Martínez, R., Tulloch, C. y Guillamet Lloveras, J. (2016). "Franquismo, monarquía y democracia. La posición política de los principales diarios (ABC, La Vanguardia Española, Informaciones y YA) durante la transición española a la democracia (1975-1977)". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), pp.603-614. doi: <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.55616>
- Rodríguez Pastoriza, F. (2006). *Periodismo cultural*. Madrid: Síntesis.
- Rodríguez Polo, X.R. y Martín Algarra, M. (2008). "Medios y Democracia: la teoría de la responsabilidad social". En: *Revista de Comunicación*, 7, pp. 154-166.
- Rodríguez San Julián, E. y Ballesteros Guerra, J.C. (2013). *Crisis y contrato social. Los jóvenes en la sociedad del futuro*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda a la Drogadicción (FAD).
- Rodríguez San Julián, E. y Ballesteros Guerra, J.C. (2014). "Jóvenes y diversidad ante un futuro condicionado por la crisis". En: *Metamorfosis. Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*, 0, pp. 56-63.
- Rodríguez San Julián, E. y Megias Quirós, I. (2014). "La mirada de los jóvenes: "La imagen de los y las jóvenes en los medios de comunicación. Percepciones desde los propios jóvenes"". En: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud (CRS) y Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) (eds.), *Jóvenes y medios de comunicación: el desafío de tener que entenderse*. Madrid: CRS y FAD, pp.10-19.
- Rootes, C. y Sotirakopoulos, N. (2014). "Occupy London in International and Local Context". En: della Porta y Mattoni, A. (eds.), *Spreading Protest Social Movements in Times of Crisis*. Colchester: ECPR Press, cap.8, pp.172-192.
- Rorty, R. (1998). *Truth and Progress: philosophical papers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rothwell, J. (2016, 8 de junio). "Moroccans banned from sharing newspapers". En: *The Telegraph*, 8 de junio de 2016 [en línea]. Disponible en: <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/06/08/morocco-bans-reading-newspapers-in-public/> [2018, 8 de junio]
- Roushdy, R. y Selwaness, I. (2015). "Young People's Labor Market Outcomes During a Period of Transition". En: Roushdy, R. y Sieverding, M. (eds.), *Panel survey of young people in Egypt 2014. Generating Evidence for Policies and Programs*. Cairo, Egypt: Population Council/Egypt, cap.4, pp. 98-122 [en línea]. Disponible en https://www.popcouncil.org/uploads/pdfs/2015PGY_SYPE-PanelSurvey.pdf [2018, 12 de mayo]
- RTVE, UPIAN Y YAMI2 (2016). "Feminismo". En: *Generation What?* [en línea]. Disponible en <http://generation-what.rtve.es/europe/map/feminist> [2018, 28 de abril]
- Rugh, W.A. (2004). *Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics*. Westport, Connecticut: Greenwood Publishing Group.

- Ruiz Collantes, J. y Velázquez, T. (1984). "Análisis discursivo sobre el viaje de Felipe González a Marruecos". En: *Teoría Semiótica. Lenguajes y textos hispánicos*, 1, pp.785-804.
- Rupnik, J. (Ed.) (2014). *Géopolitique de la démocratisation. L'Europe et ses voisinages*. Paris: Presses de Sciences Po.
- Saad Saad, A. (2012). "Una aproximación a la evolución del discurso periodístico del periodismo, la noticia y la subjetividad". En: *Encuentros*, 16, pp.21-30.
- Sabry, T. (2005). "What is 'global' about Arab media?". En: *Global Media and Communication*, 1(1), pp.41-46.
- Sáenz de Ugarte, I. (2014, 25 de febrero). "Por qué El País quiere irse más a la derecha". En: *eldiario.es*, 25 de febrero de 2014 [en línea]. Disponible en: https://www.eldiario.es/rastreador/testamento-Pais-periodicos_6_232786742.html [2018, 31 de mayo]
- Sakr, N. (2008). "Gaps in the Market: Insights from Scholarly Work on Arab Media Economics". En: Hafez, K. (ed.), *Arab Media: Power and Weakness*. New York/London: Continuum, cap.10, pp. 185-198.
- Sakr, N. (2013). *Transformations in Egyptian Journalism*. London/New York: I.B. Tauris y Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Salem, F. (2017). "Social Media and the Internet of Things Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World: Potential, Limits and Concerns". En: *Arab Social Media Report 2017* [en línea]. Disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2911832 [2018, 15 de abril]
- Salemi, C. y Rashed, A. (2015). "Gender Roles". En: Roushdy, R. y Sieverding, M. (eds.), *Panel survey of young people in Egypt 2014. Generating Evidence for Policies and Programs*. Cairo, Egypt: Population Council/Egypt, cap.9, pp. 242-274 [en línea]. Disponible en https://www.popcouncil.org/uploads/pdfs/2015PGY_SYPE-PanelSurvey.pdf [2018, 12 de mayo]
- Salvadó, A. y Serracant, P. (2003). "Forever young. Vulnerabilitat social juve-nil o vulnerabilitat social generacional?". En: *Ponència del IV Congrés Català de Sociologia*, Grup de Treball, Edat i Generacions, 5 y 6 de abril de 2003 [en línea]. Disponible en http://treballiaferssocials.gencat.cat/web/.content/JOVENTUT_observatori_catala_de_la_joven_tut/documents/arxiu/salvado_serracant_foreveryoung.pdf [2017, 13 de noviembre]
- Sánchez Galán, F.J. (2017). "La influencia de la crisis económica en el régimen de tenencia y condiciones económicas del joven responsable de hogar". En: *Revista de Estudios de Juventud*, 116, pp. 49-61.
- Sánchez García, J. (2010). "Entre la modernidad y la tradición: modos de ser joven en El Cairo". En: *QuAderns-E*, 15(2), pp. 34-57.
- Sánchez García, J. (2013). "Jóvenes en tiempos revolucionarios: protagonismo político y agencia juvenil en los levantamientos del Norte de África". En: Álvarez-Ossorio, I. (ed.), *Sociedad civil y contestación en Oriente Medio y Norte de África*. Barcelona: CIDOB, Colección Interrogar la actualidad, 33, cap.2, pp.47-82.
- Sánchez Sánchez, J. y López Pan, F. (1998). "Tipologías de géneros periodísticos en España. Hacia un nuevo paradigma". En: *Comunicación y Estudios Universitarios. Monográfico: Los géneros periodísticos en los medios de comunicación impresos, ¿Ocaso o vigencia?*, 8, pp. 15-35.

- Sánchez Vigil, J.M., Marcos Recio, J.C. y Olivera Zaldua, M. (2010). "Presencia y contenidos de los blogs en los principales diarios españoles". En: *El profesional de la información*, 19(6), pp. 602-609.
- Sanders, B. (2017, 26 de enero). "How corporate media threatens our democracy". En: *In These Times*, 26 de enero de 2017 [en línea]. Disponible en <http://inthesetimes.com/features/bernie-sanders-corporate-media-threatens-our-democracy.html> [2018, 25 de mayo]
- Sanmartí Roset, J.M, Aguado Guadalupe, M. y Magallón Rosa, R. (2009). "España, Francia, Italia y Portugal: cuatro modelos diferenciados de prensa euromediterrània". En: *Observatorio (OBS*) Journal*, 9, pp.62-84.
- Sanmartí Roset, J.M, Aguado Guadalupe, M. y Magallón Rosa, R. (2010b). "Comparativa de modelos en las relaciones Prensa-Estado: Colombia, Italia, Francia, España y Portugal". En: *Palabra Clave*, 13(1), pp.127-146.
- Sanmartí Roset, J.M., Aguado Guadalupe, G. y Magallón Rosa, R. (2010a). "Análisis del modelo desregulador de prensa en España frente al modelo liberal británico y al intervencionista euromediterráneo". En: *Textual & Visual Media*, 3, pp. 239-252.
- Sanmartín, R. (2014). "Juventud y sentido". En: *Metamorfosis. Revista del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud*, 1, pp. 66-74.
- Santamaría Suárez, L. (1994). "Estado actual de la investigación sobre la teoría de los géneros periodísticos". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 1, pp. 37- 56.
- Santoro, P.L. (2017, 4 de diciembre). "I consumi Mediatici degli Italiani nel 2017". En: MediaHub, 4 de diciembre [en línea]. Disponible en: <http://www.datamediahub.it/2017/12/04/consumi-mediatici-degli-italiani-nel-2017/#axzz5LghLhJn4> [2018, 15 de julio]
- Santos Díez, M. T. y Pérez Dasilva, J.A. (2011). "Jóvenes y prensa gratuita: estudio de hábitos de consumo". En: *Ámbitos*, 20, pp.109-126.
- Santos Ortega, A. y Muñoz Rodríguez, D. (2015). "Fuga de cerebros y biografías low cost: nueva etapa en la precarización de la juventud". En: *Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi*, 16, pp. 13-33. doi: <http://dx.doi.org/10.6035/Recerca.2015.16.2>
- Sawaf, Z. (2013). "Youth and the revolution in Egypt: what kinship tells us". En: *Contemporary Arab Affairs*, 6(1), pp. 1-16. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/17550912.2013.746198>
- Sawi, A. y Abdel Hady, Z. (2010). "Youth and Participation in Society". En: Handoussa, H. (dir.), *Egypt Human Development Report 2010*. United Nations Development Programme y The Institute of National Planning, Egypt, cap.8, pp.105-122 [en línea]. Disponible en http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/243/egypt_2010_en.pdf [2018, 10 de mayo]
- Scalfari, E. (2016, 6 de marzo). "Il racconto di 40 anni di vivace concorrenza tra noi e il Corriere". En: *La Repubblica*, 6 de marzo de 2016 [en línea]. Disponible en: http://www.repubblica.it/cultura/2016/03/06/news/repubblica_corriere_della_sera-134860729/ [2018, 6 de junio]
- Schudson, M. (1989). "The sociology of news production". En: *Media Culture Society*, 11, pp. 263-282. doi: <https://doi.org/10.1177/016344389011003002>
- Schudson, M. (2002). "The News Media as Political Institutions". En: *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 5, pp. 249-269. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.5.111201.115816>

- Schütz, A. (1993). *La Construcción significativa del mundo social: introducción a la sociología comprensiva*. Barcelona: Paidós.
- Scott Jovane, P. (2013, 11 de febrero). "Il piano anti-crisi di Rcs: 800 esuberi e dieci periodici da vendere o chiudere". En: *La Stampa*, 11 de febrero de 2013 [en línea]. Disponible en: <http://www.lastampa.it/2013/02/11/economia/il-piano-anti-crisi-di-rcs-esuberi-e-dieci-periodici-da-vendere-o-chiudere-HrN8agkl7x6Ffb9EeNHwSL/pagina.html> [2018, 6 de junio]
- Scott, C.P. (1931). "The function of the Press". En: *The Political Quarterly*, 2(1), pp.59-63. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-923X.1931.tb00313.x>
- Seiter, E. (1986). "Stereotypes and the Media: A Re-evaluation". En: *Journal of Communication*, 36(2), pp. 14-26. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1986.tb01420.x>
- Serajuddin, U y Verme, P. (2015). "Who is deprived? who feels deprived? labor deprivation, youth, and gender in Morocco". En: *Review of Income and Wealth*, 61(1), pp.140-163. doi: <https://doi.org/10.1111/roiw.12080>
- Şerban, S. (2015). On the origin of the gatekeeping theory and its application to journalism. En: *Annals of Spiru Haret University. Journalism Studies*, 16(2), pp. 12-24.
- Serracant, P. (2008) (coord.). *Enquesta a la joventut de Catalunya 2007. Una anàlisi de les transicions educatives, laborals, domiciliars i familiars*. Barcelona: Secretaria de Joventut.
- Serracant, P. (2015). "The Impact of the Economic Crisis on Youth Trajectories: A Case Study from Southern Europe". En: *Young*, 23(1), pp. 39-58. doi: <https://doi.org/10.1177%2F1103308814557398>
- Shehata, M. (2017). "Political Participation and Power Relations in Egypt: The Scope of Newspapers and Social Network Sites". En: *Media and Communication*, 5(2), pp.53-63.
- Shoemaker, P. J. y S. D. Reese (2014). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. New York: Routledge.
- Shoemaker, P.J. y Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. New York: Routledge.
- Sica, L.M., Crocetti, E., Ragozini, G., Sestito, L.A y Serafini, T. (2015). "Future-oriented or present-focused? The role of social support and identity styles on 'futuring' in Italian late adolescents and emerging adults". En: *Journal of Youth Studies*, 19(2), pp.183-203. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13676261.2015.1059925>
- Siebert, F., Peterson, T. y Schramm, W. (1956). *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of what the Press Should be and Do*. Illinois: University of Illinois Press., Urbana Ill.
- Sieverding, M. y Ragab, A. (2015). "Marriage". *Panel survey of young people in Egypt 2014. Generating Evidence for Policies and Programs*. Cairo, Egypt: Population Council/Egypt, cap.6, pp. 153-184 [en línea]. Disponible en https://www.popcouncil.org/uploads/pdfs/2015PGY_SYPE-PanelSurvey.pdf [2018, 12 de mayo]
- Sieverding, M. y Ramadan, N. (2015a). "Political Participation". En: Roushdy, R. y Sieverding, M. (eds.), *Panel survey of young people in Egypt 2014. Generating Evidence for Policies and Programs*. Cairo, Egypt: Population Council/Egypt, cap.7, pp. 185-217 [en línea]. Disponible en https://www.popcouncil.org/uploads/pdfs/2015PGY_SYPE-PanelSurvey.pdf [2018, 12 de mayo]

- Sika, N. (2012). "Youth Political Engagement in Egypt: From Abstention to Uprising". En: *British Journal of Middle Eastern Studies*, 39(2), pp. 181-199. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13530194.2012.709700>
- Sika, N. (2016a). "Ambiguities of student activism, authoritarianism and democratic attitudes: the cases of Egypt and Morocco". En: *The Journal of North African Studies*, 22(1), pp.35-59. doi: <https://doi.org/10.1080/13629387.2016.1229183>
- Sika, N. (2016b). "Youth Civic and Political Engagement in Egypt". En: Power2youth Working Paper, 18 [en línea]. Disponible en: http://www.iai.it/sites/default/files/p2y_18.pdf [2018, 15 de julio]
- Silatech-Gallup (2010). *The Silatech Index: Voices of Young Arabs* [en línea]. Disponible en <http://news.gallup.com/poll/126107/silatech-index-voices-young-arabs-january-2010.aspx> [2018, 3 de marzo]
- Sileoni, S. y Vigevani, G.E. (2016). "Media Pluralism in Italy". En: Bárd, P. y Bayer, J., *A comparative analysis of media freedom and pluralism in the EU Member States*. Luxembourg: Publications Office, pp. 140-154.
- Silver, H. (2007). "Social Exclusion: Comparative Analysis of Europe and Middle East Youth". En: *The Middle East Youth Initiative Working Paper*, 1. Washington, DC: Wolfensohn Center For Development y Dubai: Dubai School of Government. doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1087432>
- Silver, H. (2017). "Dimensions of Youth Exclusion in the Middle East". En: *The Muslim World*, 107 (1), pp. 13-40. doi: <https://doi.org/10.1111/muwo.12176>
- Simelio, N. (2011). "Técnicas cuantitativas. La encuesta. Definición y tipologías". En: Vilches, L. (coord.), *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa, pp. 173-182.
- Simõesa, F., Meneses, A., Luís, R. y Drumonde, R. (2017). "NEETs in a rural region of Southern Europe: perceived self-efficacy, perceived barriers, educational expectations, and vocational expectations". En: *Journal of Youth Studies*, 20 (9) pp.1109-1126. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13676261.2017.1311403>
- Simonato, F.R. y Mori, M. A. (2015). "Los Millenials y las Redes Sociales. Estudio del Comportamiento, Ideología, Personalidad y Estilos de Vida de los Estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata a través del Análisis Clúster". En: *Ciencias Administrativas*, 5, pp. 2-28.
- Singerman, D. (2007). "The Economic Imperatives of Marriage: Emerging Practices and Identities among Youth in the Middle East". En: *The Middle East Youth Initiative Working Paper*, 6. Washington, DC: Wolfensohn Center For Development y Dubai: Dubai School of Government. doi: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1087433>
- Singly, F. (2005). "Las formas de terminar y de no terminar la juventud". En: *Revista de Estudios de Juventud*, 71, pp.109-119.
- Siyanova-Chanturia, A., Warren, P., Pesciarelli, F. y Cacciari, C. (2015). "Gender stereotypes across the ages: On-line processing in school age children, young and older adults". En: *Frontiers in Psychology*, 6 (1388), pp.1-13. doi: <http://dx.doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01388>
- Skalli, L.H. (2011). "Constructing Arab female leadership lessons from the Moroccan media". En: *Gender & Society*, 25(4), pp.473-495. doi: <https://doi.org/10.1177/0891243211411051>

Skogerbø, E. y Winsvold, M. (2011). "Audiences on the move? Use and assessment of local print and online newspapers". En: *European Journal of Communication*, 26(3), 214-229. doi: <https://doi.org/10.1177/0267323111413112>

Snijder, M. (2015). *Le travail de jeunesse au Maroc et la participation des jeunes à l'échelon local*. Unité Régionale de Renforcement des Capacités pour le Programme EuroMed Jeunesse IV (RCBS-CATSAM) [en línea]. Disponible en https://www.euromedyouth.net/IMG/pdf/youth_work_morocco_fr_5_def.pdf [2018, 6 de mayo]

Sola-Morales, S. y Hernández Santaolalla, V. (2017). "Voter Turnout and New Forms of Political Participation of Young People: A Comparative Analysis between Chile and Spain". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 629-648. doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2017-1183en>

Solís Baena, J. (2016). *La evolución de los periódicos digitales frente a los convencionales como soporte publicitario* (tesis doctoral). Antón Álvarez Ruiz (dir.). Madrid: Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

Sorgente, A., Lanz, M., Schilirò, M., Terranova, F. (2016). "Benessere finanziario soggettivo dei giovani: percorsi di transizione e predittori relazionali". En: *Psicologia sociale*, 1, pp. 47-68. doi: <https://doi.org/10.1482/82880>

Soteras, J. (2014, 16 de febrero). "El 'informe Caño' desata una crisis interna en el diario 'El País'". En: *infoLibre*, 16 de febrero de 2014 [en línea]. Disponible en: https://www.infolibre.es/noticias/medios/2014/02/16/el_informe_cano_desata_una_crisis_interna_diario_pais_13590_1027.html [2018, 31 de mayo]

Sougrati, A. (2011). *Young Moroccans: profile, expectations and perceptions* [en línea]. Disponible en <https://www.statistics.gov.hk/wsc/STS069-P2-S.pdf> [2018, 7 de mayo]

Speed, G.L. (1893). "Do newspapers now give the news?". En: *Forum*, 15, pp. 705-711.

Sridhar, S. y Sriram, S. (2015). "Is online newspaper advertising cannibalizing print advertising?". En: *Quant Mark Econ*, 13, pp. 283-318. doi: <https://doi.org/10.1007/s11129-015-9160-3>

Staheli, L y R. Nagel, C. (2013). "Whose awakening is it? Youth and the geopolitics of civic engagement in the 'Arab Awakening'". En: *European Urban and Regional Studies*, 20(1), pp. 115-119. doi: <https://doi.org/10.1177/0969776412460536>

Stokes, B. (2017). "What It Takes to Truly Be 'One of Us'". En: *Pew Research Center* [en línea]. Disponible en <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/04/14094140/Pew-Research-Center-National-Identity-Report-FINAL-February-1-2017.pdf> [2018, 22 de abril]

Suárez Villegas, J.C. (2011). "Consideraciones deontológicas del tratamiento de la juventud en los medios de comunicación". En: *Correspondencias & Análisis*, 1, pp. 349-368.

Surroca, B. (2018, 9 de abril). "«El Periódico» passarà a mans de l'«ABC» quan s'executi l'ERO". En: *NacióDigital*, 9 de abril de 2018 [en línea]. Disponible en: <https://www.naciodigital.cat/noticia/152329/periodico/passara/mans/abc/quant/executi/ero> [2018, 3 de junio]

Swiss, T. (1976). "ERIC/RCS Report: Resources for How to: Plan and Produce Student Publications/Use the Newspaper in the Classroom". En: *The English Journal*, 65(1), pp.102-104. doi: <https://doi.org/10.2307/814722>

- Taguenca Belmonte, J.A. (2016). "Sociología de la juventud. Una revisión". En: *Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología*, 25(3), pp. 183-195.
- Tankard, J. (2001). "The empirical approach to the study of media framing" En: Reese, S, Gandy, O.; Grant, A. (eds.). *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 95-106.
- Tayebi, H. (2015). "The Independent Press after the "Moroccan Spring"". En: *Mathal*, 4(1), 4, pp.1-14.
- Taylor, M. (2005). "Generation NeXt: Today's postmodern student-meeting, teaching, and serving". En: *Collection of papers on self-study and institutional improvement*, 2, pp.99-107. Chicago: The Higher Learning Commission [en línea]. Disponible en: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=F0A3D2159D436BAAF3DBB1335DC1D012?doi=10.1.1.565.4275&rep=rep1&type=pdf> [2018, 2 de febrero]
- Tezanos, J.F., Villalón, J.J., Díaz, V. y Bravo, V. (2010). *El horizonte social y político de la juventud española*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- The Commonwealth (2016). *Global Youth Development Index and Report 2016* [en línea]. Disponible en <http://youthdevelopmentindex.org/> [2018, 2 de mayo]
- The Freedom House (2017a). *Freedom of the Press 2017* [en línea]. Disponible en https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTP_2017_booklet_FINAL_April28.pdf [2018, 27 de mayo]
- The Freedom House (2017b). *Freedom of the Press 2017. Spain. Profile* [en línea]. Disponible en <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/spain> [2018, 30 de mayo]
- The Freedom House (2017c). *Freedom of the Press 2017. Italy profile* [en línea]. Disponible en: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/italy> [2018, 4 de junio]
- The Freedom House (2017d). *Freedom of the Press 2017. Morocco profile* [en línea]. Disponible en: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/morocco> [2018, 8 de junio]
- The Freedom House (2017e). *Freedom of the Press 2017. Egypt Profile* [en línea]. Disponible en: <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/egypt> [2018, 14 de junio]
- The Population Council (2011). *Survey of Young People in Egypt. Final Report*. Cairo, Egypt: The Population Council [en línea]. Disponible en https://www.unicef.org/egypt/eg_SYPE_Final_Report_2010.pdf [2018, 11 de mayo]
- Tholen, J. (2015). "Employment, education and social inclusión. Algeria, Morocco, Tunisia, Egypt, Lebanon". En: *Sahwa Background Paper*, 1 [en línea]. Disponible en: https://www.cidob.org/en/publications/publication_series/sahwa_papers/background_paper/employment_education_and_social_inclusion_in_algeria_morocco_tunisia_egypt_and_lebanon [2018, 22 de febrero]
- Thomass, B. y Kleinstüber, H.J. (2011). "Comparing Media Systems: The European Dimensions". En: Trappel, J., A. Meier, W., d'Haenens, L., Steemers, J. y Thomass, B. (eds.), *Media in Europe Today*. Bristol, UK/Chicago, USA: Intellect, cap.2, pp.23-42.
- Tirocchi, S. (2007). "Lo spettacolo della violenza. Il ruolo della vetrina multimediale nella «promozione» del cyberbullismo". En: *Quaderni di Sociologia*, 44, pp. 49-65.
- Tirocchi, S. (2008). *Ragazzi fuori. Bullismo e altri percorsi devianti tra scuola e spettacolarizzazione mediale*. Milano: FrancoAngeli.

- Torreblanca, J.I. (2016, 14 de julio). "Derechización". En: *El País*, 14 de julio de 2016 [en línea]. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2016/07/13/opinion/1468413200_939205.html [2018, 31 de mayo]
- Torrús, A. (2014, 18 de febrero). "'El País' cambia de director y la redacción teme un giro a la derecha". En: *Público*, 18 de febrero de 2014 [en línea]. Disponible en: <http://www.publico.es/actualidad/pais-cambia-director-y-redaccion.html> [2018, 31 de mayo]
- Toufiq, J. (2016). "La violencia entre los jóvenes marroquíes. El caso Charmil, opinión de psicólogo. En: F. Mernissi (ed.) *Reflexiones sobre la violencia de los jóvenes*. Barcelona: Icaria Antrazyt 442, pp.45-68.
- Tous Rovirosa, A., Rivero Santamarina, D., Meso Ayerdi, K. Larrondo Ureta, A. (2015). "Ambient Journalism in Spain. How Twitter and NREs are redefining agenda setting in El País, El Mundo, La Razón, ABC and La Vanguardia". En: *Trípodos*, 36, pp.35-54.
- Tozy, M. (2014). "In Search of the Mediterranean Core Values". En: Anna Lindh Foundation, *The Anna Lindh Report 2014. Intercultural Trends and Social Change in the Euro-Mediterranean Region*, pp.27-34 [en línea]. Disponible en http://unipd-centrodirittiumani.it/public/docs/anna_lindh_report2014.pdf [2018, 13 de abril]
- Transparencia Internacional España (2017). "Los parlamentos se van acercando al nivel de transparencia que demandan los ciudadanos". En: *Índice de los Parlamentos (IPAR) 2016* [en línea]. Disponible en: <http://transparencia.org.es/wp-content/uploads/2017/03/resultados-ipar-2016.pdf> [2017, 19 de octubre]
- Transparency International (2016). *People and Corruption: Middle East and North Africa Survey 2016*. [en línea]. Disponible en: https://www.transparency.org/whatwedo/publication/people_and_corruption_mena_survey_2016 [2017, 30 de octubre]
- Transparency International Italia (2017). *Agenda Anticorruzione 2017. L'impegno dell'Italia nella lotta alla corruzione*. [en línea]. Disponible en: <https://www.transparency.it/wp-content/uploads/2017/10/Agenda-Anticorruzione-2017.pdf> [2017, 24 de octubre]
- Transparency Maroc (2014). *Étude sur le Système national d'intégrité. Maroc 2014* [en línea]. Disponible en: https://www.transparency.org/whatwedo/publication/etude_sur_le_systeme_national_dintegrite_maroc_2014 [2017, 27 de octubre]
- Trillo Domínguez, M. y Alberich-Pascual, J. (2017). "Deconstrucción de los géneros periodísticos y nuevos medios: de la pirámide invertida al cubo de Rubik". En: *El profesional de la información*, 26 (6), pp.1699-2407.
- Tuchman, G. (1983). *La Producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- TUI STIFTUNG (2017). *Young Europe 2017. The youth study of TUI Foundation* [en línea]. Disponible en: <https://www.tui-stiftung.de/wp-content/uploads/2017/05/All-results-TUI-Stiftung-European-Youth.pdf> [2018, 2 de febrero]
- Túñez, M. (2009). "Jóvenes y prensa en papel en la era Internet. Estudio de hábitos de lectura, criterios de jerarquía de noticias, satisfacción con los contenidos informativos y ausencias temáticas". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, pp.503-524.
- UIS.Stat (2018a). *Youth illiterate population, 15-24 years, both sexes* [indicador] [en línea]. Disponible en: <http://data.uis.unesco.org/> [2018, 22 de febrero]

UIS.Stat (2018b). *Youth illiterate population, 15-24 years, % female* [indicador] [en línea]. Disponible en: <http://data.uis.unesco.org/> [2018, 22 de febrero]

Ulibarri, E. (1994). *Idea y vida del reportaje*. México D. F.: Trillas.

UNESCO Bureau de Rabat (2017). *Les Jeunes dans les Médias Marocains*. Rabat: Unesco [en línea]. Disponible en: <http://menamediamonitoring.com/fr/wp-content/uploads/sites/3/2017/09/Les-jeunes-dans-les-me%CC%81dias-marocains-Etude.pdf> [2018, 5 de julio]

Unión Europea (UE) (2014). “Reglamento (UE) nº 232/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de marzo de 2014 por el que se establece un Instrumento Europeo de Vecindad”. En: *Diario Oficial de la Unión Europea* [en línea], Bruselas, 15 de marzo de 2014. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0232&from=ES> [2017, 24 de agosto]

United Nations (UN) (2010). *Regional Overview: Youth in the Arab Region* [en línea]. Disponible en: <https://social.un.org/youthyear/docs/Regional%20Overview%20Youth%20in%20the%20Arab%20Region-Western%20Asia.pdf> [2018, 22 de febrero]

United Nations Development Programme (UNDP) (2006). *Arab Youth Strategising for the Millennium Development Goals (MDGs)* [en línea]. Disponible en <http://www.un.org/esa/socdev/unyin/documents/arabyouthmdgs.pdf> [2018, 30 de marzo]

United Nations Development Programme (UNDP) (2016). *Arab Human Development Report 2016. Youth and the Prospects for Human Development in a Changing Reality* [en línea]. Disponible en: <http://www.arabstates.undp.org/content/dam/rbas/report/AHDR%20Reports/AHDR%202016/AHDR%20Final%202016/AHDR2016En.pdf> [2018, 2 de febrero]

United Nations Economic and Social Commission for Western Asia (ESCWA) y International Organization of Migration (IOM) (2015). *2015 Situation Report on International Migration Migration, Displacement and Development in a Changing Arab Region* [en línea]. Disponible en http://publications.iom.int/system/files/pdf/sit_rep_en.pdf [2018, 2 de abril]

Urdaneta García, M. (2010). “La imagen de Venezuela y Chávez en la prensa electrónica española”. En: *Pangea*, Año 1, 2, pp. 20-53.

Urraco Solanilla, M. (2007). “La sociología de la juventud revisitada. De discursos, estudios, e “historias” sobre los “jóvenes”. En: *Intersticios. Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 1(2), pp.105-126.

Vala, J y Costa-Lopes (2010). “Youth attitudes toward difference and diversity: a cross-national analysis”. En: *Análise Social*, vol. XLV (195), pp. 255-275.

Valiente, S. (2015). “Humor y millennials: conectando con la generación del desencanto”. En: *COMeIN*, 50 [en línea]. Disponible en <http://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero50/articles/Article-Sonia-Valiente.html> [2018, 16 de abril]

Van Mol, C. (2016). “Migration aspirations of European youth in times of crisis”. En: *Journal of Youth Studies*, 19 (10), pp. 1303-1320. doi: <https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1166192>

Vandegrift, D. (2015). “Youth Political Subjectivity in the Global South: Crossing Conceptual Boundaries in Less Examined Contexts”. En: Woodman, D. y Bennett, A. (eds.), *Youth Cultures, Transitions, and Generations*. London: Palgrave Macmillan, pp.142-156.

- Vara Miguel, A., Negredo, S. y Amoedo, A. (2017). *Digital News Report.Es 2017* [en línea]. Disponible en <http://www.digitalnewsreport.es/> [2018, 28 de mayo]
- Vara Miguel, A., Negredo, S. y Amoedo, A. (2018). *Digital News Report.Es 2018* [en línea]. Disponible en <http://www.digitalnewsreport.es/> [2018, 15 de julio]
- Vázquez Medel, M. (1998). "La prensa escrita y la construcción social de la realidad". Sevilla: Grupo de Investigación en Teoría y Tecnología de la Comunicación, Universidad de Sevilla [en línea]. Disponible en: <http://huespedes.cica.es/aliens/gittcus/licsr.htm> [2018, 23 de junio]
- Velasco de Castro, R. (2016). "Democracia y movimientos sociales en Marruecos". En: *Historia Actual Online*, 39 (1), pp. 53-68.
- Velázquez, T. (1982). *El discurso televisivo desde la perspectiva de la lingüística textual. Un caso concreto: la entrevista* (tesis de licenciatura). Miguel de Moragas (dir.). Barcelona. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Velázquez, T. (1988). "Presentación y representación en lo cotidiano". En: *Estudis Semiótics*, 13-14, pp. 165-187.
- Velázquez, T. (1992). *Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Velázquez, Teresa (2011). "Las bases de datos para el análisis de la comunicación". En: Vilches, Lorenzo (coord.) *La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona, Gedisa, Cap. 4, pp. 97-105.
- Velázquez, T. (2011a). "Técnicas cuantitativas: el análisis de contenido". En: Vilches, L. (coord.), *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa, Cap. 5, pp. 117-141.
- Velázquez, T. (2011b). "Las técnicas del análisis socio-semiótico". En: Vilches, L. (coord.), *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa, Cap. 8, pp. 237-265.
- Velázquez, T. y Fontcuberta, M. de (1987). "La interpretación de la noticia periodística". En: Imbert, G. (ed.), *Métodos de análisis de la prensa*. Madrid: Casa de Velázquez, pp.91-111.
- Verón, E. (1981). *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Barcelona, Gedisa.
- Visanich, (2017). "Youth in the age of anxiety: the case of a southern European location". En: *Contemporary Social Science*, 12 (3-4), pp. 333-346. doi: <https://doi.org/10.1080/21582041.2017.1385829>
- W. Anderson, C. (2013). "Youth, the "Arab Spring," and Social Movements". En: *Middle East Studies Association of North America (MESA)*, 47 (2), pp.150-156.
- W. McChesney, R. y Nichols, J. (2002). *Our Media, Not theirs: The Democratic Struggle Against Corporate Media*. New York: Seven Stories.
- Wallace, C. y Bendit, R. (2009). "Youth Policies in Europe: Towards a Classification of Different Tendencies in Youth Policies in the European Union". En: *Perspectives on European Politics and Society*, 10 (3), pp. 441-458. doi: <https://doi.org/10.1080/15705850903105868>
- Warda, A.N. (2000). "Los medios de comunicación árabes, estructura y características". En: *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 5(8), pp. 113-142.

- Warren, C. (1975). *Géneros periodísticos informativos: nueva enciclopedia de la noticia*. Barcelona: A.T.E.
- Watzlawick, P. y Krieg, P. (1994). *El Ojo del observador: contribuciones al constructivismo: homenaje a Heinz von Foerster*. Barcelona: Gedisa.
- Weber, S. (2002). What does “media construct reality” mean? From an ontological to an empirical understanding of construction. En: *Mediamanual* [en línea]. Disponible en: https://www.mediamanual.at/en/pdf/Weber_etrans.pdf [2018, 23 de junio]
- Weibull, L. y Nilsson, A. (2010). “Four Decades of European Newspapers: Structure and Content”. En: Gripsrud, J. y Weibull, L. (eds.), *Media, Markets & Public Spheres*. Bristol, UK/Chicago, USA: Intellect, cap.2, pp.39-69.
- White, D. M. (1950). “The “gate-keeper”: A case study in the selection of news”. En: *Journalism Quarterly*, 27, pp.383-390.
- Wickberg, S. (2015). “Overview of corruption and anti-corruption in Egypt”. En: *Anti-Corruption Helpdesk. Transparency International* [en línea]. Disponible en: https://www.transparency.org/files/content/corruptionqas/Country_profile_Egypt_2015.pdf [2017, 31 de octubre]
- Wike, R, Stokes, B. y Simmons, K. (2016). “Europeans Fear Wave of Refugees Will Mean More Terrorism, Fewer Jobs”. En: *Pew Research Center* [en línea]. Disponible en <http://www.pewglobal.org/files/2016/07/Pew-Research-Center-EU-Refugees-and-National-Identity-Report-FINAL-July-11-2016.pdf> [2018, 22 de abril]
- WK Lau, R. (2012). “Re-theorizing news’ construction of reality: A realist-discourse-theoretic approach”. En: *Journalism*, 13(7), pp. 886-902. doi: <https://doi.org/10.1177/1464884911432660>
- World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) (2017a). *Print-Online Performance Gap. Summary* [en línea]. Disponible en <http://www.wan-ifra.org/reports/2017/03/21/print-online-performance-gap> [2018, 25 de mayo]
- World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) (2017b). *World Press Trends 2017*. Frankfurt, Germany: WAN-IFRA.
- World Bank (2012). *Kingdom of Morocco. Promoting Youth Opportunities and Participation*. Washington, DC: © World Bank [en línea]. Disponible en <http://hdl.handle.net/10986/11909> [2018, 5 de mayo]
- World Economic Forum (2016). *The Global Gender Gap Report 2016*. [en línea]. Disponible en: <http://estaticos.elmundo.es/documentos/2016/10/26/igualdad.pdf> [2017, 23 de octubre]
- Yanes Mesa, R. (2003). “La noticia y la entrevista. Una aproximación a su concepto y estructura”. En: *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, 10.
- Yanes Mesa, R. (2004). *Géneros periodísticos y géneros anexos. Una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid: Fragua.
- Yanes Mesa, R. (2006). “La crónica, un género del periodismo literario equidistante entre la información y la interpretación”. En: *Espéculo. Revista de estudios literarios*, año XI, 32.
- Ymedia Vizeum (2018). *Mapa de Medios 2018* [en línea]. Disponible en <https://www.ymedia.es/es/mapa-de-medios> [2018, 31 de mayo]

Youssef, A. (2015, 20 de abril). "Newspapers, interior ministry dispute intensifies". En: *Daily News Egypt*, 20 de abril de 2015 [en línea]. Disponible en: <https://dailynewsegypt.com/2015/04/20/newspapers-interior-ministry-dispute-intensifies/> [2018, 15 de junio]

Yuste, B. (2015). "Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes". En: *Revista de Estudios de Juventud*, 108, pp. 179-191.

Yusuf, R. (2008). "La situación de las jóvenes: preocupaciones compartidas". En: *Culturas*, 2, pp. 75-85.

Zaid, B. y Ibahrine, M. (2011). *Mapping Digital Media: Morocco*. London: Open Society Foundations [en línea]. Disponible en: <https://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-morocco-20130805.pdf> [2018, 10 de junio]

Zamponi, L. y Fernández González, J. (2016). "Dissenting youth: how student and youth struggles helped shape anti-austerity mobilisations in Southern Europe". En: *Social Movement Studies*, 16 (1), pp. 64-81. doi: <https://doi.org/10.1080/14742837.2016.1239194>

Zawya (2017). "Al Ahram Establishment". En: *Zawya Thomson Reuters* [en línea]. Disponible en: https://www.zawya.com/mena/en/company/Al_Ahram_Establishment-598603/ [2018, 14 de junio]

Zerba, A. (2011). "Young adults' reasons behind avoidances of daily print newspapers and their ideas for change". En: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(3), pp.597-614. doi: <https://doi.org/10.1177/107769901108800308>

Páginas web de referencia

ABC <http://www.abc.es/>

Al Ahram <http://www.ahram.org.eg/>

Al Dostur <https://www.dostor.org/>

Arab Youth Survey <http://www.arabyouthsurvey.com>

As Sabah <https://assabah.ma/>

Better Life Index. Italy <http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/italy/>

Better Life Index. Spain <http://www.oecdbetterlifeindex.org/countries/spain/>

Catch EyoU <http://www.catcheyou.eu/>

Citispyce <http://www.citispyce.eu/>

Cupesse <http://cupesse.eu/project/>

El País <https://elpais.com/>

El Periódico de Catalunya <https://www.elperiodico.com/es/>

EuroArab Dialogue Initiative (EADI) <http://mawaid.net/>

Euro-Arab Youth Forums [http://www.coe.int/en/web/youth-peace-dialogue/euro-arab-youth-forums#{"11706270":0}](http://www.coe.int/en/web/youth-peace-dialogue/euro-arab-youth-forums#{)

Euro-Mediterranean University of Slovenia (EMUNI): <http://www.emuni.si/>

[Euro-Mediterranean Youth Association http://euromedist.weebly.com/projects.html](http://euromedist.weebly.com/projects.html)

[European Youth Forum http://www.youthforum.org](http://www.youthforum.org)

Except <http://www.except-project.eu>

Fragile States Index. Country dashboard <http://fundforpeace.org/fsi/country-data/>

Freedom in the World 2017. Freedom House. Egypt profile
<https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/Egypt>

Freedom in the World 2017. Freedom House. Italy profile
<https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/Italy>

Freedom in the World 2017. Freedom House. Morocco profile
<https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/Morocco>

Freedom in the World 2017. Freedom House. Spain profile
<https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2017/spain>

Generation What? <http://www.generation-what.eu>

[Happy Planet Index. New Economic Foundation. Egypt
http://happyplanetindex.org/countries/egypt](http://happyplanetindex.org/countries/egypt)

[Happy Planet Index. New Economic Foundation. Italy
http://happyplanetindex.org/countries/italy](http://happyplanetindex.org/countries/italy)

[Happy Planet Index. New Economic Foundation. Morocco
http://happyplanetindex.org/countries/morocco](http://happyplanetindex.org/countries/morocco)

[Happy Planet Index. New Economic Foundation. Spain
http://happyplanetindex.org/countries/spain](http://happyplanetindex.org/countries/spain)

Il Corriere della Sera <https://www.corriere.it/>

[Índice de Coherencia de Políticas para el Desarrollo \(ICDP\). Coordinadora de ONG para el
Desarrollo. Egipto http://www.icpd.info/country_info/?Egipto](http://www.icpd.info/country_info/?Egipto)

[Índice de Coherencia de Políticas para el Desarrollo \(ICDP\). Coordinadora de ONG para el
Desarrollo. Marruecos http://www.icpd.info/country_info/?Marruecos](http://www.icpd.info/country_info/?Marruecos)

[Índice de Coherencia de Políticas para el Desarrollo \(ICDP\). Coordinadora de ONG para el
Desarrollo. Italia http://www.icpd.info/country_info/?Italia](http://www.icpd.info/country_info/?Italia)

[Índice de Paz Global. Institute For Economics & Peace. Egipto http://staging-
maps.visionofhumanity.org/#page/indexes/global-peace-index/2017/EGY/OVER](http://staging-maps.visionofhumanity.org/#page/indexes/global-peace-index/2017/EGY/OVER)

[Índice de Paz Global. Institute For Economics & Peace. España http://staging-
maps.visionofhumanity.org/#page/indexes/global-peace-index/2017/ESP/OVER](http://staging-maps.visionofhumanity.org/#page/indexes/global-peace-index/2017/ESP/OVER)

[Índice de Paz Global. Institute For Economics & Peace. Italia http://staging-
maps.visionofhumanity.org/#page/indexes/global-peace-index/2017/ITA/OVER](http://staging-maps.visionofhumanity.org/#page/indexes/global-peace-index/2017/ITA/OVER)

[Índice de Paz Global. Institute For Economics & Peace. Marruecos http://staging-
maps.visionofhumanity.org/#page/indexes/global-peace-index/2017/MAR/OVER](http://staging-maps.visionofhumanity.org/#page/indexes/global-peace-index/2017/MAR/OVER)

Inspires <http://www.inspires-research.eu>

King Abdullah II Award for Youth Innovation and Achievement <http://www.kaayia.jo>

La Repubblica <http://www.repubblica.it/>

La Vanguardia <http://www.lavanguardia.com>

MEDEA-European Institute for Research on Euro-Arab Cooperation <http://www.medeabe/>

Move <http://move-project.eu>

MYPLACE <https://myplaceresearch.wordpress.com>

NEGOTIATE <https://negotiate-research.eu>

Networks of Mediterranean Youth <http://www.netmedyouth.org/>

Organización Internacional del Trabajo. Ilostat country profiles. Spain
<https://www.ilo.org/ilostatcp/CPDesktop/?list=true&lang=es&country=ESP>

PARTISPACE <http://partispace.eu/>

Power2Youth <http://www.power2youth.eu>

Project 2521 <http://www.2521project.org/fr/>

[Project and initiatives-Union for the Mediterranean http://ufmsecretariat.org/projects/](http://ufmsecretariat.org/projects/)

[Proyecto Sahwa http://www.sahwa.eu](http://www.sahwa.eu)

Salto-Youth <https://www.salto-youth.net>

Social Progress Index 2017. Egypt <https://www.socialprogressindex.com/?tab=2&code=EGY>

Social Progress Index 2017. Italy <https://www.socialprogressindex.com/?tab=2&code=ITA>

Social Progress Index 2017. Morocco
<https://www.socialprogressindex.com/?tab=2&code=MAR>

Social Progress Index 2017. Spain <https://www.socialprogressindex.com/?code=ESP>

Step4youth <http://step4youth.eu/>

STYLE <http://www.style-research.eu/>

Text Analysis Info <http://www.textanalysis.info/>

The Economist Intelligence Unit's Democracy Index
<https://infographics.economist.com/2017/DemocracyIndex>

Unesco Transparency Portal <https://opendata.unesco.org>

YMOBILITY <http://www.ymobility.eu>

Young Adullt <http://www.young-adullt.eu/>

[Young Arab Voices http://www.youngarabvoices.org](http://www.youngarabvoices.org)

[Young European Leadership http://www.younglead.eu](http://www.younglead.eu)

Young Mediterranean Voices <http://youngmedvoices.org/>

[Young Political Leaders Programme http://www.europarl.europa.eu/young-political-leaders/en/home.html](http://www.europarl.europa.eu/young-political-leaders/en/home.html)

[Youth Cooperation-Council of Europe <http://www.coe.int/en/web/north-south-centre/youth-co-operation>](http://www.coe.int/en/web/north-south-centre/youth-co-operation)

ANEXOS

FICHA ANÁLISIS DE CONTENIDO

Nº de caso: numerar las unidades de análisis según iniciales de diarios, fecha de publicación y página.

1. Aspectos formales y estructurales

V1 Nombre del diario

- 1) Al Ahram
- 2) Al Dostur
- 3) Al Massae
- 4) As Sabah
- 5) El País
- 6) ABC
- 7) El Periódico de Catalunya
- 8) La Vanguardia
- 9) Il Corriere della Sera
- 10) La Repubblica

V2 País de edición

- 1) Egipto
- 2) Marruecos
- 3) España
- 4) Italia

V3 Lengua del diario

- 1) Árabe
- 2) Castellano
- 3) Italiano

V4 Fecha de publicación

- 1) 1ª semana
- 2) 2ª semana
- 3) 3ª semana
- 4) 4ª semana

V5 Número de la página

- 1) Entre las páginas 1-5
- 2) Entre las páginas 6-13
- 3) Entre las páginas 14-21
- 4) Entre las páginas 22-29

5) Entre las páginas 30-37

6) Entre las páginas 38-45

7) A partir de la página 46 (incluida)

V6 Unidad de análisis destacada en

- 1) Portada
- 2) Contraportada
- 3) No destacada
- 4) Unidad de la portada

V7 Extensión de la unidad de análisis

- 1) menos de una página
- 2) una página
- 3) más de una página

V8 Tamaño de la unidad en relación a la página

- 1) hasta el 25%
- 2) entre el 25% y el 50%
- 3) entre el 50% y el 75%
- 4) más del 75%
- 5) No pertinente

V9 Localización de la unidad en la página

- 1) Mitad superior
- 2) Mitad inferior
- 3) Centrada
- 4) Página entera

V10 Tipo de género periodístico

- 1) Noticia
- 2) Crónica

- 3) Reportaje
- 4) Entrevista
- 5) Otro

V11 Sección

- 1) Local / Autonómico
- 2) Nacional
- 3) Internacional
- 4) Cuadernillo
- 5) Sociedad
- 6) Economía
- 7) Cultura
- 8) Espectáculos – Ocio
- 9) TV
- 10) Deportes
- 11) Educación
- 12) Medioambiente
- 13) Tecnología
- 14) Otro

V12 Ámbito territorial

- 1) Autonómico/regional
- 2) Nacional
- 3) Europa
- 4) Países del mediterráneo sur
- 5) Internacional
- 6) No pertinente

V13 Acompañamiento icónico

- 1) Si
- 2) No

V14 Fuentes

- 1) Propias
- 2) Agencia
- 3) Otras
- 4) No hay

2. Clasificación temática

V15 Ocupación

- 1) Empleo
- 2) Desempleo
- 3) Políticas de empleo

- 4) Organizaciones públicas de búsqueda de empleo
- 5) Organizaciones privadas de búsqueda de empleo
- 6) Otro
- 7) No hay

V16 Participación

- 1) Participación política
- 2) Afiliación/Militancia en partidos políticos
- 3) Afiliación sindical
- 4) Asociacionismo
- 5) Manifestaciones y campañas reivindicativas
- 6) Otro
- 7) No hay

V17 Sucesos

- 1) Accidentes
- 2) Sucesos con violencia: asesinatos, violaciones...
- 3) Delincuencia común: robos, vandalismo...
- 4) Narcotráfico
- 5) Infracciones de circulación
- 6) Otro
- 7) No hay

V18 Educación y formación

- 1) Enseñanza universitaria
- 2) Formación profesional
- 3) Cursos de formación
- 4) Otra
- 5) No hay

V19 Cultura

- 1) Cine
- 2) Música
- 3) Artes plásticas (pintura, escultura, fotografía, dibujo e ilustración)
- 4) Teatro
- 5) Literatura

- 6) Gastronomía
- 7) Museos
- 8) Otros
- 9) No hay

V20 Salud

- 1) Enfermedades
- 2) Campañas de salud
- 3) Sistema sanitario
- 4) Otro
- 5) No hay

V21 Medios de comunicación

- 1) Televisión
- 2) Radio
- 3) Diarios y revistas
- 4) Medios por Internet
- 5) Medios de comunicación social (redes sociales, blogs, páginas web personales...)
- 6) No hay

V22 Tecnología (Según enfoque cognitivo de Bunge, M.)

- 1) Materiales (físicas, químicas, bioquímicas, biológicas)
- 2) Sociales (Psicológica, sociología, económicas, bélicas)
- 3) Conceptuales (Informática)
- 4) Generales (teorías de los sistemas)
- 5) Otro
- 6) No hay
- 7) Otro

V23 Cooperación y desarrollo

- 1) Voluntariado
- 2) Proyectos de cooperación
- 3) Otro
- 4) No hay

V24 Ocio

- 1) Fiestas y ferias
- 2) Juegos
- 3) Paseos

- 4) Viajes
- 5) Juegos electrónicos y experiencias virtuales
- 6) Eventos artísticos
- 7) Espacios de conversación y debate
- 8) Actividades deportivas
- 9) Frecuentar bares y demás locales de ocio
- 10) Otro
- 11) No hay

V25 Movilidad

- 1) Llegada de migrantes
- 2) Salida de migrantes
- 3) Acogida de migrantes
- 4) Medidas contra la migración irregular
- 5) Integración de las comunidades migrantes en los países de acogida
- 6) Causas de la migración
- 7) Otro
- 8) No hay

V26 Derechos humanos

- 1) Derechos civiles y políticos
- 2) Derechos económicos, sociales y culturales
- 3) Derechos al desarrollo
- 4) Derechos a la comunicación, información y al ciberespacio
- 5) Otro
- 6) No hay

V27 Género

- 1) Discriminación y/o exclusión
- 2) Opresión
- 3) Violencia/abusos
- 4) Integración en la vida política
- 5) Integración en la vida socioeconómica
- 6) Otro
- 7) No hay

V28 Economía

- 1) Infraestructuras y transportes
- 2) Primer sector
- 3) Sector industrial
- 4) Sector servicios
- 5) Finanzas
- 6) Pobreza y/o desigualdades
- 7) Desarrollo sostenible
- 8) Recursos energéticos
- 9) Crisis económica
- 10) Otro
- 11) No hay

V29 Política y legislación

- 1) Política a nivel nacional
- 2) Política a nivel regional
- 3) Política internacional
- 4) Poder judicial
- 5) Derecho internacional
- 6) Partidos políticos
- 7) Democracia
- 8) Estado de derecho
- 9) Corrupción
- 10) Autoritarismo
- 11) Monarquía
- 12) Relaciones internacionales y diplomacia
- 13) Otro
- 14) No hay

V30 Paz y seguridad

- 1) Conflicto armado
- 2) Conflicto diplomático
- 3) Terrorismo nacionalista/independentista
- 4) Terrorismo internacional (aunque con reivindicaciones nacionales)
- 5) Delincuencia organizada
- 6) Migración irregular
- 7) Represión
- 8) Otro
- 9) No hay

V31 Religión

- 1) Relaciones interreligiosas
- 2) Rituales religiosos
- 3) Relación sociedad- instituciones religiosas
- 4) Relación religión-estado
- 5) Otro
- 6) No hay

V32 Discapacidad

- 1) Integración de las personas discapacitadas en la sociedad
- 2) Reivindicación de derechos
- 3) Discriminación y vulneración de derechos
- 4) Otro
- 5) No hay

V33 Enfoque de los temas tratados

- 1) Problema
- 2) Solución
- 3) Problema y solución
- 4) Neutro

3. Actores

V34 Relevancia del “joven” dentro de la unidad de análisis

- 1) Actor principal
- 2) Actor secundario
- 3) Protagonismo principal coral/colectivo
- 4) Protagonismo secundario coral/colectivo

V35 Actores destacados en la unidad de análisis (Con más peso en titular y lead)

- 1) Institucionales
- 2) Sociales
- 3) Individuos
- 4) Otros
- 5) No hay

V36 Actores institucionales destacados

- 1) Gobiernos (Poder Ejecutivo)
- 2) Poder Legislativo
- 3) Partidos Políticos
- 4) Sistema Judicial
- 5) Fuerzas del orden/ Fuerzas Armadas
- 6) Autoridades religiosas
- 7) Sistema Educativo
- 8) Sistema Tributario
- 9) Sistema Sanitario
- 10) Otro
- 11) No hay

V37 Actores sociales destacados

- 1) Organización no gubernamental
- 2) Movimientos ciudadanos/sociales
- 3) Organización social dependiente de instituciones (Cáritas,...)
- 4) Asociación de vecinos
- 5) Movimientos estudiantiles
- 6) Empresas
- 7) Otro
- 8) No hay

V38 Individuos destacados

- 1) Responsable o miembro de Organización no gubernamental
- 2) Responsable o miembro de movimientos ciudadanos/sociales
- 3) Responsable o miembro de partidos políticos
- 4) Responsable o miembro de organización dependiente de instituciones
- 5) Responsable o miembro de asociación de vecinos
- 6) Responsables o miembros de movimientos estudiantiles
- 7) Persona/s concreta/s o conjunto de individuos
- 8) Otro
- 9) No hay

V39 Género actor “joven”

- 1) Hombre

- 2) Mujer
 - 3) No pertinente
 - 4) No hay
- V40 Franja de edad actor “joven”**

- 1) 18-22
- 2) 23-26
- 3) 27-30
- 4) No pertinente
- 5) No hay

V41 Ocupación actor “joven”

- 1) Estudiante
- 2) En activo
- 3) Desempleado
- 4) Estudiante y trabajador
- 5) Estudiante y desempleado
- 6) No pertinente
- 7) No hay

V42 Origen geográfico actor “joven”

- 1) España
- 2) Italia
- 3) Marruecos
- 4) Egipto
- 5) Países mediterráneos
- 6) Otro
- 7) No pertinente
- 8) No hay

V43 Clase social actor “joven”

- 1) Clase baja
- 2) Clase media-baja
- 3) Clase media
- 4) Clase media-alta
- 5) Clase alta
- 6) No pertinente
- 7) No hay

4. Aspectos narrativos y pragmáticos

V44 Actante (actor) narrativo destacado en la unidad de análisis en función de Sujeto

- 1) Sí
- 2) No

V45 Actante (actor) narrativo destacado en la unidad de análisis en función de Objeto

- 1) Sí
- 2) No

V46 Actante (actor) narrativo destacado en la unidad de análisis en función de Ayudante

- 1) Sí
- 2) No

V47 Actante (actor) narrativo destacado en la unidad de análisis en función de Opositor

- 1) Sí
- 2) No

V48 Actante (actor) narrativo destacado en la unidad de análisis en función de Destinador

- 1) Sí
- 2) No

V49 Actante (actor) narrativo destacado en la unidad de análisis en función de Destinatario

- 1) Sí
- 2) No

V50 Enunciado modal destacado en la unidad de análisis. Querer

- 1) Sí
- 2) No

V51 Enunciado modal destacado en la unidad de análisis. Poder

- 1) Sí

- 2) No

V52 Enunciado modal destacado en la unidad de análisis. Deber

- 1) Sí
- 2) No

V53 Enunciado modal destacado en la unidad de análisis. Saber

- 1) Sí
- 2) No

V54 Enunciado modal destacado en la unidad de análisis. Creer

- 1) Sí
- 2) No

V55 Cualidad/esencia del actante (ser/estar)

- 1) Sí
- 2) No

V56 Acción del actante (hacer)

- 1) Sí
- 2) No

V57 Superestructura. Información previa

- 1) Sí
- 2) No

V58 Superestructura. Antecedentes

- 1) Sí
- 2) No

V59 Superestructura. Explicación

- 1) Sí
- 2) No

V60 Superestructura. Consecuencias

- 1) Sí
- 2) No

V61 Superestructura. Interpretación explícita (valoración)

- 1) Sí
- 2) No

V62 Superestructura. Interpretación implícita (intencionalidad)

- 1) Sí
- 2) No

V63 Acto judicial

- 1) Absolver
- 2) Juzgar
- 3) Ordenar
- 4) Diagnosticar
- 5) Calcular
- 6) Condenar
- 7) Valorar
- 8) Determinar
- 9) Caracterizar
- 10) Establecer
- 11) Otro
- 12) No hay

V64 Acto ejercitativo

- 1) Exigir
- 2) Afirmar
- 3) Fallar
- 4) Reclamar
- 5) Aconsejar
- 6) Advertir
- 7) Revocar
- 8) Elegir
- 9) Recomendar
- 10) Anunciar
- 11) Otro
- 12) No hay

V65 Acto expositivo

- 1) Afirmar
- 2) Observar
- 3) Informar
- 4) Preguntar
- 5) Testificar
- 6) Aceptar
- 7) Corregir
- 8) Deducir
- 9) Comenzar por
- 10) Interpretar

- 11) Otro
- 12) No hay

V66 Acto compromisorio

- 1) Prometer
- 2) Comprometerse
- 3) Proponerse
- 4) Tener la intención
- 5) Garantizar
- 6) Empeñarse
- 7) Estar de acuerdo
- 8) Adherirse
- 9) Defender
- 10) Apoyar
- 11) Otro
- 12) No hay

V67 Acto comportativo

- 1) Pedir disculpas
- 2) Agradecer
- 3) Criticar
- 4) Declararse ofendido
- 5) Aplaudir
- 6) Elogiar
- 7) Desear buena suerte
- 8) Invitar
- 9) Retar
- 10) Desafiar
- 11) Otro
- 12) No hay

5. Tratamiento de la unidad de análisis (aplicable a toda la noticia)

V68 Adecuación del texto al acompañamiento icónico

- 1) Sí
- 2) No
- 3) En parte
- 4) No pertinente

V69 Tratamiento general de la unidad de análisis

(-) 1 2 3 4 5 (+)

1) Muy negativo. (El tratamiento de la información en la unidad de análisis contiene todos o muchos de estos aspectos: enfoque sensacionalista, distorsionado, tendencioso, etc.; problemas y fallos de redacción; texto confuso y/o da margen a interpretaciones equivocadas; el titular no corresponde al cuerpo de la noticia; no se contemplan (dan voz) diferentes posiciones sobre el tema; lenguaje ambiguo; lenguaje estereotipado; lenguaje racista o que incite al odio, la discriminación, etc.; texto incluye rumores o información falsa sin contrastación; texto abusa de adjetivos que condicionan la información; tratamiento muy superficial, no se tratan o profundizan aspectos cruciales para entender la información; no hay coherencia y adecuación entre texto y el acompañamiento icónico).

2) Negativo. (El tratamiento de la información en la unidad de análisis contiene varios de los aspectos citados en el punto 1, especialmente los relacionados con el enfoque, el lenguaje y el acompañamiento icónico publicados. La unidad de análisis puede presentar algún aspecto positivo, pero la balanza general del tratamiento de la información tiende más a lo negativo).

3) Aceptable. (El tratamiento de la información en la unidad de análisis contiene tanto aspectos positivos como negativos, aunque los positivos sobresalen levemente sobre los

negativos, por lo que la unidad de análisis podría considerarse “correcta” o “un aprobado justo”).

4) Positivo. (El tratamiento de la información en la unidad de análisis contiene varios de los aspectos citados en el punto 5, especialmente los relacionados con el enfoque, el lenguaje y el acompañamiento icónico publicados. La unidad de análisis puede presentar algún aspecto negativo, pero la balanza general del tratamiento de la información tiende más a lo positivo).

5) Muy positivo. (El tratamiento de la información en la unidad de análisis contiene todos o muchos de estos aspectos: el enfoque de la información busca la objetividad e imparcialidad; evita el sensacionalismo; buena redacción; texto claro e inequívoco; el titular está acorde con el cuerpo de la noticia; la información contempla (da voz) a diferentes posiciones sobre el tema; lenguaje adecuado, creativo, atractivo al lector; lenguaje sin estereotipos; lenguaje que, cuando pertinente, es contrario al racismo, la discriminación, el odio; lenguaje que, cuando pertinente, promueve el entendimiento, el diálogo, la convivencia; texto no abusa de adjetivos que puedan condicionar la información; no se incluyen rumores o información sin contrastar; se tratan y/o profundizan aspectos cruciales para entender la información; óptima coherencia y adecuación entre texto y el acompañamiento icónico).

Estas instrucciones para la valoración del tratamiento general de la unidad de análisis han sido elaboradas en el marco del proyecto Ref. CSO2012-35955.

RELACIÓN DE UNIDADES DE ANÁLISIS POR DIARIO

EL PAÍS

	FECHA	TITULAR	LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
1	01-03-2013	La militancia languidece	32 pdf/36	Sociedad
2	01-03-2013	Los campus desafían en la calle al Gobierno por los recortes y la reforma	35 pdf/41	Sociedad
3	01-03-2013	Ningún joven parado más de cuatro meses	35 pdf/41	Sociedad
4	03-03-2013	El "virus" de Grillo amenaza con contagiar Europa	2 pdf/2	Internacional
5	05-03-2013	Facebook aburre a los adolescentes	43 pdf/52	Pantallas
6	05-03-2013	Pincha en tu bar favorito desde el teléfono móvil	43 pdf/52	Pantallas
7	06-03-2013	La victoria que no celebró nadie	16 pdf/17	Internacional
8	06-03-2013	Pospuesta la ejecución de siete jóvenes	16pdf/17	Internacional
9	06-03-2013	Merkel ofrece al Gobierno ayuda contra el paro juvenil	21 pdf/23	España
10	09-03-2013	Nada de nada ¿la nada?	34 pdf/44	Cultura
11	10-03-2013	Ídolos de barro al volante de un Ferrari	31 pdf/ 38	Vida y Artes
12	10-03-2013	El alumnado de máster cae por primera vez tras la subida de tasas	33 pdf/42	Sociedad
13	12-03-2013	Un vídeo cuestiona la versión oficial del hundimiento de una patera	Portada	España
14	12-03-2013	Una grabación cuestiona la versión oficial del choque de una patera y una patrullera	18 pdf/24	España
15	13-03-2013	Rajoy se acerca a los sindicatos tras un año de choque frontal	23 pdf/31	Economía
16	14-03-2013	Rebelión en las aulas contra el franquismo	45 pdf/55	Vida y Artes
17	15-03-2013	312 lanzamientos al día desde 2008	19 pdf/23	España
18	15-03-2013	La exclusión aumenta en España en las personas con trabajo y sueldo	26 pdf/36	Economía
19	15-03-2013	Los periodistas son cada vez más necesarios para vertebrar la realidad	40 pdf/56	Sociedad
20	16-03-2013	Extremadura cancela un examen con premio para los aprobados porque se filtro	31 pdf/39	Sociedad
21	16-03-2013	Ocho meses sin carnet y 18.000 euros de multa a Benzema	49 pdf/59	Deportes
22	18-03-2013	"Enterrado" para entrar ilegalmente en España	18 pdf/21	España
23	18-03-2013	Sanción de por vida en Grecia por hacer el saludo nazi	49 pdf/56	Deportes
24	20-03-2013	"No me forzarán a cantar "La Marsellesa"	44 pdf/48	Deportes
25	21-03-2013	Hollande vive sus horas más bajas	2	Internacional
26	21-03-2013	Pirámides de sufrimiento	33	Sociedad
27	21-03-2013	"Tal y como está la cosa en España, no vuelvo"	33	Sociedad
28	22-03-2013	Obama urge a retomar el plan de paz	4	Internacional

29	24-03-2013	Ponga un emprendedor en su discurso (político)	18	España
30	25-03-2013	Muere una de las seis personas atropelladas por un taxi en Barcelona	13	España
31	25-03-2013	“La falta de vivienda y el paro son un fracaso para la democracia”	27	Sociedad
32	26-03-2013	Nuevas Generaciones del PP de Castellón invita a denunciar a profesores que “adoctrinen”	14	España
33	26-03-2013	“Este país es bipolar”	46	Deportes
34	27-03-2013	La justicia italiana reabre el “caso Know”	4	Internacional
35	27-03-2013	Detenidos siete integrantes de bandas latinas violentas	2	Madrid
36	28-03-2013	Detenida una banda por robar viajeros dormidos en el metro	3	Madrid
37	31-03-2013	¿No hay una mujer a la altura de ese comité?	5	Internacional
38	31-03-2013	1.100 maneras de protestar en España	12	España
39	31-03-2013	Un certificado europeo para validar los talentos	34	Vida & Artes
40	31-03-2013	Doné sangre para comer	36	Sociedad
41	31-03-2013	Historias que pasan de la tele	53	Pantallas
42	31-03-2013	El digno precario	66	Desempleo juvenil
43	31-03-2013	A emprender se aprende	26	Carreras y Capital Humano

ABC

	FECHA	TITULAR	LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
1	01-03-2013	Luz verde a la <<garantía>> de empleo para jóvenes europeos	33 pdf/37	Economía
2	02-03-2013	Carrmero, el apestado	27 pdf/33	Internacional
3	03-03-2013	El sueño de las clases medias se desvanece con la crisis económica	44 pdf/51	Sociedad
4	03-03-2013	Cambios sociales, el número de hogares ha comenzado a reducirse para poder afrontar mejor los gastos	45 pdf/ 52	Sociedad
5	05-03-2013	El mejor febrero de la crisis no impide que se superen los cinco millones de parados	Portada	Portada
6	05-03-2013	El mejor febrero de la crisis no evita que el paro supere los cinco millones	27 pdf/32	Economía
7	05-03-2013	Sorprendidos en una cámara de frío tras robar en una joyería	45 pdf/51	Madrid
8	06-03-2013	Santamaría fija ante Merkel el empleo juvenil como prioridad	17 pdf/20	España
9	06-03-2013	<<El Cuco>>, encubridor del crimen, queda en libertad	21 pdf/25	España
10	06-03-2013	La JMJ de Madrid tira de las vocaciones sacerdotales	43 pdf/48	Sociedad

11	06-03-2013	Entrevista. Judith Jáuregi. Pianista	53 pdf/58	Cultura
12	06-03-2013	Más de treinta jóvenes acampan a las puertas del Palacio de Deportes, esperando la llegada de Justin Bieber	58 pdf/64	Madrid
13	08-03-2013	La mala mar dificulta la búsqueda en Mallorca de dos desaparecidos	51 pdf/58	Sociedad
14	08-03-2013	Botellón, desfase y vandalismo en las calles de Chamberí	56 pdf/54	Madrid
15	08-03-2013	Ruta Quetzal BBVA se incorpora al plan de actuaciones de potenciación de la Marca España	63 pdf/71	Agenda
16	08-03-2013	Marcelo: 6.000 euros de multa, algo menos que su sueldo diario	73 pdf/82	Deportes
17	10-03-2013	Las bandas latinas buscan << sangre nueva >> de menores	76 pdf/76	Madrid
18	11-03-2013	La paridad llega al Congreso	26 pdf/33	España
19	12-03-2013	Rajoy lanzará hoy nuevas medidas para combatir el paro	24 pdf/27	España
20	12-03-2013	<<Mi padre no me dejaba salir y le he metido 200 puñaladas>>	50 pdf/58	Madrid
21	12-03-2013	<<Hoy no me puedo levantar>> regresa a la Gran Vía	51 pdf/59	Madrid
22	13-03-2013	Plan de choque para atajar el paro juvenil	1 pdf	Portada
23	13-03-2013	Plan de choque de Rajoy para apoyar a más de un millón de jóvenes parados	27 pdf/33	España
24	14-03-2013	El argentino Jorge Mario Bergoglio, nuevo Papa	Portada	Portada
25	14-03-2013	El nuevo Papa hereda una Iglesia en expansión	42 pdf/46	Primer plano
26	15-03-2013	La UE revive el pacto por el crecimiento con 180.000 millones	52 pdf/60	Economía
27	15-03-2013	Justin pone a cien a las <<beliebers>>	64 pdf/76	Madrid
28	15-03-2013	Marcha estudiantil contra las reformas educativas	66 pdf/79	Madrid
29	15-03-2013	La Obra Social La Caixa entrega 100 becas para cursar estudios de máster en universidades españolas	67 pdf/80	Agenda
30	16-03-2013	Villa San Martino: sexo, corrupción y muerte	72 pdf/86	Gente
31	16-03-2013	El hijo de Toñi Salazar, a las puertas de la cárcel por agresión	76 pdf/90	Gente
32	17-03-2013	<<El caracol es un insecto heterosexual>>	43 pdf/50	Sociedad
33	18-03-2013	El caos se apodera de las divididas filas de Grillo	21 pdf/25	Internacional
34	18-03-2013	Suspensión de por vida por un saludo nazi	39 pdf/44	Deportes
35	19-03-2013	El Gobierno intensifica la segunda oleada de reformas para crecer a final de año	15 pdf/18	España
36	20-03-2013	Sólo los mejores estudiantes son profesores en Finlandia	47 pdf/51	Familia
37	20-03-2013	Las naranjas del siglo XXI	82 pdf/88	Contraportada
38	21-03-2013	Terapia a base de libros	74 pdf/86	Contraportada

39	22-03-2013	Obama pide a los palestinos que negocien sin condiciones	26 pdf/31	Internacional
40	22-03-2013	Persecución de película hasta el instituto	60 pdf/70	Madrid
41	22-03-2013	<<Con una sonrisa>>, un reality único con seis personas discapacitadas	79 pdf/82	Televisión y
42	23-03-2013	A la caza de los atracadores en serie de taxistas de Arturo Soria	50 pdf/60	Madrid
43	24-03-2013	Bañez insta a administraciones y empresas a crear empleo	32 pdf/38	España
44	24-03-2013	Intenta quemar su casa con su mujer y su hijo de 5 años dentro	33 pdf/39	España
45	24-03-2013	Batalla campal ante la sede de los islamistas en el Cairo	37 pdf/43	Internacional
46	24-03-2013	<<Como va España? Cambio>>	47 pdf/53	Sociedad
47	24-03-2013	Herida grave al estallarle en la cara un televisor en un incendio	62 pdf/70	Madrid
48	24-03-2013	Muere tras caer al vacío cuando asaltaba un taller de joyería	62 pdf/70	Madrid
49	24-03-2013	Dos detenidos <<in fraganti>> en pleno butrón en un mercado	62 pdf/70	Madrid
50	24-03-2013	Convocadas las becas de la Fundación Mutua Madrileña	66 pdf/74	Agenda
51	25-03-2013	<<Por favor, no os dejéis robar la esperanza!>>	43 pdf/50	Sociedad
52	25-03-2013	El Papa invita a los jóvenes a la JMJ de Río en su primer Domingo de Ramos	Portada	Sociedad
53	25-03-2013	El Santo Padre cita a los jóvenes en la JMJ de Río de Janeiro	45 pdf/52	Sociedad
54	25-03-2013	El rechazo a las bodas gays vuelve a sacar a miles de franceses a la calle	47 pdf/54	Sociedad
55	25-03-2013	Atropello y fuga en la A-3	53 pdf/60	Madrid
56	26-03-2013	El juez deja libres a 12 butroneros que suman 114 detenciones	20 pdf/23	España
57	26-03-2013	Rescate de pesadilla en Peñalara	45 pdf/50	Madrid
58	27-03-2013	Los jóvenes chipriotas no quieren quedarse sin futuro	6 pdf/7	Enfoque
59	27-03-2013	La Justicia italiana volverá a juzgar a Amanda Knox	24 pdf/28	Internacional
60	27-03-2013	La incertidumbre financiera sigue viva en Chipre y se cobra su primera división	28 pdf/32	Economía
61	28-03-2013	<<Soy un gran pecador>>	38	Sociedad
62	28-03-2013	¡Ojo con dormirse en el Metro!	52	Madrid
63	29-03-2013	Los bancos reabren entre la normalidad y el fatalismo	36	Economía
64	29-03-2013	<<La presencia del sector en las redes sociales está atrayendo a un público más joven al mundo de la piel>>	56	Publicidad
65	29-03-2014	Los doce apóstoles del Papa Francisco	Portada	Portada
66	29-03-2013	<<He venido porque me lo pedía el corazón>>	59	Sociedad
67	30-03-2013	Un vía Crucis por Oriente Próximo	35	Sociedad

68	31-03-2013	110 años...y lo que nos queda	Portada	Portada
69	31-03-2013	110 años...y lo que nos queda	42	Sociedad
70	31-03-2013	Muere un ciclista de 30 años al caer accidentalmente al río Manzanares	57	Madrid
71	31-03-2013	Dos heridos de arma blanca, uno de ellos grave, tras una riña callejera	57	Madrid

La Vanguardia

	FECHA	TITULAR	LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
1	01-03-2013	Paro masivo en varios campus e incidentes aislados en Barcelona	30	Tendencias
2	01-03-2013	Una carrera de Filosofía, Política y Economía entre Madrid y Barcelona	30	Tendencias
3	01-03-2013	Cuarta infracción grave de tráfico de Karim Benzema	54	Deportes
4	06-04-2013	¿Carrera vocacional o con salida laboral?	26	Tendencias
5	06-04-2013	De antídoto a mera protección	27	Tendencias
6	06-04-2013	La UPC denuncia ante la fiscalía a una academia por filtrar un examen	28	Tendencias
7	08-03-2013	La crisis provoca que emigre la población con más estudios	29	Tendencias
8	09-03-2013	La nueva voz de la mujer árabe	30	Tendencias
9	09-03-2013	Las redes sociales, nueva herramienta de la violencia machista	30	Tendencias
10	09-03-2013	El 34% de los jóvenes consumidores de drogas niega problemas por su uso	35	Tendencias
11	09-03-2013	El pacto de Rosell para la Grada Jove recogía el rechazo a la violencia	Portada	Portada
12	09-03-2013	Los papeles que firmó Rosell	54	Deportes
13	10-03-2013	El cuento catalán se actualiza con nuevas voces	50	Cultura
14	10-03-2013	“La máscara de ‘V de Vendetta’ simboliza hoy la resistencia contra la tiranía”	55	Cultura
15	11-03-2013	Locos por aprender	26	Tendencias
16	11-03-2013	Los equilibrios de la UPF	24	Tendencias
17	12-03-2013	Y la política perdió el poder	38	Cultura
18	13-03-2013	El suspense se instala en la Capilla Sixtina	Portada	Portada
19	13-03-2013	El invierno espera la primavera	6	Internacional
20	13-03-2013	“Grillo es el líder que los ‘indignados’ españoles no han sabido encontrar”	9	Internacional
21	13-03-2013	El Plan de Empleo Juvenil tendrá una dotación de 3.500 millones	56	Economía
22	14-03-2013	Rumbo al Lejano Oriente	32	Tendencias
23	14-03-2013	El viaje de Lajdar a la calle Robadors	41	Cultura
24	14-03-2013	“Mi generación de músicos rompe con las envidias”	42	Cultura

25	15-03-2013	La soprano Auxiliadora Toledano gana el premio Príncipe de Girona	43	Cultura
26	16-03-2013	La UPC prescindirá de 132 profesores asociados y 90 miembros del PAS	34	Tendencias
27	16-03-2013	España vive en el 2012 el mayor ajuste salarial de la eurozona	69	Economía
28	17-03-2013	Robots con encanto	43	Tendencias
29	18-03-2013	“Si te detienes, pierdes la ilusión”	25	Tendencias
30	18-03-2013	Las cadenas de moda duplican su cuota y ya copan el 41% del mercado	61	Economía
31	19-03-2013	El juez absuelve al subinspector de los Mossos que ordenó la carga en la UdG	27	Tendencias
32	21-03-2013	Catalunya, tierra de cuartetos	36	Cultura
33	22-03-2013	“La paz, es posible”	3	Intenacional
34	22-03-2013	“Cada vez hay menos ateos, pero más militantes”	64	La Contra
35	23-03-2013	La UPC apuesta por una huelga indefinida para evitar los despidos	34	Tendencias
36	23-03-2013	Cien kilómetros de solidaridad	36	Tendencias
37	23-03-2013	Obama reconcilia a Israel con Turquía	8	Internacional
38	23-03-2013	Chipre se replantea la tasa sobre los depósitos bancarios	62	Economía
39	24-03-2013	Un vecino de Valencia prende fuego a su casa con la mujer y un hijo de 5 años dentro	37	Tendencias
40	25-03-2013	“No os dejéis robar la esperanza”	7	Internacional
41	25-03-2013	“Bebo, pero no engordo”	20	Tendencias
42	25-03-2013	¿Estudias y trabajas?	55	Economía
43	26-03-2013	Los jóvenes del PP de Castellón piden que se denuncie a profesores “que adoctrinen”	11	Política
44	26-03-2013	El riesgo de pasar de todo	20	Tendencias
45	26-03-2013	Un país derrotado	39	Economía
46	26-03-2013	“El neoliberalismo europeo ha desarmado la política”	48	La Contra
47	27-03-2013	Italia reabre el caso Amanda Knox, un crimen de impacto mediático	7	Internacional
48	27-03-2013	Amores de tiempos confusos	24	Tendencias
49	27-03-2013	Expulsado el joven del saludo fascista	43	Deportes
50	28_29-03-2013	Grillo desnuda la política italiana	3	Internacional
51	30-03-2013	Mueren doce estudiantes por bombas de mortero en una universidad de Damasco	10	Internacional
52	30-03-2013	Israel ya supera a EEUU. en población judía	10	Internacional
53	30-03-2013	“Formamos parte de la cultura catalana, pero todavía hay prejuicios y situaciones de discriminación”	29	BCN Solidaria
54	30-03-2013	Red para transmitir emociones en móvil	63	Economía
55	30-03-2013	Congresos a medida	63	Emprendedores
56	31-03-2013	Bruselas advierte que el tráfico de drogas atraerá a jóvenes en paro	32	Tendencias

57	31-03-2013	Políticos a rebufo de la calle	16	Política
58	31-03-2013	Un número visible en la espalda identificará a los policías antidisturbios	20	Política
59	31-03-2013	“Aquí puedo hacer la investigación que me gusta”	30	Tendencias
60	31-03-2013	Cuatro historias de Aleppo	10	Internacional

El Periódico de Catalunya

	FECHA	TITULAR	LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
1	01-03-2013	Grillo planta cara a los seguidores que le piden que forme Gobierno	14	Internacional
2	01-03-2013	La universidad para contra la amenaza de nuevos recortes	32	Sociedad
3	01-03-2013	El radar caza a Benzema a 216 kilómetros por hora	46	Deportes
4	02-03-2013	La Eurozona sumó 222.000 parados más en enero y marcó otro récord	27	Economía
5	02-03-2013	«El sexo es un placer absolutamente democrático»	Portada	Portada
6	02-03-2013	<<El sexo es un placer que nadie nos lo puede quitar>>	46	Primera fila
7	02-03-2013	Reto humanitario en el Poblenou	38	Cosas de la vida
8	03-03-2013	Los `grillitos´ al poder	6	Tema del Domingo
9	03-03-2013	Brasil, el nuevo Dorado	16	Panorama
10	03-03-2013	Unas rebajas sin frío	30	Economía
11	03-03-2013	`Apps´ contra reloj	38	Sociedad
12	03-03-2013	Los productos frescos, mejor en el mercado	45	Más Barcelona
13	03-03-2013	Isabel, una realidad a los 28 años	59	Deportes
14	03-03-2013	Boris Tosas	80	Gente corriente
15	04-03-2013	Adiós a `mister´ Marlboro´	13	Internacional
16	04-03-2013	El Antídoto de la perdida	22	Economía
17	04-03-2013	Badalona toma la palabra	31	Gran Barcelona
18	04-03-2013	Moverse y leer un `e-book´	34	Gran Barcelona
19	04-03-2013	La novia del disyóquey de `GH´, en `Interviú´	61	Gente
20	05-03-2013	5 millones de parados, pese al freno de febrero	4	Tema del día
21	05-03-2013	El fiscal del ´caso Ruby´ sostiene que Berlusconi tenía una red de prostitución	13	Internacional
22	06-03-2013	Las primeras patrulleras	25	Sociedad
23	06-03-2013	Los centros cívicos y ´casals´ apuestan por la formación	38	Distritos
24	06-03-2013	El cruce de mundos en tránsito y en conflicto	32	Gran Barcelona
25	06-03-2013	<<Mi sueño era interpretar una historia de amor>>	69	icult
26	06-03-2013	Dani Giménez Torres	72	Gente corriente
27	07-03-2013	BCN estrena Abroadfest	42	Gran Barcelona
28	08-03-2013	´Primavera árabe´ pero sin ellas	Portada	Portada
29	08-03-2013	La primavera pendiente	14	Internacional

30	08-03-2013	El BCE mantendrá bajos los tipos un largo periodo	23	Economía
31	08-03-2013	Operación triunfo laboral	34	Gran Barcelona
32	09-03-2013	Las víctimas del Madrid Arena no pudieron salir	33	Sociedad
33	09-03-2013	Las drogas no asustan a los consumidores jóvenes	35	Sociedad
34	09-03-2013	La banda de `Polseres´	47	icult
35	09-03-2013	El pacto de la grada se firmó en la sede de Rosell	73	Deporte
36	10-03-2013	Eterna cocina de carbón	43	Gran Barcelona
37	11-03-2013	«Menos corrupción, más trabajo»	Portada	Portada
38	11-03-2013	Fábricas al frente	3	Tema del día
39	11-03-2013	Una inversión de lujo	27	Sociedad
40	12-03-2013	Asesoramiento para escoger un itinerario formativo	30	Páginas especiales
41	13-03-2013	<<Nos espera el peor semestre en 50 años>>	17	Internacional
42	13-03-2013	Hollande anuncia a Bruselas que no cumplirá con el déficit del 3%	20	Internacional
43	13-03-2013	Rajoy implica a CCOO, UGT y CEOE contra el paro juvenil	33	Economía
44	13-03-2013	Los trastos que acaban en la calle	44	Gran Barcelona
45	13-03-2013	Cuando se acaba la ESO	47	Gran Barcelona
46	13-03-2013	La Oferta educativa, bajo un mismo techo	50	Páginas especiales
47	13-03-2013	ESCI potencia las habilidades creativas de los estudiantes	51	Páginas especiales
48	13-03-2013	La UIC fomenta el talento y el esfuerzo	52	Páginas especiales
49	13-03-2013	Centro de referencia en el ámbito de la salud y las TIC	53	Páginas especiales
50	13-03-2013	La educación precisa un “impulso moral”	54	Páginas especiales
51	14-03-2013	Muere otro tunecino tras prenderse fuego	14	Internacional
52	14-03-2013	Hoteleros y ejes turísticos piden horarios comerciales más flexibles	Portada	Portada
53	14-03-2013	Ejes turísticos y hoteleros se alían para flexibilizar el horario comercial	30	Gran Barcelona
54	14-03-2013	La UE busca mantener el ajuste sin olvidar el crecimiento	24	Economía
55	14-03-2013	La niebla azul de la pipa de Bauman	34	Gran Barcelona
56	15-03-2013	Ni una cosa ni la otra	17	Política
57	15-03-2013	La UE promete dar prioridad a la lucha contra el paro sin gastar más	20	Economía
58	15-03-2013	<<Vendrán años muy duros si no nos dan los Juegos>>	42	Deportes
59	16-03-2013	Vidas de artistas hundidos por la crisis	Portada	Portada
60	16-03-2013	<<Cada día me digo que no voy a llorar>>	2	Tema del día
61	16-03-2013	La falta de acuerdo bloquea el inicio de la legislatura italiana	14	Internacional

62	16-03-2013	Exculpado el jefe de bomberos de las muertes en Horta de Sant Joan	37	Sociedad
63	16-03-2013	Los rectores temen un nuevo y severo recorte	39	Sociedad
64	16-03-2013	Felipe y Letizia asisten a un concierto en el Liceu	61	Icult
65	17-03-2013	Dos historias de amor y esperanza	28	Sociedad
66	17-03-2013	Conducir a patadas	74	Gente
67	18-03-2013	Plan para impulsar un gran eje de comercio Universitat-Urquinaona	32	Gran Barcelona
68	18-03-2013	Ana Crespo, espectacular Miss Valencia	67	Icult
69	20-03-2013	La Generalitat interviene el plan de saneamiento de la Politècnica	27	Sociedad
70	20-03-2013	Juicio por el crimen de un joyero en la Rambla de Gipúscoa	34	Gran Barcelona
71	22-03-2013	Obama «No es justo que un niño palestino no crezca en un Estado propio»	Portada	Portada
72	22-03-2013	Obama pide a los israelís que se pongan <<en la piel>> de los palestinos	3	Tema del día
73	22-03-2013	La Iglesia expulsa de su seno a un cura mallorquín por pederasta	27	Sociedad
74	22-03-2013	Premio al trabajo solidario por la juventud	28	Sociedad
75	22-03-2013	La FAD crea el Centro Reina Sofía de análisis de la juventud y la adolescencia	28	Sociedad
76	22-03-2013	El Català de l'Any 2012 se dirime a partir de hoy entre 10 candidatos	30	Sociedad
77	23-03-2013	Jóvenes investigadores	38	Gran Barcelona
78	23-03-2013	Carolina, abuela a los 56 años	48	Icult
79	24-03-2013	Rubalcaba reclama menos debate interno y más trabajo	20	Política
80	24-03-2013	Territori i Trànsit chocan por el veto a los camiones en la N-2	33	Sociedad
81	24-03-2013	La Guardia Urbana aumenta las alcoholemias a las motos	38	Gran Barcelona
82	24-03-2013	The Mamzelles se reciclan	48	Icult
83	25-05-2013	Guerra de trincheras en el centro de Siria	10	Internacional
84	25-03-2013	Cospedal culpa al PSOE y <<otros partidos>> de incitar el acoso contra el PP	17	Política
85	25-03-2013	El Papa predica contra la <<sed de dinero>> y el castigo de los débiles	27	Sociedad
86	25-03-2013	Barcelona, meca universitaria	Portada	Portada
87	25-03-2013	BCN ciudad universitaria	30	Gran Barcelona
88	26-03-2013	La campaña de los Encants	34	Gran Barcelona
89	26-03-2013	El "on line" salta a la calle	35	Gran Barcelona
90	26-03-2013	Varapalo de la defensora de RTVE a los informativos	57	Icult
91	2829-03-2013	El partido de Grillo vuelve a dar calabazas a Bersani	12	Internacional
92	2829-03-2013	Esperando al turista	30	Gran Barcelona

93	30-03-2013	BCN amplía la formación juvenil en Nou Barris	32	Gran Barcelona
94	31-03-2013	Viaje con desconocidos	28	Sociedad

Il Corriere della Sera

	FECHA	TITULAR	LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
1	01-03-2013	Grillo: sì a un governo M5S E ai suoi: non fatevi fregare	8	Primo Piano
2	01-03-2013	Sul Web il duello delle <<petizioni>> Il leader rilancia (anche) un Monti-bis	9	Primo Piano
3	01-03-2013	<<Un voto contro le politiche di rigore L'Europa ha le sue responsabilità>>	14	Primo Piano
4	01-03-2013	L'Attesa (Curiosita) dei Nuovi Marziani	20	Primo Piano
5	01-03-2013	<<Il giullare è mediatore Mi spenderò con Grillo per il dialogo con il Pd>>	20	Primo Piano
6	01-03-2013	Aggiungi un posto sul palco 5 Stelle	Portada	Portada
7	01-03-2013	La <<benedizione>> di Del Vecchio <<Beppe premier, perché no?>>	21	Primo Piano
8	01-03-2013	Arriva la garanzia Ue per assumere i giovani	43	Economia
9	01-03-2013	Weekend o estate almeno 1.200 posti	52	Economia
10	01-03-2013	Paesi emergente, paga <<normale>>	53	Economia
11	02-03-2013	Bersani-Grillo, il giorno dei no	Portada	Portada
12	02-03-2013	<<Niente governissimo e blandizie ai Cinquestelle>>	5	Primo Piano
13	02-03-2013	E i giovani <<lasciano>> il Pd: solo il 26 % dei voti	6	Primo Piano
14	02-03-2013	<<Infiltrata? Io voglio fare la gelataia>>	12	Primo Piano
15	02-03-2013	Disoccupazione record, il Pil giù del 2,4%	15	Primo Piano
16	02-03-2013	Quanto è difficile trovare (buone) idee per creare lavoro ai non garantiti	15	Primo Piano
17	02-03-2013	Il supermanager che riporta i giovani a lavorare in cantina	39	Viaggi La Dolce Vita
18	03-03-2013	Ragazzi feriti da una bomba di guerra	20	Cronache
19	03-03-2013	Lutto cittadino a Cosenza per la morte di tre senzatetto	20	Cronache
20	03-03-2013	Sorpreso a rubare, gravissimo un 16enne	24	Cronache
21	03-03-2013	L'avanzata delle nuove registe <<Vince l'idea, non l'aggressività>>	39	Spettacoli
22	03-03-2013	Giovani Dottori Crescono (Bene)	47	CorriereSalute
23	03-03-2013	Elezioni, vincono solo i talk show	63	Pay Tv
24	04-03-2013	L'ex calciatrice antimafia <<Convinta dal Vaffa-day Lavorerò per la legalità>>	2	Primo Piano
25	04-03-2013	<<I democratici seguano Napolitano, il voto nos serve>>	5	Primo Piano
26	04-03-2013	Il taglio (insufficiente) dei rimborsi elettorali e le Regioni <<buco nero>>	9	Primo Piano
27	04-03-2013	La prima Giornata dei giusti che ricorda tutti i genocidi	31	Cultura

28	05-03-2013	<<Siamo migliori, non ci faremo fregare>> La <<sfilata>> dei 163 parlamentari	3	Primo Piano
29	05-03-2013	Dai No Global agli Indignados tutti i <<Debiti>> del Movimento	6	Primo Piano
30	05-03-2013	La sfiducia che mina il benessere Vincono soltanto i vigili del fuoco	15	Primo Piano
31	05-03-2013	Caso Ruby, sfida tra pm e Berlusconi	22	Cronache
32	05-03-2013	Valentina non si suicidò Arrestato il fidanzato	26	Cronache
33	06-03-2013	<<Mario ha recitato un ruolo non suo Chi lo ha consigliato ha fatto errori>>	5	Primo Piano
34	06-03-2013	<<Ora in Piazza una volta al mese>>Così Berlusconi movilita i suoi	8	Primo Piano
35	06-03-2013	A due famiglie su tre il reddito non basta	13	Primo Piano
36	06-03-2013	<<Non ebbero pietà>> Chiesto l'ergastolo per Sabrina e la madre	27	Cronache
37	06-03-2013	Alberghi prefabbricati a basso prezzo Ikea e Marriott cominciano da Milano	28	Cronache
38	06-03-2013	Ligresti, i primi voti sull'azione di responsabilità	39	Economia/Mercati Finanziari
39	07-03-2013	Movimento, è boom tra i giovani: 67% in Sicilia	6	Primo Piano
40	07-03-2013	Universitari in piazza ad Atene	8	Primo Piano
41	08-03-2013	Grillo contro i <<lupi>>dei media E lancia l'allarme violenza	10	Primo Piano
42	08-03-2013	Draghi:<<Italia, non c'è rischio contagio>>	15	Primo Piano
43	08-03-2013	La <<Generazione Felice>> e il conto da pagare	34	Cronache
44	08-03-2013	Perché possiamo ancora dirci femministe	35	Cronache
45	08-03-2013	Giovani talenti in gara alla Coop	45	Economia
46	08-03-2013	Tutte le vie della raccomandazione	47	Economia
47	08-03-2013	Se tra laurea e lavoro non sboccia l'amore	47	Economia
48	08-03-2013	Valentina, curriculum <<made in Asia>>	47	Economia
49	09-03-2013	Operata di colecisti, muore	25	Cronache
50	09-03-2013	Dall'apertura degli archivi all'esplorazione di altri mondi Quel reinventare la tradizione che dà forza al contemporaneo	36	Abitare Le idee
51	09-03-2013	<<La7 non cambia su tg e donne>> Cairo: per ora niente partner	53	Economia
52	10-03-2013	La voce dei portavoce Una stella fra le stelle	1	Portada
53	10-03-2013	La via della trattativa <<alla luce del sole>> E tra i <<giovani turchi>> si guarda al sindaco	5	Primo Piano
54	10-03-2013	Il referendum sull'euro non entusiasma Contro la lira anche il 67% dei 5 Stelle	8	Primo Piano
55	10-03-2013	Scoppia il furgone, morti e feriti al mercato	18	Cronache
56	11-03-2013	<<Abbiamo fiducia per il futuro È il momento della riconciliazione>>	3	Primo Piano
57	11-03-2013	Il promotore (inconsapevole) del referendum	11	Primo Piano

58	12-03-2013	Bici, piercing e bebè, la calata dei neo onorevoli	16	Politica
59	12-03-2013	I laureati senza un lavoro raddoppiati in cinque anni	25	Cronache
60	12-03-2013	Abbiamo perso un'ora di sonno Cresce il club degli stanchi cronici	27	Cronache
61	13-03-2013	Dagli esordi allo <<tsunami>> Il libro sul <<Ciclone Grillo>>	10	Primo Piano
62	13-03-2013	Da Sanremo al Cinquestelle La nascita dell'Italiano medio	13	Primo Piano
63	13-03-2013	Visco: avanti con le riforme L'Italia va meglio di altri	32	Economia
64	14-03-2013	<<Cari giovani, agite come il Movimento>>	21	Primo Piano
65	14-03-2013	La nuova start up dei settantenni che inventano super-tessuti	27	Primo Piano
66	14-03-2013	Assassinato per errore Il killer finisce in manette	32	Cronache
67	15-03-2013	Camere, è già impasse sui presidenti I 5 Stelle: no a intese, ecco I candidati	16	Politica
68	15-03-2013	Renzi riunisce i <<suoi>>: basta con i tatticismo, così destinati all'insuccesso	19	Politica
69	15-03-2013	Monti: investimenti fuori dal déficit Merkel: presto un governo in Italia	34	Economia
70	15-03-2013	L'Erasmus adesso trasloca fuori dall'Ue	45	Economia
71	15-03-2013	È l'ora della logistica oltre 250 opportunità	45	Economia
72	15-03-2013	Multinazionale << under 30>>	47	Economia
73	15-03-2013	Cresce la << sindrome >> del lavoro perso	47	Economia
74	16-03-2013	Marta Grande e la laurea contestata: <<Questo è stalking>>	6	Primo Piano
75	16-03-2013	Onorevoli <<dentro>>: a Palazzo o in cella	11	Primo Piano
76	16-03-2013	<<Bugie sul Papa Mai compromesso con la dittatura>>	Portada	Portada
77	16-03-2013	<<Non cediamo al pesimismo>> Il Papa indossa il braccialetto	12	Primo Piano
78	16-03-2013	Unicredit torna a utile e dividendo	52	Economia
79	16-03-2013	I poeti under 40 fanno Rete	59	Terza Pagina
80	16-03-2013	Il miracolo di Fedez rapper <<fai da te>> e re della classifica	62	Spettacoli
81	17-03-2014	Il primo voto dei 5 Stelle	Portada	Portada
82	17-03-2013	I nomi scelti di notte e gli applausi Partenza di una legislatura incerta	3	Primo Piano
83	17-03-2013	Quando il bene non basta e serve la bontà	Portada	Portada
84	17-03-2013	Quando Martini mi spiegò che questo è il pontefice di cui la Chiesa ha bisogno	15	Primo Piano
85	17-03-2013	Lo striscione per Renzo Rosso:<<Siamo amici su Facebook, assumimi>>	29	Cronache
86	18-03-2013	Il rebus per Napolitano: esecutivo con numeri certi	8	Primo Piano
87	18-03-2013	Il 70% dei cinquestelle bocchia l'asse col Pd	9	Primo Piano

88	18-03-2013	Difendono le fidanzate tre giovani feriti a coltellate	20	Cronache
89	18-03-2013	Addio ai serial dei belli e sbandati Chiude l'ultimo <<Beverly Hills>>	30	Spettacoli
90	19-03-2013	Prima visita di Obama in Israele Tutte le trappole dell'itinerario	19	Esteri
91	22-03-2013	Gli Stellati che non brillano in Educazione	Portada	Portada
92	22-03-2013	Se la trasparenza vale solo per gli altri	8	Primo Piano
93	22-03-2013	L'appello della Cei: <<È urgente che l'Italia abbia un governo stabile>>	10	Primo Piano
94	22-03-2013	Ai 5 Stelle un questore del Senato e un vice (di 27 anni) alla Camera	11	Primo Piano
95	22-03-2013	La strategia di Obama parlare ai Giovani	Portada	Portada
96	22-03-2013	<<Israeliani, guardate con occhi palestinesi>>	17	Esteri
97	22-03-2013	Due italiane in gara a Shanghai	45	Economia
98	22-03-2013	Quel mare d'acqua che mangiamo	53	Eventi
99	23-03-2013	Il Papa: <<Intensificare il rapporto con l'Islam	20	Cronache
100	23-03-2013	Le due verità delle famiglie tra tasse, mattone e lavoro	49	Economia
101	25-03-2013	Papa Francesco ai giovani: non siate triste E cita a sua nonna	Portada	Portada
102	25-03-2013	Il Papa ai giovani: <<Non siate tristi>> E contro l'avidità cita sua nonna	18	Cronache
103	25-03-2013	Duecentomila giovani laureati senza lavoro	27	Cronache
104	27-03-2013	Dagli alpinisti del Cai agli ecologisti del Wwf L'agenda del designato	5	Primo Piano
105	27-03-2013	Amanda e Raffaele . Processo da rifare	Portada	Portada
106	27-03-2013	Il piano di Raffaele: trasferirsi a Lugano <<Ma non è una fuga>>	19	Cronache
107	27-03-2013	Ucciso in casa di notte accanto alla ragazza Nuovo giallo a Perugia	20	Cronache
108	27-03-2013	Malta, italiana violentata	20	Cronache
109	27-03-2013	Tasse record e disoccupazione <<In Italia il conto più alto della crisi>>	26	Economia
110	27-03-2013	L' Venture e Luiss battezzano il social network della moda	27	Economia
111	27-03-2013	Salvataggio Cipro, prelievi fino al 40%	28	Economia
112	28-03-2013	I figli dei Piccoli: <<Per la staffeta in azienda meglio noi dei manager>>	14	Primo Piano
113	28-03-2013	Aldrovandi, corteo contro la madre I poliziotti sconfessati dal ministro	21	Cronache
114	28-03-2013	A Lugano la società di Sollecito per indagare sui delitti irrisolti	21	Cronache
115	28-03-2013	I migranti del telefonino: un milione di cambi al mese	Portada	Portada
116	28-03-2013	Lo slalom del telefonino Un milione di cambi al mese	27	Cronache

117	28-03-2013	Nannini: con gli occhi di mia figlia vedo un Paese migliore	45	Spettacoli
118	29-03-2013	Il sindaco torna in tv ospite di <<Amici>>	5	Primo Piano
119	29-03-2013	Il ginocchio davanti a 12 detenuti	Portada	Portada
120	29-03-2013	Il Papa lava i piedi ai detenuti	18	Cronache
121	29-03-2013	Delitto di Perugia Indagato l'ex ragazzo assieme a suo padre	20	Cronache
122	29-03-2013	Aldrovandi: ispezione in Questura dopo il sit-in	Portada	Portada
123	29-03-2013	Aldrovandi, ispezione in Questura	21	Cronache
124	29-03-2013	<<I disabili paghino le spese per il parcheggio riservato>> Polemica a Messina	25	Cronache
125	29-03-2013	Proteine artificiali Vittoria italiana	25	Cronache
126	29-03-2013	Le nuove (mezze) stagioni della vita	31	Cronache
127	29-03-2013	500 giovani entro il 2013 e 25 stage subito	40	Economia
128	29-03-2013	Oltre 300 opportunita tra chimica e farmaci	40	Economia
129	29-03-2013	Giovani architetti in gara	40	Economia
130	30-03-2013	<<Basta con i giochi o la nave va a picco>>	9	Primo Piano
131	30-03-2013	Via l'avvocato, c'è il disoccupato Lobby dimezzate in Parlamento	10	Primo Piano
132	30-03-2013	<<E ora sblocciamo i crediti verso enti e società pubbliche>>	13	Primo Piano
133	30-03-2013	<<In ginocchio davanti a me mi ha fatto sentire amato>>	22	Cronache
134	30-05-2013	In 5 mila per Aldrovandi <<Via la divisa agli assassini>>	25	Cronache
135	30-03-2013	I fazzoletti lasciati dal killer Analisi sulle tracce di sangue	25	Cronache
136	30-01-2013	I maratoneti dei pacchi nel villaggio di Amazon	Portada	Portada
137	30-03-2013	Gli operai maratoneti di Amazon Dieci km al giorno tra gli scaffali	31	Cronache
138	30-03-2013	Il playback (al contrario) è virale Tu muovi la bocca, canta la star	48	Le tecnologie raccontate
139	31-03-2013	Renzi mattatore ad <<Amici>> in <<chiodo>> come Fonzie	9	Primo Piano
140	31-03-2013	Aldrovandi, gli agenti restano in cella <<Violenti, non si sono ravveduti>>	18	Cronache
141	31-03-2013	Non c'è medico, morti in motovedetta	19	Cronache

La Repubblica

	FECHA	TITULAR	LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
1	01-03-2013	"Thyssen, non fu omicidio volontario" urla e rabbia dei familiari:"Vergogna"	22	Cronaca
2	01-03-2013	Adesso la partita si organizza in Rete un social-network per i pazzi del calcetto	45	Mondo

3	02-03-2013	"Il mio leader senza passione è il dramma della sinistra"	4	Politica interna
4	02-03-2013	La rivolta di Berlino per salvare il Muro	Portada	Portada
5	02-03-2013	Berlino in Piazza per il Muro "È un'opera d'arte, salvatelo"	18	Mondo
6	02-03-2013	Aperitivo al bar col neonato morto nella borsa	20	Cronaca
7	02-03-2013	Harlem Shake nelle piazze il ballo virale del web contagia la Primavera araba	23	Attualità
8	02-03-2013	Tre milioni senza lavoro, il 39% dei giovani	25	Economia
9	03-03-2013	Al via il conclave degli eletti grillini	8	Politica-Interna
10	03-03-2013	Veronesi: un errore spazzare via tutti il comico dimostri di saper trattare	Portada	Portada
11	03-03-2013	Veronesi: Grillo è al bivio dialoghi, distruggere non serve	9	Politica-Interna
12	03-03-2013	I romanzi del dolore ultima frontiera dei libri per ragazzi	Portada	Portada
13	03-03-2013	Dolore di Successo	43	Cult
14	04-03-2013	Nell'hotel dei grillini "Il verbo è Casaleggio"	Portada	Portada
15	04-03-2013	La festa dei grillini in albergo "Ma poi deciderà tutto Casaleggio"	6	Politica-Interna
16	04-03-2013	Renzo Piano: io al Quirinale? Non ho studiato abbastanza	Portada	Portada
17	04-03-2013	"Io al Quirinale? Ho studiato poco Beppe dia una mano a Bersani"	9	Politica-Interna
18	04-03-2013	Le nostre buste paga dodicesime in Europa in Germania guadagnano il 14% in più	12	Economia
19	04-03-2013	"Ricchi e preparati, questo è il momento di volare"	32	Sport
20	05-03-2013	Le facce nuove dei "non-onorevoli"	Portada	Portada
21	05-03-2013	Ecco i grillini della porta accanto le "facce nuove" dei cittadini che Roma vive come marziani	3	Politica-Interna
22	05-03-2013	Il pm su Ruby: "Sistema prostitutivo a Arcore"	Portada	Portada
23	05-03-2013	Ruby, l'atto d'accusa del pm "Arcore, prostituzione sistematica"	10	Politica-Interna
24	05-03-2013	"Quelle bugie spudorate delle Olgettine sulle cene elegante a casa dell'ex premier"	11	Politica-Interna
25	05-03-2013	Impiccata a diciannove anni dopo la festa "Uccisa dall'amante, poi la messinscena"	21	Cronaca
26	05-03-2013	Cervelli in fuga, il flop dell'operazione rientro "Illusi dall'Italia: dovremo emigrare di nuovo"	23	Mondo
27	05-03-2013	La7 a Cairo "È una patata bollente"	Portada	Portada
28	05-03-2013	Perdite, pubblicità e il nemico Mediaset Urbano ammette: "È una patata bollente"	25	Economia
29	05-03-2013	L'ultimo libro di Joseph Stiglitz affronta i danni provocati dalla disuguaglianza	55	Cultura

30	06-03-2013	Maglioni, zainetti e sneakers il new-look dei grillini	6	Politica-Interna
31	06-03-2013	Delitto Scazzi: "Esgastolo a Sabrina e Cosima"	20	Cronaca
32	06-03-2013	"Il reddito non basta per due famiglie su tre"	26	Economia
33	07-03-2013	Stipendio alla Turco? Prima gli esodati"	9	Politica-Interna
34	07-03-2013	"Governo di personalità per cambiare l'Italia via i marpioni dei partiti"	11	Politica-Interna
35	07-03-2013	"Ho seguito Grillo però oggi mi mette a disagio"	50	Spettacoli-TV
36	07-03-2013	Il método del ricatto	Portada	Portada
37	08-03-2013	Nastri, ricatti e buste di soldi da Unipol alle Olgettine ecco il "método Berlusconi"	4	Politica-Interna
38	08-03-2013	Draghi: in Italia riforme con il pilota automatico	17	Economia
39	08-03-2013	Scampia, palestra anticamorra a rischio troppi debiti per il maestro Maddaloni	27	Cronaca
40	08-03-2013	Il cielo dell'8 marzo è sempre più rosa	Portada	Portada
41	08-03-2013	Il cielo è sempre più rosa	42	Prima
42	08-03-2013	"Chiesa e potere temporale: la storia non cambia"	54	Spettacoli-TV
43	09-03-2013	Cairo: "La 7 può andaré in pareggio puntando su informazione e donne"	27	Mondo
44	10-03-2013	Un neo senatore "Mi ridurrò lo stipendio"	7	Politica-Interna
45	10-03-2013	Strage al mercato per tre bombole Terroro in Emilia Polemica-sicurezza	Portada	Portada
46	10-03-2013	Esplode furgone-rosticceria tre donne arse vive al mercato "Sembrava un'autobomba"	18	Cronaca
47	10-03-2013	Strasburgo sfida il porno. Ed è rivolta online	22	Mondo
48	11-03-2013	Grillo: mai con il Pd o mollo tutto	Portada	Portada
49	11-03-2013	"Se votate la fiducia mi ritiro" Grillo blocca il patto con il Pd salta la marcia verso il Palazzo	2	Politica-Interna
50	11-03-2013	Alla ricerca della base perduta	Portada	Portada
51	11-03-2013	Destra e sinistra perdono il loro popolo M5S come la vecchia Dc: interclassista	9	Politica-Interna
52	11-03-2013	"Fascisti": parà picchiati davanti a discoteca	18	Cronaca
53	12-03-2013	"Matteo farà una nuova Dc, io andrò via"	7	Politica-Interna
54	12-03-2013	Piercing, carrozzine e tanta diffidenza il primo giorno dei marziani a Roma	9	Politica-Interna
55	12-03-2013	Istat: crolla del 5% il potere d'acquisto 7 milioni in difficoltà	Portada	Portada
56	12-03-2013	Crolla del 5 % il potere di acquisto 6,7 milioni di italiano in forte difficoltà	13	Economia
57	12-03-2013	Lauree e diplomi, processo all'Italia "Imparare da tedeschi e norvegesi"	23	Mondo
58	13-03-2013	I grillini: a noi una Camera Prove di dialogo con il Pd	Portada	Portada
59	13-03-2013	Spunta il piano B del governo istituzionale e il Cavaliere vuole rientrare in partita	15	Politica-Interna

60	13-03-2013	Bersani risponde a Celentano "Ecco i sì che offro a Beppe"	Portada	Portada
61	13-03-2013	"Io leader di Montecitorio? Sarebbe impossibile dire di no"	17	Politica-Interna
62	13-03-2013	Start up, la creatività non basta cresciute del 20% le aziende che emigrano all'estero	43	Economia
63	14-03-2013	"Se salta tutto mi candido a premier Pd fermo, andrò a caccia di voti fuori"	24	Politica-Interna
64	14-03-2013	L'ambasciatore Usa elogia il movimento "Modello di cambiamento"	27	Politica-Interna
65	14-03-2013	Quasi due milioni di persone sono in part time involontario	48	Economia
66	15-03-2013	Soldi ai partiti, il coraggio di decidere	Portada	Portada
67	15-03-2013	Renzi riunisce i suoi 50 onorevoli "Non si gioca con le istituzioni"	17	Politica-Interna
68	15-03-2013	Grillo, niente accordi col Pd "Ecco i nostri due candidati meglio un salto nel buio con loro"	18	Politica-Interna
69	15-03-2013	Apre il Parlamento, tablet e face nuove	23	Politica-Interna
70	15-03-2013	Monti scrive ai partner Ue: più flessibilità	34	Economia
71	16-03-2013	L'arrivo dei marziani nell'aula delle nebbie	Portada	Portada
72	16-03-2013	Il primo giorno nel Parlamento delle nebbie marziani e superstiti, tutti senza bussola	4	Politica-Interna
73	16-03-2013	Giacca e cravatta ma con l'apricatole poi tutti in alto ad accerchiare la casta	6	Politica-Interna
74	16-03-2013	La senatrice rinuncia: "Insultata nel Movimento"	7	Politica-Interna
75	16-03-2013	Unicredit fa pulizia di bilancio e torna alla cedola	29	Economia
76	17-03-2013	Il manifestò di Laura Boldrini "La Camera deve diventare la casa della buona politica"	6	Politica-Interna
77	17-03-2013	"Basta con la violenza sulle donne i deputati se ne devono fare carico"	7	Politica-Interna
78	18-03-2013	Shock dopo l'incidente d'auto si butta dal ponte e muore	21	Cronaca
79	19-03-2013	"Io, da blogger a commissario vigilerò sui deputati ingenui"	7	Politica-Interna
80	19-03-2013	La Sardegna rimborsa l'Imu ai meno abbienti	Portada	Portada
81	19-03-2013	Sardegna, rimborso Imu ai meno abbienti "Il Patto di Stabilità non conta più"	22	Economia
82	19-03-2013	Anche un Memo per le medicine	37	Salute
83	20-03-2013	"Con un governo fuori dal sistema potremmo anche non votare contro"	7	Politica-Interna
84	20-03-2013	Il boss e il martirio di Lea "Così bruciai il suo corpo finché rimase solo cenere"	20	Cronaca
85	20-03-2013	Passione ma pochi fondi ecco perché non viviamo in un Paese per scienziati	23	Attualità
86	20-03-2013	"I morosi scappano senza pagare bloccate la portabilità del numero"	25	Economia
87	20-03-2013	L'occasione per crescere	27	Viaggi
88	20-03-2013	Il salotto buono dell'Europa? Adesso è il living dei giovani	30	Viaggi

89	21-03-2013	Onorevoli tra rabbia e rassegnazione "Alla fine arriveremo a paga zero"	7	Politica-Interna
90	21-03-2013	E sui posti chiave via libera dal Pd ai grillini questori e vicepresidenza	11	Politica-Interna
91	21-03-2013	"La sua linea è chiara, mi aspetto sorpresa"	14	Politica-Interna
92	22-03-2013	Un questore un vicepresidente per i grillini	9	Politica-Interna
93	22-03-2013	"Guardiamo negli occhi i bambini di Gaza"	Portada	Portada
94	22-03-2013	"I palestini hanno diritto ad avere un loro Stato" Obama commuove Israele	18	Mondo
95	22-03-2013	"Provate a guardare il mondo con gli occhi dei bimbi di Gaza Aiutateci a realizzare la pace"	19	Mondo
96	22-03-2013	La Rivoluzione delle startup Ora la rete fa guadagnare	47	R2 L'Inchiesta
97	23-03-2013	"Picchiò studente, processatelo" agente tradito da video sul web	25	Cronaca
98	23-03-2013	Italiani i più longevi in Europa ma gli inglesi non ci stanno "Fumate e bevete, inspiegabile"	27	Attualità
99	23-03-2013	Né Guerra né pace il mimetico è solo stile	42	RClub
100	23-03-2013	Ska-P, ritmi ribelli "Altro che il calcio siamo spagnoli in lotta"	61	Spettacoli-TV
101	24-03-2013	Bocciata la riforma Fornero dal 65% delle piccole imprese niente lavori fissi, crollano i precari	13	Economia
102	24-03-2013	"Sei diabético, niente lavoro"	20	Cronaca
103	24-03-2013	I cervelli in fuga raccontano sulla webradio le loro storie	45	R2Cultura
104	24-03-2013	Dieci anni per la scienza giusta	56	Le Guide
105	25-03-2013	"Cari giovani, non fatevi rubare la speranza"	17	Politica-Interna
106	25-03-2013	Mez, l'ultimo verdetto e Amanda rinvia il suo libro "Sono ansiosissima"	19	Attualità
107	25-03-2013	Il mio nuoto libero	32	Sport
108	25-03-2013	Il miracolo di Lina una voce araba conquista Israele	38	Mondo
109	26-03-2013	Ruby, processo congelato per un mese	6	Politica-Interna
110	27-03-2013	"Basta yesmen, serve una svolta il Pdl dia spazio a giovani e donne"	9	Politica-Interna
111	27-03-2013	"Bersani rifiuti gli accordi sottobanco e sulle riforme stop al presidenzialismo"	15	Politica-Interna
112	27-03-2013	Meredith, processo da rifare. Lo shock di Amanda: ora ho paura	Portada	Portada
113	27-03-2013	Caso Meredith, il giallo infinito la Cassazione annulla le assoluzioni per Sollecito e Knox tutto da rifare	18	Cronaca
114	27-03-2013	Voci su Raffaele all'estero Ma il padre: "Falso, è a Verona"	19	Cronaca
115	27-03-2013	Nuovo omicidio a Perugia, giovane ucciso in casa	24	Cronaca
116	27-03-2013	Filippo Scicchitano "Largo ai giovani ma a quelli onesti"	55	Spettacoli-TV

117	28-03-2013	La crisi italiana spaventa le Borse lo spread a 350	Portada	Portada
118	28-03-2013	Crollano ancora consumi e fatturato la recessione italiana è senza fine	13	Politica-Interna
119	28-03-2013	Quel Papa che lava i piedi a una ragazza in carcere	Portada	Portada
120	28-03-2013	Lavanda dei piedi a una ragazza detenuta oggi l'ultimo strappo di Papa Francesco	20	Politica-Interna
121	28-03-2013	L'ultima offesa a Aldrovandi, i poliziotti in strada contro la madre	Portada	Portada12
122	28-03-2013	L'ultimo affronto ad Aldrovandi sit-in di poliziotti contro la mamma l'applauso del Senato: tutti con lei	21	Cronaca
123	28-03-2013	L'arte perduta di illuminarci attraverso i libri	47	R2Cultura
124	29-03-2013	Aldrovandi, i poliziotti sfidano il ministro	Portada	Portada
125	29-03-2013	Aldrovandi, gli agenti contro la Cancellieri la replica: "Le mele marce pagheranno"	18	Cronaca
126	29-03-2013	Ho sopportato troppo dai poliziotti-avvolti che continuano a uccidere il mio Federico"	19	Cronaca
127	29-03-2013	Giallo di Perugia, indagati l'ex di Julia e il padre	20	Cronaca
128	29-03-2013	Quell'inchino del Papa in carcere per lavare i piedi alla ragazza islamica	Portada	Portada
129	29-03-2013	"Basta narcisismo nella Chiesa" ecco l'appunto di Bergoglio che ha deciso il Conclave	21	Cronaca
130	29-03-2013	Il porno fatto in casa dà lavoro a 10mila italiani	Portada	Portada
131	29-03-2013	L'era del porno fai-da-te così diecimil italiani fanno sesso (e soldi) in rete	22	Cronaca
132	29-03-2013	Se la tecnologia ci rende ingnoranti	32	R2Cronaca
133	29-03-2013	Arbore: la mia tv è jazz oggi non s'improvvisa più	46	Spettacoli-TV
134	30-03-2013	Consumi al palo, il prezzi vanno giù	13	Economia
135	31-03-2013	Renzi conquista i giovani di "Amici" "Guai ai politici affossatori di talenti"	11	Politica-Interna
136	31-03-2013	La Merkel a Ischia per una Pasqua di relax Caldoro: "Benvenuta, ma si guardi attorno"	13	Politica-Interna
137	31-03-2013	"Poliziotti mai pentiti per la tragedia di Aldrovandi rimangono in carcere"	Portada	Portada
138	31-03-2013	"Quegli agenti restino in cella non si sono ancora pentiti per la morte di Aldrovandi"	18	Cronaca
139	31-03-2013	Casa, spesa insostenibile per 3 milioni di italiani	24	Economia

Al Massae

	FECHA	TITULAR	LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
--	-------	---------	--------------	---------

1	01-03-2013	الفوضى إلى طريق قُرب ال.خ دوووصف ع آل حنيفة قويل Besar los zapatos y dar bofetadas...el camino más cerca al caos	1 pdf	Portada
2	02-03-2013	«التاريخي ص » غي اسب سبب الل ف م هددق لألك وم س اعدا ت Las ayudas de Onfoco se ven amenazadas por falta de "licencia"	1 pdf	Portada
3	04-03-2013	ردة ل ى نوس عى ا قى ضاء عم ل ف ي ت ت خ ل ل عد ل وزارة خ طيرة ح ق ق وية El Ministerio de Justicia interviene en el poder judicial... conllevaría una violación grave de los derechos	1 pdf	Portada
4	04-03-2013	ل ل غب ا و ي ع ل ه الأ من أ ح ل ا ط ب ن ي ا ت .ال ق ر ب ش ر طة م ر ا ك ز Comisarías de Al Korb...edificios vaciados por la policía y ocupados por extraños	6 pdf	Reportajes
5	05-03-2013	اسب س ت ق ي م ه ر ج ا ن Festival en Sbata	7 pdf	Sociedad
6	06-03-2013	ب ا ل ج ي دة م و ا ط ن ي ن س ي ا ر ا ت ي ح ط م ه ا ج ش ا ب Un joven furioso destruye coches de ciudadanos en El Jadida	2 pdf	Noticias
7	07-03-2013	ر ق ع ق ت س ا ع ع م ب ي ل ت الم ل ك و ل ي ل ن ط ا ب ي ق ف ا ل ر ي د ال ص ج ا ج ا ت Detienen al subsecretario del Rey en Midelt a causa de la subida de las protestas	1 pdf	Portada
8	07-03-2013	ال م ص ا قة ع لى ش ر و ع م و س و م ل ل م ر سة ا ل و ط ن ي ق ل ص حة Aprobación del proyecto de decreto de la Escuela Nacional para la Salud	10 pdf	Sociedad
9	08-03-2013	ب ع ي ن ه م ا و م ا و ق ل ق ر اء ا ل غ ي اء Ricos y pobres...lo que hay entre ellos	1 pdf	Portada
10	09-03-2013	م ج و ل و ن ي ح ر ق و ن م ل ق ت ب ه ي س ج م ا ع ق ا ل ش ا و ن Desconocidos queman el despacho del presidente del grupo en Chaoun	1 pdf	Portada
11	09/10-03-2013	ل ل ن ز و ل م س ت ع د و ن و ن ح ن ا ل ح ك و م ل م س ق ا ط ت ي د ج ه ا ت ب و ا ن و ل م و ا ج ق ه ل ش ا ر ع ل ي Boano: algunos quieren derrocar al gobierno y nosotros estamos dispuestos a salir a la calle para enfrentarlos	1 pdf	Portada
12	11-03-2013	و و ا ل ش ر و ق ل س ل طة م ح ك ر ي ا م ا م ع ا ج زة ا ل ح ك و مة ا ل م ر و ل ي «الفورم ا ط ا ج م خ و ا ل م خ ز ن » Marawani: el gobierno se siente incapaz para enfrentar los monopolizadores del poder y de la riqueza	Portada	Portada
13	11-03-2013	و و ا ل ش ر و ق ل س ل طة م ح ك ر ي ا م ا م ع ا ج زة ا ل ح ك و مة ا ل م ر و ل ي «الفورم ا ط ا ج م خ و ا ل م خ ز ن » Marawani: el gobierno se siente incapaz para enfrentar los monopolizadores del poder y de la riqueza	2 pdf	Noticias
14	13-03-2013	ا ض ا ج ا ت ق ب ي ل م س ا ع د ا ق و ا ت م ن و ع ا ص ر د ر ل ي ي ن ا ص ر ي دة ا ل ص ف ر ا ل ج ر ف م ن ط ق ا ق س ر ك ا ن Se han lesionado gendarmes y miembros de las fuerzas ayudantes en las protestas de los habitantes de Gorf Lasfar	2 pdf	Noticias
15	14-03-2013	ه ذ ا ل م خ ر	15 pdf	Accidentes

		Esta noticia		
16	15-03-2013	جرا دقبض واحي وشنو هة عاري قشيدة شجة على العشور Encontraron al cadáver de una joven desuanda y desfigurada en las afueras de Yerada	1 pdf	Portada
17	15-03-2013	ب الفيض اعشيل على قتل الماعس خان Un calentador de agua mata a un joven en Casablanca	10 pdf	Sociedad
18	15-03-2013	«بلين هة اقتل جريمه نبيل حقي وقت طلب باسرة Una familia pide la investigación en el “caso del asesinato de su hijo”	10 pdf	Sociedad
19	15-03-2013	لهذه الاسباب خرج الف المحتجين الى شوارع زليو Por estas razones, miles de manifestantes salieron a las calles de Zaio	Portada	Portada
20	15-03-2013	العضلات وحل الشباش غلف صربيل جاد لطلبوا لشركة «تجاوزات» من واحد القصص اية ال بضم اعية Pidieron la creación de puestos de empleo para los jóvenes y la solución de los problemas sociales y económicos y reducir de los “excesos” de la policía	6 pdf	Reportajes
21	16-03-2013	الجا منة وال ببت حطلم فبريلر 20 El 20 de febrero no destruyó las plantillas preparadas	Portada	Portada
22	16-03-2013	الجا منة وال ببت حطلم فبريلر 20 El 20 de febrero no destruyó las plantillas preparadas	20 pdf	Entrevistas
23	16-03-2013	للشري التنيية هوش فسي 130 ال الم تبتي ضل الم غرب Marruecos ocupa el puesto 130 en el Índice de Desarrollo Humano	1 pdf	Portada
24	18-03-2013	تأغرامت... جماعة حكمت علي هة القم ال بموت وال خراب “Taghramat”... grupo gobernado por la muerte y la ruina	Portada	Portada
25	18-03-2013	تأغرامت... جماعة حكمت علي هة القم ال بموت وال خراب “Taghramat”... grupo gobernado por la muerte y la ruina	6 pdf	Reportajes
26	18-03-2013	حول لطلوي ولدول يليل متمر الم غرب دعوي وكفيل وليف بفلي تي التنيية Bolivia confirma el apoyo de Marruecos para la Conferencia Internacional de Tokio sobre el Desarrollo en África	7 pdf	Economia
27	19-03-2013	طنج قس جن قرب طر عن اش ابمقتل La muerte de un joven apuñalado cerca de la prisión de Tánger	2 pdf	Noticias
28	19-03-2013	«مقاولتي» شباب من 1800 حقف يال بني إل كراه La coerción física para 1800 de los jóvenes de «Moukawalati»	2 pdf	Noticias
29	19-03-2013	اسبيل تي التنيية مخرج ان اختتام Cierre del festival de desarrollo en Sbata	7 pdf	Sociedad
30	19-03-2013	للمسح في تكتك هوية دورة Sesión informativa para los paramédicos	7 pdf	Sociedad
31	19-03-2013	الش يحيي فال جمعات دروس لطلاق Comienzo de impartir clases en universidades públicas	7 pdf	Sociedad

32	21-03-2013	المحل على ش أن تدي في لثب اب مش اركه حول لقاء Reunión acerca de la participación de los jóvenes en la gestión de los asuntos locales	10 pdf	Sociedad
33	21-03-2013	التقني في ال مرأة دور حول ندوة Simposio sobre el papel de la mujer en el desarrollo	10 pdf	Sociedad
34	22-03-2013	قدي مع لئطو ارفي خط مطب ية ص ح في دخل ش اب ه امة بجة في ه ا في خرج Un hombre joven entra vivo en una clínica médica privada en Tetuán y sale un cadáver	2 pdf	Noticias
35	22-03-2013	عبد الحميد امين الى وزير امني ال ح مي بعد Abdelhamid Amine al Ministro del Interior: matones amenazan mi vida	7 pdf	Especial?
36	25-03-2013	مومن سيدي «الغني ثقيلة» حول لقاء Una reunión sobre la "cultura científica" en Sidi Moumen	10 pdf	Sociedad
37	25-03-2013	در عي مديو حل مي «المرين طوان يفتتح اللين بعد ال ص بي فال ثور لثب اب لك يم Benabdellah inaugura el festival de «Cine de Tetuán » y Ahmed Helmy recibe escudo honorífico para los jóvenes de la revolución egipcia	21 pdf	Artes y media
38	26-03-2013	فاسف ييم لثب مش اب بت عني ب «بمس لطة رجل بك هام Acusan a un hombre de autoridad para "torturar" a un joven en su oficina en Fez	1 pdf	Portada
39	26-03-2013	رجل سل طية حت جز ش بلطي م لثب بمضوا ح فاس و يوق ه ص ص ا من لك عني ب Acusan a un hombre de autoridad para "torturar" a un joven en su oficina a las afueras de Fez	2 pdf	Noticias
40	26-03-2013	إل س لاهي زب بي ل طي ج لي ص عبال عل م ليين قاسام División de los laicos dificulta encontrar una alternativa a los islamistas	18 pdf	Entrevistas
41	27-03-2013	عجري ع لاي انفي اليض اء في سل بلوي ون « "Facebook" en Casa Blanca para obras de caridad	6 pdf	Sociedad
42	27-03-2013	الثقيلة ووزار ال لقا ام جت ر في ي يتص ال ج بطية ه هي هل الم غرية؟ ¿Es el comienzo de la reconciliación entre los profesionales del libro y el Ministerio de Cultura de Marruecos?	7 pdf	Cultura
43	28-03-2013	نمش في ومعدات أدبي قتي تاجر ش لي في فض ح مواطن لل قري طرة عمومي Ciudadano expone la red de comercio de medicinas y equipamiento de hospitales públicos en Kenitra	2 pdf	Noticias
44	28-03-2013	اليض اء ال دارفي ال من اج لثب اب أم امتس و لس وية عملات Familias sirias pide limosna en las puertas de la mezquitas de Casablanca	5 pdf	Sociedad
45	29-03-2013	أل ح دات مجت من غني ك لنت ال لمضي شن وات خشر ال عني القطاج مجت من متواضع لواقف ه Cultura	20 pdf	Cultura

		Laabi: los últimos diez años han sido ricos en eventos, pero modestos en cuanto a los resultados		
--	--	--	--	--

As Sabah

	FECHA	TITULAR	LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
1	01-03-2013	الحكومة تتغش في التحاين للشريعي El Gobierno "hace trampas" en el examen legislativo	1 pdf	Portada
2	01-03-2013	تتبرخيصل لكليات لخصلة دون اشتراط قدماء هالى جامعات Licencias para universidades privadas sin la obligación de afiliarse a grupos	5 pdf	Sociedad
3	01-03-2013	يعطى ادل بدوي قال عن بعض الامرارح ودورال شباب تعي شيفير اغقتلوف في غبة عن محي طها Abdul Qadir al-Badawi dijo que algunos teatros y el papel de los jóvenes viven en un vacío y lejos de su entorno	10 pdf	Cultura
4	01-03-2013	تتبرير مقيتلم عهفلقن الم سرحي والتشري طلق وقلي Una medida temporal para el Instituto de Arte dramático y motivación cultural	10 pdf	Cultura
5	01-03-2013	شاح بققت لطفلى قبل نزل اي مان Camión mata a una niña en Ibn Solayman	11 pdf	Accidentes (sucesos)
6	01-03-2013	محكمه نتمه قتل خ ادم قبل فاس Juzgan a un acusado por matar a una criada	12 pdf	Accidentes (sucesos)
7	01-03-2013	لتحق ال التهم المثل يفي جريم قتل بمرالكش Detención del segundo sospechoso en un asesinato en Marrakech	14 pdf	Accidentes (sucesos)
8	01-03-2013	بن زيمه مهندب السرحن 6 أشهر Benzema puede pasar 6 meses de prisión	19 pdf	Deporte
9	02/03-03-2013	ض غوج على ببوليس اويول بق فم فل صرتها مع الم غرب Presionan al Polisario para que acabe sus negociaciones con Marruecos	3 pdf	Nacional
10	02/03-03-2013	شباب وشيوخ ض حل البحث عن لثرو قين حفلة ل لجاد Jóvenes y ancianos víctimas de la búsqueda del tesoro entre los Cascos de los Caballos	7 pdf	archivos
11	02/03-03-2013	بن عبد الله: قوننا هنى في استعادة قولي عي واس فية Benabdallah: hemos logrado nuestro objetivo de recuperar el escaño de la Yusufiya	17 pdf	Parlamento
12	04-03-2013	تتبرين صور ظليل لمان ري نقت عيل مدينة ليلوك Mejorar la imagen del Parlamento depende la activación del Código de Conducta	9 pdf	Archivos
13	05-03-2013	تضى النلدغ من ال جرح مديين Para no caerse en lo mismo dos veces	6 pdf	Internacional
14	06-03-2013	أوزين يطل على مش اي عن مهي قبل فيم Ouzine visita los proyectos de desarrollo en Guelmim	7 pdf	Reportajes
15	06-03-2013	لكسيير زج اسي رات ببل نزل اي مان Rompen cristales de coches en Ibn Solayman	13 pdf	Accidentes (sucesos)
16	07-03-2013	مخدرات وخ موي قاع ل لالع اب بمرالكش 13 pdf	13 pdf	Accidentes (sucesos)

		Drogas y alcohol en una sala de juegos en Marrakech		
17	07-03-2013	إصيبة 30 ألف مغربيالسيديا حتى أواخر 2012 Hasta finales de 2012, 30 mil marroquis padecen Sida	2 pdf	Nacional
18	08-03-2013	سواء مقاوم انتوف عن رفاقت حوير Las mujeres revolucionarias levantaron la bandera de la liberación	Portada	Portada
19	08-03-2013	سواء مقاوم انتوف عن رفاقت حوير Las mujeres revolucionarias levantaron la bandera de la liberación	5 pdf	Especial
20	09/10-03-2013	طفال الشوارع عائدون Niños de la calle que regresan	Portada	Portada
21	09/10-03-2013	بطلع عانت الوروو اللدة والبطون لتفخ قشوار عباس Las floristas, el placer y los vientres hinchados por las calles de Fez	6 pdf	Archivos
22	11-03-2013	نأصر الازيديون على نون ميلادال حركة التصحيحية Partidarios de Zaidi afirman el nacimiento del movimiento correctivo	3 pdf	Nacional
23	11-03-2013	يلق افغراد عصبية لا تقطف الاسباطحة Detienen a miembros de una banda que secuestra mujeres en Tánger	12 pdf	Accidentes (sucesos)
24	11-03-2013	مقتل بظا هين بصر دور اللفظي مأسا قورس عيد Mueren manifestantes tras el veredicto emitido de la tragedia de Port Said	6 pdf	Internacional
25	12-03-2013	"هارلم شاك" ... للرقص ولت عري للاحتجاج "Harlem Shack"... bailar y desnudarse para protestar	7 pdf	Especial
26	13-03-2013	الباطرونات طلب القبيل اتبقي اليصل حال عام على التاجاذب لبياسي Alebatrona exige a los sindicatos para proporcionar el bien público en la polarización política	3 pdf	Nacional
27	14-03-2013	ألغلي اليبية حاضر في اليبتوار المغمي Presencia de canciones religiosas en repertorio marroquí	Portada	Portada
28	14-03-2013	ألغلي اليبية حاضر في اليبتوار المغمي Presencia de canciones religiosas en repertorio marroquí	8 pdf	Archivos
29	14-03-2013	طربون شب ابلي م عون صور مبلغا غناء اليبني Jóvenes cantantes brillan con cantos religiosos	Portada	Portada
30	14-03-2013	ماهر زين رطاد "الهوبالسلامي" Maher Zain líder del "pop islámico"	9 pdf	Archivos
31	15-03-2013	والي سعد الله.. عصريان جماعة ضد دالت هيش Moulay Abdellah ... desobediencia del grupo contra la marginación	Portada	Portada
32	15-03-2013	والي سعد الله.. عصريان جماعة ضد دالت هيش Moulay Abdellah ... desobediencia del grupo contra la marginación	5 pdf	Reportajes
33	18-03-2013	يقطف عش ريك الم شارا لني نفي وقطبان دة شوارسوي 2 pdf	2 pdf	Nacional

		Detienen a decenas de participantes en una marcha para apoyar a los rebeldes sirios		
34	18-03-2013	التحف الياومي ومال عمل لويل فينزل كلفوي La celebración del Día Internacional de la Francofonía	10 pdf	Cultura
35	18-03-2013	نت حار ش ابنت عرض ال عباداء نسي يبط حة El suicidio de un joven sometido a asalto sexual en Tánger	12 pdf	Accidentes (sucesos)
36	19-03-2013	ال خروطم بت حاكم ضبط اطا اس لاهي نبت مة الت أمر Jartum juzga a soldados islamistas por conspiración	6 pdf	Internacional
37	20-03-2013	الم غرب ي ضلع إلى 300 ألف فرصة عمل سنويا Marruecos necesita 300 mil puestos de trabajo al año	4 pdf	Economía
38	20-03-2013	تكوين Creación	5 pdf	Sociedad
39	21-03-2013	مقتل شاب أو ال دضري سيني ملال Matan a un niño en Awlad Darid en Beni Mellal	11 pdf	Accidentes (sucesos)
40	21-03-2013	سارقون فطيل لطل كة ال حبيبة أمام جزيل انتفاس Robaron las placas de los ferrocarriles delante de la policía en Fez	13 pdf	Accidentes (sucesos)
41	22-03-2013	إطلاق الدورة ال ريلعة من مسابق قتش جميع إحداث العق وال ت Inician la cuarta sesión del concurso para animar a los contratistas	4 pdf	Economía
42	22-03-2013	عمار قتيق اوض ل جل بصرنا عيين و ليهي ن في ق طاعي لسيارات و لاطيران Omara: negociamos para atraer a los industriales internacionales en los sectores de la automoción y aeroespacial	4 pdf	Economía
43	23/24-03-2013	تورطم سن ال ملي وشيلين بك ايفي الش ذوال خصي Involucración de un anciano alemán y 2 jóvenes en un acto de homosexualidad	1 pdf	Portada
44	25-03-2013	شبكة جمعيبة جي دق عم الة م قاطعة عي ال شق Nueva red asociativa de trabajo en la ciudad de Ain Alshak	5 pdf	Sociedad
45	26-03-2013	احتج ازنفيات و لغصبلهن و "كراؤ من" بمرالكش Detención y violación de chicas en Marrakech	1 pdf	Portada
46	26-03-2013	لل الكوري: الم غرب ليهي س مدرس قلة حاقية Albakouri: Marruecos no es una escuela para el afeitado	3 pdf	Nacional
47	26-03-2013	شباط: الم غرب بحاج الة إلى 150 ألف فرص عمل Febrero: Marruecos necesita 150 mil puestos de trabajo	3 pdf	Nacional
48	26-03-2013	وزير الثقافة يقد ع خطة وطول لقرائة والنشر Ministro de Cultura pone un plan nacional para la lectura y la publicación	10 pdf	Cultura
49	27-03-2013	11 مليار درهم عجز لاخزون من طي قمبر طير ال طضي 11 mil millones dirhams de déficit a finales del pasado febrero	4 pdf	Economía

50	27-03-2013	En Marrakech discuten "el espíritu de la iniciativa empresarial entre los jóvenes de las zonas rurales"	4 pdf	Economía
51	27-03-2013	Los partidos Progreso y el Socialismo preparan un memorando sobre el Consejo Consultivo de la familia e infancia	5 pdf	Sociedad
52	28-03-2013	"كول سنتر"... ال جنس على الهاتف و الإنترنت "Call center"... sexo por teléfono e Internet	16 pdf	Reportajes
53	30/31-03-2013	Las regiones del desierto son menos pobres y la tasas de analfabetismo es más baja	3 pdf	Nacional
54	30/31-03-2013	Se prevé un déficit del 7% en la balanza de los pagos	4 pdf	Economía
55	30/31-03-2013	Investigan a unos sospechosos de matar a un joven en Bdmanat	13	Accidentes (sucesos)

Al Ahram

	FECHA	TITULAR	LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
1	01-03-2013	Liberación ejemplar	5 pdf	Seguimientos
2	01-03-2013	273 trabajos en Luxor para la campaña de máster y doctorado	11 pdf	Noticias locales
3	01-03-2013	"Empieza a planear tu futuro" programa de empleo juvenil	45 pdf	Anexo. Sociedad
4	01-03-2013	Harlem Shake sacude Youtube	47 pdf	Juventud preparada
5	02-03-2013	Al-Mansura acoge la semana de deporte juvenil	18 pdf	Deportes
6	03-03-2013	Protocolo con los Servicios de Auxilio Católico para formar y emplear a los jóvenes de los tugurios de El Cairo	8 pdf	Noticias locales
7	03-03-2013	Propuesta del proyecto de Arena Negra en Berles con la participación de empresas internacionales y locales	12 pdf	Provincias
8	03-03-2013	Incorporación de 1000 graduados al mercado laboral de Sohag	12 pdf	Provincias

9	03-03-2013	مصر عطالب من لاطبؤالس ادسب عدضبطه مع عشيقتة Un estudiante muere tras caer de un sexto piso después de ser descubierto con su novia	28 pdf	Sucesos
10	03-03-2013	..وطلاب قتل صديق ه وغرق أخرفي النيل Un estudiante mata a un amigo suyo y ahoga a otro en el Nilo	28 pdf	Sucesos
11	04-03-2013	أسبابتأخرالنجاب Los motivos del retraso en la edad de maternidad	20 pdf	Radio y televisión
12	04-03-2013	أولياء أمورالطلايشكوكوفي من ح درجات لافلن العياضي Padres de estudiantes dudan sobre las calificaciones de gimnasia	25 pdf	Jóvenes y educación
13	04-03-2013	التعليمةالعال يوالج امعانتترسلان للشورى رأي ه طي مدي جدويبر امجالتربي العسكرفلطلاب La educación superior y universitaria expresan sus opiniones al Consejo de la Shura sobre la viabilidad de los programas educativos militares para los estudiantes	25 pdf	Jóvenes y educación
14	05-03-2013	لجى لثباب:الرياضفى مصرتدارب طبقه عسوطية El Comité de la Juventud: el deporte en Egipto se administra de forma aleatoria	2 pdf	Política
15	05-03-2013	وزيرالشبابل س ماحي اوللصعيد Ministro de la Juventud: tolerancia, gente del Sur	13 pdf	Informes locales
16	05-03-2013	المطالب تبسحق ومي لتصيربصالورالشبابل Petición de apertura de un museo nacional de fotografía por el Salón de los Jóvenes	24 pdf	Últimas páginas
17	06-03-2013	ضبط إحدىشركاتالتسويق "الهرميالتبلىت على 3 مليون عبي ه منزل شبابل Empresa de comercialización "AlHarami" robó 3 millones de libras de los jóvenes	20 pdf	Accidentes
18	09-03-2013	لتحسين دخول شبابل المزارعين بيدقنيذ بمادة للميزال في ال مطور Para mejorar el ingreso de los jóvenes agricultores: se inició la iniciativa de casas rurales modernas	15 pdf	Economía
19	11-03-2013	مصر عشا ابفى من اجر فالس لنقديفة Muerte de un joven en una pelea en Alejandría	21 pdf	Accidentes
20	13-03-2013	جبهه لاضهير تخصص متمردها الأول لتمكينالشبابل El partido "Gbha Aldamir" dedica su primera conferencia para los jóvenes	5 pdf	Informes de Política
21	14-03-2013	مصر و 22 دولي دعمون شبابل المبتكرين Egipto junto con 22 países apoyan "Jóvenes inventores"	32 pdf	Contraportada
22	15-03-2013	مرسيفنتت لمرحل ثلثة ل شهر وعسك ان لثباب بس وهاج 38 pdf	38 pdf	Provincias

		Morsi inaugura la tercera fase del proyecto de Vivienda Joven en Sohag		
23	16-03-2013	مخبر اتل ثب اببال م خذ ططات La experiencia de los jóvenes de las provincias	28 pdf	Contraportada
24	18-03-2013	5 برامج ليش جي عثب ابلب اغي نفي ال طق ةوال غداء والصحة لفضاعوال فنولوجيا 5 programas para incitar a los jóvenes investigadores en energía, alimentación, salud, espacio y tecnología	19 pdf	Jóvenes y educación
25	20-03-2013	شباب مغاب ه عطين ي صجون حفاة الألق داموي حرقون دمي صجسد وزراء من لحكومة Jóvenes marroquíes desempleados protestan descalzos quemando muñecas que representan los ministros del gobierno	6 pdf	Noticias de países árabes
26	21-03-2013	الروي س ينيق ونيص ع ونيق خبلل ش اببل ل من بي ال El Presidente felicita a la selección por llegar al Mundial	14 pdf	Deporte
27	22-03-2013	تنقي ة م هار اتل ش ابلب ت واصل مع آل خرين Desarrollar las habilidades de los jóvenes para conectar con los demás	45 pdf	Contraportada
28	24-03-2013	شباب ابلب يتوب ال م خذ ططات فيضون اسبق الة عيسى Los jóvenes de "Aldostur" de las provincias rechazan la dimisión de Eisa	5 pdf	Informes de Política
29	25-03-2013	حمل ةلن ظلة 3 احي اعبللا غرق فيق بمشارك ة 600 شاب Una campaña para limpiar 3 barrios de Hurgada con la participación de 600 jóvenes	9 pdf	Provincias
30	26-03-2013	مقتل شاب واصريبة 5 آخري في ش اجرة فال سل حفي عجن شمس Joven muerto y 5 heridos en una pelea con armas en Ain Shams	22 pdf	Crímenes/accidentes
31	26-03-2013	16 برنام و خذ ططات و خذ ططات ش اببال و يفض في الدورة لاجيدة 16 programas para un nuevo curso en el ministerio de Juventud y Deporte	18 pdf	Radio y Televisión
32	28-03-2013	في لفة 750 ألف جي ه بتدي ب 500 شاب فتاة لإلحق هبال عمل في لسان 750 miles de libras para formar a 500 jóvenes para trabajar en Aswan	9 pdf	Provincias
33	29-03-2013	سفيرة الأمي لبي ةل ش ببل الم صري لبي هلكار خباقة La Embajadora de EE.UU: los jóvenes egipcios tienen ideas creativas	40 pdf	Anexo: Chabab Café (Café de la juventud)
34	30-03-2013	مراكز ل ش اببت ع لى من ال م ال Los centros juveniles sufren de negligencia	18 pdf	Deporte
35	30-03-2013	إمام ل سجد: شباب ال مة آلن «مضطوع» فقواد ال م ال ب 3 pdf	3 pdf	Política

		Imam de una mezquita: los jóvenes del pueblo están “perdidos” por carecer de los padres		
36	31-03-2013	En un informe al Observatorio de los Medios de Comunicación: los canales privados desinforman bajo el nombre de la Revolución	22 pdf	Sociedad
37	31-03-2013	Salafistas atacan a sufíes en la conferencia de “Om El Moemenin” (La madre de los creyentes)	3 pdf	Política

Al Dostur

	FECHA	TITULAR	LOCALIZACIÓN	SECCIÓN
1	01-03-2013	Una manifestación delante del hospital Al Amiri de Port Said para pedir la verdad del incidente del manifestante torturado	2 pdf	Reportajes y noticias
2	01-03-2013	Hoy... el pueblo pide la protección de las Fuerzas Armadas de los Hermanos Musulmanes	3 pdf	Reportajes y noticias
3	01-03-2013	Intentos presidenciales para que la Iglesia forme parte del dialogo nacional... Fuentes dicen que “El Papa rechaza participar en este dialogo”	4 pdf	Reportajes y noticias
4	01-03-2013	Violentos enfrentamientos en Dakahlia y el fracaso del intento de asaltar la comisaría de El Mahala El Kobra	5 pdf	Investigaciones
5	01-03-2013	Los expertos: Egipto tiene oro, uranio y fosfato ... y el gobierno de Qandil es el último en saberlo	9 pdf	Archivos
6	01-03-2013	Sufrimos una grave escasez de trigo... y el pan es la crisis en cada hogar	9 pdf	Archivos
7	03-03-2013	Los manifestantes de Damanhur cortan las carreteras principales en Al Bahira	5 pdf	Reportajes y noticias

8	03-03-2013	الفتاة التي فقدت عقلها La chica... que perdió el norte	12 pdf	Gente
9	04-03-2013	قيادي الحري في العدالة يدين أربيتش ركة كهباء لجس Líder en "Libertad y Justicia" da a sus parientes un trabajo en la empresa eléctrica Etsa	2 pdf	Reportajes y noticias
10	04-03-2013	الغضب يمتد في المدن Aumenta la ira en las ciudades	4 pdf	Reportajes y noticias
11	04-03-2013	مسيرتي في الشارقة في تضامن مع ثوار القوي قتل بأسقاط حلفاء المرشد Marcha en Sharqia en solidaridad con los revolucionarios de Dakahlia que piden la caída del actual gobierno	5 pdf	investigación
12	05-03-2013	القوى الثورية تدين طاعن التضامن مع مظاهرات بورسعيد و المنصورة Fuerzas revolucionarias en Damietta declara su solidaridad con los revolucionarios de Port Said y El Mansurá	p.5 pdf	Reportajes y noticias
13	06-03-2013	ثوار السويس يمتدحرون أمام منزل شفيق وفير الداخلي Rebeldes del Suez protestan delante de la casa de Shafiq, ministro de Interior	5 pdf	Reportajes y noticias
14	06-03-2013	اضحاجية الفانال-6 بليل" أم قيس مشرطة دمهور.. و"مشغبون" تحرق محال الإخوان بل مينة Protesta con los ataúdes del "6 de abril" delante de la policia de Damanhur... y "rebeldes" queman las tiendas de los hermanos musulmanes en la ciudad	5 pdf	Reportajes y noticias
15	06-03-2013	مظاهرات عارضة في بورسعيد تشرطه على "كوريكتور" .. و الأمي لقتل قاض على الشرط Manifestantes queman un coche de policía en el "Puente de Octubre" ... y la seguridad detiene a decenas de personas	5 pdf	Reportajes y noticias
16	06-03-2013	"جوني ميا" شرارة ثورة مطروح الجديدة بعد أن خذلها الرئيس "Me han convertido en contrabandista" el nuevo eslogan de la revolución de Matrouh...después de que les falle el Presidente	6 pdf	Seguimientos
17	06-03-2013	لن يرضى ثوار المنصورة في ست خديفي الحرور La seguridad tiran a los manifestantes de el Mansoura gas que se utiliza en las guerras	7 pdf	Entrevistas
18	07-03-2013	اضحاج ألقى في تلك الشوارع قبور سيد: القباب الغضب يمتد في أمن ليبيا 5 pdf	5 pdf	Reportajes y noticias

		Protesta contra los abusos de la policía en Port Said: jóvenes enfadados rodean la Dirección de Seguridad de Minya		
19	08-03-2013	"الفتوى جزي" تتوعد "الخليفة" النقيب المشيخي بالمشيخي "Hooligans" amenaza "el Ministerio de Interior" con vengarse por el mártir de Mahalla	4 pdf	Reportajes y noticias
20	08-03-2013	بورس عييت عيش أجواء الحرب.. ولارصاص لاجي و الخراطوش يحدد أرواح المتظاهرين Port Said vive el ambiente de la guerra ... balas y cartuchos matan a los manifestantes	5 pdf	Reportajes y noticias
21	08-03-2013	إضراب أفراد الأمن للمهينين بحجة نزول مرسى Huelga del personal de seguridad encargado de proteger la casa de Morsi	5 pdf	Reportajes y noticias
22	08-03-2013	ثوار دهن هورين يظنون عرض "إخواننا الذين" الالهالي الطيبون بنزول القوات المسلحة في الشعب Rebeldes Damanhur organizan "hermanos mentirosos" y los habitantes exigen la presencia de las fuerzas armadas para proteger al pueblo	5 pdf	Reportajes y noticias
23	08-03-2013	اضحاج أقوى عدم حضور المتهمين وذيهم للمحاكمة المحكمة Protesta por la no comparecencia de los acusados y sus familiares en la audiencia	5 pdf	Reportajes y noticias
24	10-03-2013	غضب بالقرن ادلال شرطة وبتحاد الكفرة La furia del Club de Ultras quema el club de policía y la Asociación de Fútbol	Portada	Portada
25	10-03-2013	غضب بالقرن ادلال شرطة وبتحاد الكفرة La furia del Club de Ultras quema el club de policía y la Asociación de Fútbol	4 pdf	Reportajes y noticias
26	10-03-2013	الفيوم.. قوات أمن الفيوم تتخفق عن تأمين المنشآت الشرطية السليمانية Fayoum ...fuerzas de seguridad de Fayoum se abstienen de asegurar las instalaciones de policía y turísticas	5 pdf	Reportajes y noticias
27	10-03-2013	دهن هور بظواهرات و اضحاجات في سياسة الإخوان وسوء إدارة البلاد Damanhur .. manifestaciones y protestas contra la política de los Hermanos Musulmanes y la mala gestión del país	5 pdf	Reportajes y noticias
28	10-03-2013	لجي جيلج سو: عاقبت بل مصر في ذة هذا إعلان امتثالنا للقاورة Kim Young-so: nuestra relación con Egipto es fuerte desde la declaración de nuestra independencia en El Cairo	11 pdf	Entrevistas
29	11-03-2013	"داخلي مرسى" يقتل بالخي خلف شرع الله "El Ministerio de Interior de Morsi" mata según la Sharia	6 pdf	Reportajes y noticias

30	11-03-2013	لجن شباب والي لخب الشورى: حرق ال صافي ه فوق افال ش اطل الكروى Comité de la Juventud y Deportes en el Consejo de Shura: el objetivo de el Gabalaya es detener la actividad de fútbol	2 pdf	Reportajes y noticias
31	11-03-2013	بورس عي تدعو ال ستمرار مبراتيقي ال عصريان.. و ه جوب ال موت وف عمل عي س مش رطه ان محل ة Marchas en Port Said insta a una constante desobediencia ... y ataques con el molotov contra una comisaría	3 pdf	Reportajes y noticias
32	11-03-2013	إصربة مينة ل نص وياش ل التام.. وناض مام سوق وياش ل اضراب Parálisis completo de la ciudad de Mansoura ... y se unen a la huelga los conductores del service	4 pdf	Reportajes y noticias
33	11-03-2013	عياش وناك فوضى.. مخطط اخو ل ل فرض لوي شريات Políticos: el caos ... un plan de los hermanos musulmanes para imponer las milicias	4 pdf	Reportajes y noticias
34	11-03-2013	الخوان جماع قاص لية.. "مسي" غير مؤهل سري لري ال لضم حمر Los hermanos musulmanes son un grupo excluyente ... "Morsy" no es políticamente capacitado para gobernar Egipto	9 pdf	Entrevistas
35	11-03-2013	استمرار ال شتباك اتبم عي طك وريش النيل و ل قوات تطاراتي م ح ت حن بي دان "سري مون بوليفار" Continuación de enfrentamientos en el perímetro del Corniche del Nilo y las fuerzas persigue a los manifestantes en la plaza Simón Bolívar	12 pdf	Accidentes y tribunales
36	12-03-2013	"اضحاجي اعمام ال سفار ل ابي ظلقا مرة ل طالبة ال فراج عن التبعي لين الفاظ "Protesta" delante de la embajada de Libia en El Cairo para exigir la liberación de todos los detenidos coptos	3 pdf	Reportajes y noticias
37	12-03-2013	بالصور.. أول مشروع مصري لنظام التصويت إللكتروني Con fotos ..el primer proyecto egipcio de un sistema de votación electrónica	9 pdf	Entrevistas
38	13-3-2013	شابي شعل النار فني فس في وسط ا ل اصمة ال تفسرية Joven se prende fuego en el centro de la capital tunecina	11 pdf	Asuntos exteriores (trad.literal) (Internacional)
39	13-3-2013	شبابا ال شور هي ف ضرتس غير الفار ل لدعي تلت تجلي ل لخوان Revolución juvenil se niega a utilizar de los monumentos para la propaganda electoral de los Hermanos Musulmanes	2 pdf	Reportajes y noticias

40	13-3-2013	ضباط وأفراد الأمن الإسكندرية في عودتهم للتظاهر أمام مديرية الأمن ب"س موحه" Funcionarios y personal de seguridad en Alejandría vuelven a manifestarse frente a la Dirección de Seguridad en "Smouha"	5 pdf	Reportajes y noticias
41	13-3-2013	الديمقراطية هي طوق للنجاة من بيوتن الإخوان La democracia es el salvavidas de las barbaridades de los Hermanos Musulmanes	7 pdf	Entrevistas
42	14-3-2013	النقيب يقتل فيديو هاتح التفتح رش لاجم اعى بي دال الت حير.. وت عرض 5 نلس طات على الطب الشرعي La Fiscalía recibe vídeos de casos de acoso colectivo en la plaza Tahrir ... y examinar a 5 activistas por el médico forense	2 pdf	Reportajes y noticias
43	14-3-2013	حملتوا لبلبل نيس ويت طلب لاجي شتبول يشيون سيناء Campaña de ceder poderes al Sysi pide que el ejército se haga cargo de los asuntos del Sinaí	4	Reportajes y noticias
44	14-03-2013	مصر رستت حلي إلى غلبتت كخفي هالاجم اعات السول حة.. والضبطي فاقض لبلبل فاشل حكومة قنيل Egipto se convertirá en una jungla controlada por grupos armados ... el poder judicial es una prueba del fracaso del gobierno "Kandil"	9 pdf	Entrevistas
45	15-03-2013	الس ليشري ل- "6 بلبل" ابدى اطل جدي في إطار حملة "مشاف عير فوير" Multitud de personas del "06 de abril" en la nueva Damietta en el marco de la campaña "no pagaremos las facturas"	2 pdf	Reportajes y noticias
46	15-03-2013	عل هيس لولية "6 بلبل" اع بر اف اتال م حكوم على هم ال اداف يقضري تم ذبح قورس عيت غي مس ار القضيية Bajo responsabilidad del "06 de abril" ... las confesiones de los condenados a muerte en el caso de la masacre de Port Said cambió el curso del caso	5 pdf	Reportajes y Noticias
47	17-03-2013	الهاع قير لئناش هالستين اوضا ع شوبلن ام عمل م ال وظيفه Vendedores: hemos dejado los títulos y se perdió el futuro en el intento de conseguir un trabajo	6 pdf	Seguimientos
48	18-03-2013	أسماء مفضوظ: ال بعداء على "دوم قضاة على عجين الثورة Asmaa Mahfouz: asaltar a "Doma" es una bofetada a la revolución	5 pdf	Reportajes y noticias
49	18-03-2013	بلاك بلوك" لزنق اقي قيت وعد الإخا ن ب حرق مقرهم El "Black Bloque" del Zagazig amenaza los hermanos de quemar su sede	5 pdf	Reportajes y noticias

50	19-03-2013	بيليس يون: الإرهاب والفوضى والحرب تقتلني بالتزامن مع تصوريحاتقادة الإسلام السياسي" Los políticos: el terrorismo, el caos y los incendios ocurren al mismo tiempo que las declaraciones de los líderes del "Islam político"	8 pdf	Seguiminetos
51	19-03-2013	بالمصور... جرافيتي سخار لتي ادات مافتبإلرشاد أمام مقر جماعة الإخوان بدمهور Con fotos...Graffiti cínico de los líderes de los hermanos frente a la sede de los hermanos musulmanes en Damanhur	16 pdf	Contraportada
52	20-03-2013	لتي عدي على أراضي الفولقي عز الظهر و لمدارس ولشقات متع اللص و صفي غاب الأمن Asaltar las instalaciones y las escuelas del país en pleno luz del día es un semillero para los ladrones por la ausencia de seguridad	8 pdf	Archivos
53	21-03-2013	زواج شاب من أجنبية اليعني ه من الخدمة.. و إطلاق لحيمة غير مسووبه Casar un joven con una extranjera no le exime del servicio ... y no se permite llevarse barba	4 pdf	Reportajes y noticias
54	21-03-2013	الثوار يتهمون الجماعة بقتل طجة اللي اسرية Los rebeldes acusan los hermanos musulmanes de intimidación política	3 pdf	Reportajes y noticias
55	22-03-2013	وزير التخطيط يطمع عضلات أجهتق اعلى فض القرض ال عاجل من القبل دولي Ministro de Planificación: problemas nos obligan a rechazar el préstamo urgente del Fondo Monetario Internacional	2 pdf	Reportajes y noticias
56	22-03-2013	القوى اللي اسرية و ألحزابت فوعش عار يبيرق حكام المرشد دلفي يريه "ردالكرامة" Las fuerzas políticas y los partidos llevan la consigna "¡Abajo el imperio de líder" en la protesta millonaria de "recuperar la dignidad"	5 pdf	Reportajes y noticias
57	24-03-2013	لغلى ضحايا "الهجرة غير الشرعية" مع علس تهور Víctimas desconsolados de la "inmigración ilegal" de la Constitución	12 pdf	Gente
58	24-03-2013	ظهور ميليشيات جماعة الإخوان بالقافيق.. و الشرطة تحمي الإخوان لضرب المتظاهرين El surgimiento de milicias de los Hermanos Musulmanes en Zagazig ... y la policía protege a los hermanos para golpear a los manifestantes	5 pdf	Reportajes y noticias
59	24-03-2013	اشتباكات داهي بين المتظاهرين و ميليشيات الإخوان اليوميوم Enfrentamientos sangrientos entre manifestantes y milicias de los hermanos en Fayoum	5 pdf	Reportajes y noticias

60	25-03-2013	"الجزيئات" تم ضبط و اجزار اعلامى أحمد فصو و 6ش هود آخريفى محكمه وطل بلبل لبل "Crímenes" orden de arresto de Ahmed Mansour y otros 6 testigos en el juicio de Wael Abo AlLeil	2 pdf	Reportajes y noticias
61	25-03-2013	"خري جى ال حقوق والشى عة" يت همون و نير ل عدل بالتلاع ببب متفعل همبب عيانات و هيبة " licenciados en derecho y Sharia" acusan al ministro de Justicia de manipular sus futuros con puestos falsos	3 pdf	Reportajes y noticias
62	25-03-2013	المشارك فى اللت خبات للبرل ملية عيول بشورة و لغص اللبل وطن La participación en las elecciones parlamentarias es una traición a la revolución y violación a la patria	7 pdf	Entrevistas
63	25-03-2013	بورس عي و اللم لمعية والسيس و لا غيبية و الش روية مخظات خارج سري طرة النظام Port Said, Ismailia, Suez, Gharbeya y Sharkeya ciudades fuera del control del sistema	8 pdf	Seguimientos
64	26-03-2013	مير "لمفحة ال الدم ان" بتع اطي الم خدر اتفى مصر وصل لمر لجة ك اريبة Director de la "anti-adicción": el abuso de drogas en Egipto ha llegado a una etapa catastrófica	16 pdf	Contraportada
65	26-03-2013	ميشيات "حاز مون" بتدون على ال اعلاميين و الش رطة أمام "الفتاح ال اعلامى" Milicias "firmes" atacan a los medios de comunicación y la policía frente a "AlEntag Alealamy"	3 pdf	Reportajes y noticias
66	26-03-2013	حركة "6 بلبل" تدعوليوم نخب الشى المصرى فى ذكري تأسيسها Movimiento "06 de abril", hace un llamamiento en su aniversario al día de la ira del pueblo egipcio	4 pdf	Reportajes y noticias
67	26-03-2013	لمظفرون يردون على عرف إلخوان ووال لمظا مر اتل ما وصل مرس لبل حكم Los manifestantes responden a la violencia de los hermanos...sin las manifestaciones Morsi no habría llegado a gobernar el país	8 pdf	Seguimientos
68	27-03-2013	شورة نخب أمام "النائب العام" ضد ضبط و اجزار نشطاء الثورة Revolución de ira contra el "Fiscal General" por el orden de arresto de activistas de la revolución	3 pdf	Reportajes y noticias
69	27-03-2013	دعوات ل لاصح اد أمام "النائب العام" بعد غد اصح اجأ على قرار ضبط و اجزار ان اشطن Las llamadas a concentración delante de la "Fiscal General" el día después para	5 pdf	Reportajes y noticias

		protestar por la decisión de arresto de activistas		
70	27-03-2013	النظام الحالي يحكم للشراف والقبول قضاء والرضاء في التقادم.. ولشعبنا في عيشنا من El sistema actual se rige por la incertidumbre en el poder judicial y el deseo de venganza, y el pueblo paga el precio	7 pdf	Entrevistas
71	28-03-2013	في فبراير 2012 "مجزرة بوسعيد" El 1 de febrero 2012 "masacre de Port Said"	8 pdf	Seguimientos
72	28-03-2013	15 شابا أي حاجمون من عرق قبلي هاء خدمهم بالدق سبب مغلفس فتاة 15 jóvenes atacan policías de tráfico tras acabar su servicio en Dokki por molestar a una chica	12 pdf	Accidentes y tribunales!
73	29-03-2013	اليوم ملي ويمة "اننا نعتددهدشنت لخصر" النظام العام" Hoy...los millones de "A nosotros no nos amenazan" rodea el "Fiscal General"	4 pdf	Reportajes y noticias
74	31-03-2013	الجيوشي عيشح بولانتبات رويل.. وشباب الهدو بيتهمون للبلترو لبلان صرية El ejercito reabre las puertas de "Pertobel"... y los jóvenes beduinos acusan el "AlPetrol" por racismo	2 pdf	Reportajes y noticias
75	31-03-2013	طياتا قو و شوري قت هدهب حصار منزل و فير 78 الداخلية رد ال قضاء العالى 78 coaliciones y fuerzas revolucionarias amenazan rodear la casa del ministro de Interior y la Corte Suprema	3 pdf	Reportajes y Noticias

JORNADA DE MOVILIZACIONES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

La universidad para contra la amenaza de nuevos recortes

Los estudiantes secundan de forma mayoritaria la segunda huelga de este curso

La manifestación de Barcelona termina con cinco detenidos por actos vandálicos

M. JESÚS IBÁÑEZ / ANTONIO BAQUERO
BARCELONA

No había, a priori, argumentos muy distintos a los de otras veces: los recortes, la subida de tasas, la precariedad del profesorado... Pero a diferencia del pasado 11 de octubre, cuando la universidad catalana respondió con bastante frialdad a la primera convocatoria de huelga de este curso, ayer, el seguimiento de la segunda jornada de paro universitario fue claramente mayoritario. Se suspendieron clases en muchos de los campus de las siete universidades públicas y allí donde se impartió docencia, la asistencia de alumnos fue escasa. Hubo marchas y concentraciones ante casi todas las facultades que no aplique más recortes.

La protesta, convocada por el sindicato CGT y secundada por la Plataforma Unitaria de Defensa de la Universitat Pública (PUDUP), no se libró de incidentes y escaramuzas organizados por una minoría, con la quema de algunos contenedores, el lanzamiento de bengalas y la rotura de escaparates, entre ellos el de la sede del Mobile World Centre. El altercado más grave se produjo ante la sede de Unió Democràtica, partido en el que milita el secretario de Universitats de la Generalitat, Antoni Castellà, ya al final de la marcha y cuando quedaban pocos universitarios entre los participantes. Los Mossos d'Esquadra dispersaron la protesta con una carga policial, después de que un grupo de encapuchados lanzara botellas de vidrio y piedras contra el edificio y quemara tres contenedores de basura. La acción se saldó con cinco detenidos.

En Lleida, con 400 manifestantes, y en Tarragona, con otros 150, las protestas no registraron incidentias.

NORMALIDAD, SEGÚN EL GOVERN / Pese a la masiva afluencia de alumnos a las manifestaciones y las aulas visiblemente vacías en muchas facultades, la Generalitat aseguró, en un comunicado, que la actividad académica se desarrolló «con normalidad a ex-



► Cabeza de la manifestación universitaria a su paso por el parque de la Ciutadella de Barcelona, ayer.



► Un contenedor de basuras arde ante la sede de Unió, tras ser incendiado por unos encapuchados.

Ayudas pendientes y becas rebajadas

► Más de un mes después de que expirara el plazo, la Secretaria General d'Universitats guarda silencio sobre la cifra de universitarios catalanes que finalmente se han beneficiado de las llamadas becas de equidad o descuentos en la matrícula tras el aumento del 66% de las tasas impuesto este curso. Universitats insiste en que la subida no ha afectado a la matriculación.

► Mientras, el Ministerio de Educación adjudicó finalmente ayer

las becas de Formación de Profesorado Universitario (FPU) con un presupuesto de 50,3 millones de euros y del que se van a beneficiar 800 candidatos a lo largo de cuatro años. Las ayudas han sufrido un recorte del 15% respecto al año pasado y dejan en la calle a 150 beneficiarios inicialmente aceptados. La resolución, publicada ayer, resuelve la convocatoria publicada el pasado 12 de noviembre, que, a su vez, modificaba otra hecha pública en el BOE cinco meses antes.

cepción de pequeñas afectaciones en algunos campus a primera hora de la mañana». Eso sí, cifró en el 70% el seguimiento de la huelga por parte de los estudiantes, aunque restó peso a la participación de profesores y personal de administración y servicios (que si hubieran secundado el paro habrían tenido un descuento salarial).

Castellà condenó la actuación de quienes colocaron barricadas y formaron piquetes para impedir las clases.

Vea el vídeo de esta noticia con el móvil o en e-periodico.es



INFORME DE LA FUNDACIÓN DE AYUDA CONTRA LA DROGADICCIÓN

Las drogas no asustan a los consumidores jóvenes

► Uno de cada tres cree que el consumo no le perjudica ni le causa ningún problema

► El fracaso escolar y el desempleo agrava el riesgo de caer en la drogodependencia

diantes universitarios. Los últimos son los «precavidos», que representan el 38,4% y realizan un uso habitual del alcohol y el cannabis y son los que tienen un mayor rechazo al riesgo.

EL PERIÓDICO
MADRID

Uno de cada tres jóvenes consumidores de drogas cree que su uso no le perjudica ni que le acarrea ningún tipo de problema. Solo el 28% de los jóvenes aseguran que las drogas les han causado problemas de dinero y el 19,7% vinculan el consumo a conflictos familiares.

Estos datos pertenecen a la investigación *Mismas drogas, distintos riesgos. Un ensayo de tipología de jóvenes consumidores*, presentada ayer, y desarrollada por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), el Plan Nacional sobre Drogas y la Obra Social Caja Madrid.

La encuesta ha sido realizada a 750 personas de entre 18 y 25 años de Madrid, Valencia y Bilbao. Los encuestados debían ser consumidores habituales, por lo que tenían que haberse emborrachado al menos dos

veces en el último mes, consumido cannabis en la última semana y cocaína, éxtasis, alucinógenos o anfetaminas en el último mes.

TRES PERFILES // Tras el estudio, los sociólogos establecieron tres tipos de perfiles de los consumidores. Los «despreocupados», que representan el 29,5% y están caracterizados por aceptar los riesgos de las drogas como parte de su banalización. Formado, en su mayoría, por personas que no estudian ni trabajan y es el que manifiesta un consumo más regular y frecuente de las drogas menos normalizadas.

Por otro lado están los «experimentadores», que representan el 32% y aceptan el riesgo del consumo como parte del disfrute. Este perfil realiza un uso muy variado de los estupefacientes, pero en menor frecuencia y cantidad que el grupo anterior y está representado por estu-

LOS RIESGOS // Poco más del 14% de los encuestados afirma que en el último año, a causa del consumo de drogas, han tenido problemas graves o muy graves. Un porcentaje que sube hasta el 21% si se refieren a los problemas que se tendrán en un futuro. «En definitiva, es una visión relativamente benévola de los problemas asociados al consumo. Uno de cada cuatro sujetos de la muestra encuentra muchas ventajas en consumir», indica el informe. La investigación también destaca que la combinación del abandono precoz de los estudios y estar en situación de desempleo agrava los riesgos del consumo de estupefacientes.

La investigación de la FAD constata, en definitiva, que los consumidores integran un colectivo minoritario dentro de los jóvenes españoles y que estos aceptan, en mayor o menor medida, el riesgo al consumo de estupefacientes. ≡

Paro masivo en varios campus e incidentes aislados en Barcelona

Los Mossos disuelven una manifestación con escasa presencia de profesores

JOSEP PLAYA MASET
Barcelona

La jornada de protesta contra los recortes en la universidad y la subida de tasas dejó sin clases a un número muy importante de estudiantes, aunque en algunos casos las clases se vaciaron por el seguimiento de la huelga, en otros por la actuación de los piquetes y en unas pocas facultades por el cierre de las dependencias decretado por la propia universidad por temor a incidentes. A la manifestación del mediodía convocada en Barcelona asistieron más de cinco mil estudiantes, pero la presencia de los profesores, convocados también a la huelga por la Plataforma Unitaria en Defensa de

pancartas y consignas en castellano. Algunas agudizaban la imaginación. "No quiero un *smartphone*, quiero educación" o "Si no acabo la carrera, tots a la sala d'espera" (de la asamblea de estudiantes de medicina). Wert, Urduyágarin y Artur Mas fueron los tres nombres más criticados.

La manifestación hizo un extraño quiebro y tras encontrar cerrados el parque de la Ciutadella, donde está el Parlament, y el campus de Ciutadella de la Pompeu Fabra, acabó frente a la sede de Unió. Por el camino, un reducido grupo de manifestantes más o menos organizados, provocaron diversos incidentes (rotura de vidrios, quema de un contenedor, lanzamiento de huevos, piedras y

pintura contra entidades bancarias y otros establecimientos). Los Mossos realizaron varias cargas y con el apoyo de policías de paisano detuvieron a cinco manifestantes "por desórdenes públicos y daños". Uno de los momentos de mayor tensión se vivió en la esquina de plaza de Catalunya con Portal de l'Àngel cuando un grupo de encapuchados rompió los cristales de la sede de Mobile World Congress en Barcelona, en la sede de Telefónica. También al final se vivieron escenas de pánico. La policía llegó a entrar en la estación de metro de Arc del Triomf y un fotógrafo resultó agredido. Los disturbios causaron siete heridos leves, según informó el Sistema de Emer-

gencias Médicas (SEM) a Europa Press.

A primera hora de la mañana un grupo de personas bloqueó el acceso al campus de la Ciutadella de la Universitat Pompeu Fabra con mobiliario y resultó agredido un vigilante de seguridad. A las 13 horas, desde el rectorado se ordenó el cierre del campus "como medida de prevención y para garantizar la seguridad de las personas y las instalaciones".


La Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) señaló en otro comunicado que el seguimiento de la huelga fue "muy alto". No hubo actividad docente en las facultades de Filosofía y Letras, Psicología, Ciencias de la Comunicación, Ciencias Políticas y Sociolo-

gía, Derecho y Economía y Empresa. A primera hora también se produjeron algunos incidentes cuando un grupo de estudiantes realizaron pintadas, quemaron contenedores y rompieron algunos cajeros automáticos.

En la Universitat de Barcelona, el día de huelga empezó con cortes en la Ronda de Dalt, por parte de estudiantes del campus de Mundet. El paro fue muy amplio en el campus del Raval.

En la Universitat Politècnica de Catalunya, el seguimiento fue desigual. En la Facultad de Náutica, las clases estaban medio vacías, mientras en Industriales, Matemáticas, Telecomunicaciones y Arquitectura, la asistencia era casi la de un día normal, según fuentes de este centro.

En la Universidad de Girona, la actividad académica sólo se vio alterada en el Campus del Barri Vell. Y en la Universitat Rovira i Virgili (URV) el seguimiento fue desigual. En Girona, Lleida y Tarragona hubo pequeñas manifestaciones.

 LAS IMÁGENES DE LA MANIFESTACIÓN DE AYER EN BARCELONA EN [VIDEOS.LAVANGUARDIA.COM](https://www.youtube.com/watch?v=...)

INCIDENTES

Cinco estudiantes detenidos y siete heridos leves al final de la protesta

PIQUETES

A primera hora de la mañana se bloqueó el acceso a la UAB, la UB, la UPC y la UPF

la Universidad Pública (Pudup) y la CGT, fue muy escasa.

La manifestación empezó a la una del mediodía en la plaza Universitat y tras bajar por Pelai, Fontanella, Via Laietana, Princesa y Pujades acabó en la calle Nàpols frente a la sede de Unió Democràtica de Catalunya, donde fue disuelta por los Mossos d'Esquadra. Durante todo el recorrido se evidenció cierto desconcierto organizativo, a lo que contribuyó la lluvia inicial y el retraso en ponerse en marcha. Al frente de la cabecera iban dos pancartas con lemas bien distintos: "El seu futur a les nostres mans" y "UB Raval contra el capitalisme, per una universitat pública, gratuïta i universal". Aunque las dos eran en catalán, predominaban las



El grueso de la manifestación de estudiantes a su paso por la confluencia de las calles Pelai y Balmes de Barcelona

MANE ESPINOSA

Unidad 4

La Vanguardia

El 34% de los jóvenes consumidores de drogas niega problemas por su uso

ALICIA RODRÍGUEZ DE PAZ
Madrid

El 34% de los jóvenes de 18 a 25 años que consumen de forma asidua alcohol y otras drogas niega que su hábito le acarree problemas. La proporción sube hasta el 65,5% si se suman aquellos que admiten sufrir "pocos problemas" por culpa de las drogas. Esta es una de las conclusiones de la investigación de la FAD (Fun-

dación de Ayuda para la Drogadicción), centrada en los chicos y chicas con un consumo habitual de drogas.

La investigación se realizó a mediados del 2012 entre 750 jóvenes que presentaban este tipo de comportamiento, reflejado en el cumplimiento de al menos dos de estos tres supuestos: haberse emborrachado como mínimo dos veces en el último mes, haber consumido cannabis en los últi-

mos siete días y haber tomado cocaína, éxtasis, alucinógenos o anfetaminas en el último mes.

Entre los que sí reconocen de manera abierta inconvenientes en su vida por el consumo frecuente de drogas, los problemas más citados son los económicos (un 28,1%), la falta de asistencia a clase (24,9%), los conflictos familiares (19,7%), junto a aquellos que tienen que ver con la salud (16,8%) y la pareja (14%).

Los responsables del estudio, realizado por la FAD en colaboración con la Obra Social de Caja Madrid, destacaron ayer que el abandono prematuro de los estudios, "sobre todo" combinado con la falta de trabajo, agrava las situaciones de riesgo entre los consumidores jóvenes de drogas. El director técnico de FAD, Eusebio Megias, reconoció además su sorpresa al comprobar que tres de cada cuatro jóvenes de la muestra viven con sus padres. "Si un 40% se emborracha cada semana y un 20% son consumidores diarios de cannabis, nos preguntamos si sus padres se enteran de lo que pasa o les importa". El informe *Mismas drogas, dis-*

tintos riesgos revela también tres perfiles diferentes dentro de este colectivo: los "precavidos" (38%), los "experimentadores" (32%) y los "despreocupados" (30%). Los primeros se decantan por el alcohol y el cannabis, y lo utilizan como un medio para "ser normales", para formar parte del grupo. El segundo grupo, con fuerte presencia de universitarios, opta por un consumo variado y defiende la experimentación y el hedonismo. Los "despreocupados", muchos de ellos ni estudian ni trabajan, se muestran "indiferentes y pasotas", son los que consumen drogas con más frecuencia y los que admiten más problemas por ello.●

Unidad 5

El País

Ningún joven parado más de cuatro meses

España asume un compromiso europeo que varios expertos creen imposible

LUIS DONCEL, Bruselas

¿Se imagina un país en el que los jóvenes encontrarán trabajo o prácticas a los cuatro meses de terminar los estudios? Ese panorama de ensueño es el que ayer dibujó la UE. Los 27 ministros de Empleo establecieron el "acuerdo político" de fijar para el próximo año la garantía de que cualquier menor de 25 años reciba una oferta de empleo "de buena calidad", un aprendizaje o prácticas que le permitan incorporarse al mercado laboral a los cuatro meses de haber abandonado el sistema educativo o haber dejado su anterior puesto. Claro que esta propuesta es mucho más fácil de cumplir para países como Alemania, con una tasa de paro juvenil que supera por poco el 8%, que para España, con más de la mitad de sus

menores de 25 años mano sobre mano.

Pese a la dificultad de alcanzar el objetivo, el Gobierno se muestra confiado en que lo logrará. España tiene "los deberes hechos" para aplicar la "garantía juvenil", dijo la ministra Fátima Báñez, gracias a la recientemente aprobada Estrategia de Emprendimiento y Empleo. Eso sí, Báñez pidió a sus colegas europeos "flexibilidad" para que cada país aplique la iniciativa "en función de sus circunstancias nacionales, sin que se frustren las expectativas y teniendo en cuenta el proceso de consolidación fiscal", dijo antes de entrar en la reunión. Esta "flexibilidad" que reclama España supondría que algunos países con un mercado laboral con más problemas dispondrían de más tiempo para poner en marcha la iniciativa.

La ministra anunció que esta recomendación contará para el período 2014-2020 con una financiación de 918 millones de euros, que provendrán del fondo europeo contra el paro juvenil. Pese al optimismo oficial, algunos expertos dudan mucho de la utilidad del acuerdo alcanza-

Báñez anunció que habrá 918 millones del fondo contra el desempleo juvenil

do ayer en Bruselas. "El Gobierno ya aprobó la semana pasada nuevas bonificaciones, que se han demostrado que no sirven para nada. Los empresarios contratan mientras se pueden bene-

ficiar de las ayudas y luego despiden a los jóvenes. Me parece que esto también va a ser un derroche de dinero", sintetiza Juan José Dolado, profesor de la Universidad Carlos III de Madrid.

La recomendación aprobada por los ministros es tan solo eso, una recomendación, y no tiene carácter vinculante. Sin embargo, la Comisión Europea podría exigir estas medidas a los Estados miembros con más paro, como España, en el marco de sus directrices sobre política económica.

La garantía, que debe estar en marcha como muy tarde en 2014, tendrá financiación de la UE. La mayor parte provendrá de los 6.000 millones de euros del nuevo fondo contra el paro juvenil aprobado el pasado 8 de febrero en los presupuestos europeos para el próximo septe-

nio. Sin embargo, el comisario europeo de Empleo, László Andor, pidió a los Gobiernos que los nuevos fondos se sumen, y no sustituyan, a los recursos financieros que los Estados miembros tenían previsto invertir contra el paro juvenil.

Muchos expertos consideran que estas cifras son muy bajas para un período tan largo —de 2014 y 2020— y para un problema que afecta a más de cinco millones de jóvenes en toda la UE. "Con una tasa de paro tan elevada como la española, el objetivo es muy ambicioso. Habría que definir mejor a qué colectivos va dirigido, porque las necesidades de un *mini* [sin estudios ni trabajo] no tienen nada que ver con las de un recién licenciado", sostiene Florentino Felgueroso, profesor de la Universidad de Oviedo e investigador de Fedea.

El modelo de garantía juvenil se ha tomado de países como Finlandia, Suecia o Austria, donde la tasa de paro es muy inferior a la española y donde el problema del abandono escolar no es tan agudo.

Unidad 6

El País

El digno precario

Javier López Menacho repasa en un libro su insólita vida laboral dentro de una chocolatinas, apuntando el número de viajeros que se colaban en el metro o encuestando a moteros

Por JUAN CRUZ

Ha sido chocolatinas, galleta, sándwich... Ha cobrado por ello sueldos ínfimos. Lo contrataban empresas que a su vez contrataban con otras empresas que además habían contratado con otras... Ha sido un trabajador por cuenta ajena y lo sigue siendo, pero nunca le vio la cara al que lo empleaba de verdad.

Durante año y medio hizo todo eso Javier López Menacho en las calles de Barcelona. Es de Córdoba, sus padres viven en Jerez y ahora tiene 30 años. Es periodista,

Tenía que controlar el fraude. Se sentaba en un escalón y apuntaba las veces que la gente se saltaba el controlador. Ocho horas al día. "Era para un estudio de mercado. Yo señalaba dónde defraudaba más la gente y allí ponían más guardias". Era demasiado chico (1,70) para ser mascota, así que no lo quisieron como pollo de Gallina Blanca, pero pronto salvó esa dificultad gracias a su simpatía. "Ah, andaluz, vente". No saber catalán también era un *hándicap* para ser encuestador, "pero me apunté a catalán, y con lo poco que supe salvé también ese escollo".

Se pagó las clases con el paro, pero cuando este se acabó lo ayudaron sus pa-

nos de 20 euros, y con eso iba acumulando para la comida, para la habitación... Ese rumbo lo llevó a ser chocolatinas... "Llamé a la empresa que me podía contratar. Les hizo gracia que hablara andaluz. 'Uy, qué gracioso', me dijeron otra vez"... Cuando estubo frente a su empleadora, esta le preguntó enseguida: "¿*Parla català?*". "Me cogieron". Pero si no habla catalán. "Bueno, los engañas un poquito, maquillas la realidad".

Luego, como chocolatinas, era el que más hablaba para llamar la atención de los consumidores. "Hablabas como Aznar, en chicano, hacía de oso Yogui, era Simpson... A los niños les molaba muchísimo

curro". En medio del paro, "un dinero que me debían de un trabajo anterior en Valencia me sirvió para ir tirando". Luego surgió un trabajo, el de auditor de máquinas de tabaco. Dos euros por máquina, dieciocho bares el primer día. Tenía que avisar qué se consumía más, qué faltaba. "Me miraban muy mal en los bares". A la salida de uno de ellos, un hombre quiso atracarlo, "a la luz del día, me dijo que me iba a rajar. Me dio miedo, salí corriendo. No volví a hacer ese trabajo".

Luego fue promotor de "una famosa empresa de teléfonos", sorteaba una bicicleta, y a aquellos que se prestaban a participar en el concurso "les regalaba un zu-



Javier López Menacho, autor del libro *Yo precario*, junto a uno de los animadores de la Puerta del Sol en Madrid disfrazado de Bob Esponja. Foto: Cristóbal Manuel

siempre quiso ser escritor. Ha sido precario "para pagar la habitación, que mide el ancho de mis manos, y para no pedir dinero a mi padre". Así, como mascota, se presenta en el libro en el que cuenta su vida laboral. *Yo, precario* ha sido editado por Libros del Lince y ya su editor, Enrique Murillo, "que es como un padre", le ha avisado de que se imprime una segunda edición.

Cuando salió el libro, su padre, que fue cura en Jerez hasta que se enamoró, lloró al teléfono. Ahora él no quiere hacer "un circo" de su historia; está "orgulloso" de haber llegado al editor, al prologuista (Manuel Rivas) y a la prensa por "camino de derechos, los que marcó Murillo", y no en función "de ninguna artimaña" que no hubiera creído digna. Ese aspecto de muchacho noble y simpático, dicharachero y respetuoso, gana enseguida al que tiene delante. "Me decían que era simpático", y por eso, "y porque hablaba andaluz", se dieron algunos de los trabajos.

El primer trabajo precario fue en el me-

dios. El padre es maestro jubilado, su madre sigue con sus labores. "Era un cura rojillo. Se enamoró de mi madre y se salió. Luego estudió Filosofía, hizo oposiciones, y así ha estado, de funcionario. Tiene mérito mi padre: siendo pobre, les dio carrera a los tres hijos: una chica, que es maestra interina, mi hermano y yo; somos mellizos. Mi hermano es el crítico más feroz que tengo. Es periodista, pero ahora diseña".

"El precario se acostumbra a lo precario". El padre lo llamó un día. Sintió que su hijo estaba siendo vejado, "tú, dentro de una mascota". Le dijo que no, que yo me sentí dignísimo, "pero te parte el alma que tu padre llora. No, padre, le dije, yo me siento muy digno, y mañana seguiré de mascota, no se me caen los anillos".

Fue encuestador. "Tenía que buscar a alguien que tuviera una moto de determinada marca, y si se sometía a la encuesta le daba 12 euros". Otra vez él mismo sirvió como encuestado. De fragancias. De consumidor de tabaco. Pero no fumas. "Haces de todo", dice. Le pagaban en bo-

que me enrollara así con ellos... Un niño, Marcos, se sintió tan seducido que se negó a reconocer que dentro de la chocolatinas hubiera un hombre. Él creía que ahí dentro estaba cada uno de los personajes que yo le hiciera creer que había".

En la empresa que le contrató para ser chocolatinas fue donde tardaron siete meses en pagarle. "Me salté la cadena de mando, escribí una carta por correo electrónico a los verdaderos dueños de la cosa; se enfadaron conmigo y se acabó el

El padre pensó que su hijo estaba siendo vejado: "Tú, dentro de una mascota". "Yo me siento muy digno", le contestó

mo de naranja". En el tren, de Barcelona a Terrassa. "Me salía fatal, porque el tren subió de precio y yo tenía que pagarlo con los 4,50 euros que me pagaban a la hora... El tren valía siete euros ida y vuelta".

Hasta que fue *speaker* de los partidos de la selección española en la Eurocopa. "Narraba los partidos en los cines, y a cada jugada importante tenía que anunciar un coche. Cincuenta euros la sesión. Como España ganó, gané bastante".

No hizo esos trabajos para narrar su vida de precario. "Los hice para sentirme digno. Ahora creo que he escrito un libro digno. Y hay gente que dice que leerlo le ha dado esperanzas". Sus maestros son Jordi Carrion (que le dejó ir gratis a sus clases de crónica), Hunter Thompson, Martín Caparros, Rodrigo Fresán... Se sentó a firmar su primer autógrafo de escritor este último lunes en el café Gijón de Madrid. Antes había contado que su padre lloró, ahora de alegría, cuando el editor lo llamó para decirle que su hijo el precario ya iba por la segunda edición. •

Coches rotos, sexo en portales, basura y gritos, ingredientes de las fiestas de jóvenes en Julián Romea y alrededores

Botellón, desfase y vandalismo en las calles de Chamberí

TATIANA G. RIVAS
MADRID

Una mujer desesperada: «Se hacen pis en los portales, dan puñetazos en los telefonillos y tocan el timbre de todas las casas a altas horas de la madrugada. Practican sexo de pie a la entrada de mercancías del supermercado. Lo he visto desde mi ventana. Se meten en los cubos de basura y los empujan calle abajo hasta Reina Victoria. Ponen la radio de los coches a todo volumen y gritan como posesos. Tiran a los parterres de los jardines todo tipo de botellas, bolsas de plástico, botes de bebida, etc. Las aceras están llenas de basura, vomitonas y pises. Para entrar en las casas hay que pedir permiso». Así se narra en una carta la situación que comparte la manzana de las calles de Julián Romea, General Rodrigo, General Dávila y otras de los alrededores de este barrio de Chamberí. La misiva la redactó una residente de la zona a la Asociación de Vecinos de El Organillo a finales de 2012 para denunciar, una vez más, los hechos que se repiten de jueves a domingo en estas calles y que impiden el descanso de sus residentes.

El «botellódromo» de Chamberí está enquistado desde hace cinco años en este paraje de la capital donde los pisos cuestan cerca del medio millón de euros; donde sus residentes contribuyen por el Impuesto de Bienes e Inmuebles con cerca de los 750 euros por una vivienda de unos 100 metros cuadrados, y donde abonan por el tributo de basuras 170 euros.

«A las ocho de la mañana, cuando saco al perro te encuentras vidrios rotos, cubos volcados, papeleras quemadas, coches arañados. A mí me han hundido una vez el capó del coche de subirse encima y dos veces me han roto el retrovisor y los parabrisas en Julián Romea. Me he encontrado en vivo y en directo a una pareja haciendo el amor en el portal. Es un espectáculo cuando acaba y cuando está en plena ejecución», sostiene otra residente.

Todos, incluida la Policía Municipal, ponen el foco del problema en una



Incremento de policía
El 65% de las denuncias del distrito proceden de esta zona, donde hay vigilancia especial desde 2010

discoteca de Julián Romea que admite un aforo de 740 personas. Su alta capacidad fomenta que al lugar acudan centenares de personas que, de forma habitual, antes de entrar en el local beben alcohol en la calle.

Deterioro del patrimonio

«A partir de una hora determinada dejan de cobrar por entrar y entonces hay largas filas y mucho jaleo en la calle. Los vecinos están preocupados y nerviosos por el gran deterioro de su patrimonio», amonesta el portavoz de la asociación La Voz de Chamberí. Los afectados han mantenido reuniones con la Junta del Distrito y con Policía Municipal. Su última acción fue una campaña de recogida de firmas en las que recopilaron 600 rúbricas para poner fin a esta situación.

«Es uno de los principales problemas de Chamberí. Hay un servicio policial especial desde 2010 que se ha reforzado en los últimos tres meses. Del

Una «minirave» en plena vía

Baile sobre un coche
Las asociaciones de vecinos han dado a conocer un vídeo colgado en Youtube que muestra una gran fiesta callejera espontánea de decenas de jóvenes en la calle de Julián Romea. Como se indica en el comentario que acompaña al vídeo, se produce a las seis de la mañana del 7 de diciembre de 2011. La música suena alta. Todos cantan a viva voz, y unas jóvenes se suben al capó de un coche para bailar



El ritual de la jarana
Compran la bebida en un supermercado de la zona o tienda de alimentación, se reparten por las calles y luego dejan toda la porquería en la vía y parques. Hay servicios especiales de limpieza en este barrio cada fin de semana



total de denuncias del distrito, el 65% procede de esta zona. En los últimos dos años han bajado las incidencias del botellón. Es casi inexistente. La presencia policial está siendo muy efectiva», informa Oscar Gallo, jefe de la Unidad Integral de Chamberí.

La concejala del distrito, María Isabel Martínez-Cubells, reconoce el problema que hay en la zona y hace hincapié en que se está actuando para erradicar «el botellón». «Una de mis prioridades cuando llegué a la Junta del Distrito fue la zona de Julián Romea por las numerosas quejas vecina-

les. La primera medida es la actuación policial. Si no funciona, habrá que contemplar otras acciones», mantiene.

Frio y exámenes, aliados

Los vecinos corroboran el incremento de los efectivos policiales, pero continúan padeciendo las jornadas de consumo étlico en su barrio y sus efectos. «Es cierto que desde enero hay menos consumo en la calle, pero al igual que el año pasado. Hace frío, llueve y es época de exámenes. La cuestión es que cuando llega abril esto repunta. No queremos que ocurra de



2

FOTOS CEDIDAS POR LA ASOCIACIÓN DE VECINOS EL ORGANILLO



4



CHAMBERÍ DIGITAL



5

Cierres
Algunas comunidades de vecinos han optado por cerrar sus jardines. Aun así, lanzan los restos del «botellón» por encima de las verjas

Calles conflictivas



Reclamación de una clínica privada al Ayuntamiento

La Clínica de la Luz, ubicada en General Rodrigo, 8, una de las principales afectadas por los efectos del «botellón» en este barrio, puso una reclamación en enero de 2012 ante el Ayuntamiento solicitando «encarecidamente un mayor control» de esta actividad «tan perjudicial para el descanso» de sus pacientes. La misma decía: «Todos los jueves, viernes y sábados padecemos ruidos muy molestos de los botellones desde las 12 de la noche hasta

las 6 de la mañana, hora de cierre de la discoteca. Esta reúne a cientos de jóvenes que, antes de entrar en la misma, se reúnen para beber impunemente en la calle, gritando, cantando, provocando peleas, orinando y vomitando en la vía». Continuaba: «Como podrán imaginar, estas calles aparecen por las mañanas llenas de botellas, vasos, orines y vómitos». Desde las asociaciones vecinales apuntan además que el número de gente bebiendo ha impedido o dificultado en ocasiones el paso de ambulancias.

nuevo», enfatizan desde El Organillo.

Solución, cierre de locales

«Hay inseguridad porque las medidas no son efectivas y tenemos dudas de la aplicación del nuevo régimen sancionador. La Policía nos dice que está preocupada por la situación, pero los preocupados somos los vecinos y los centros sanitarios que soportamos estos problemas. En medio de este folclore, la gran cantidad de gente cierra la calle impidiendo el paso a todo tipo de vehículos, incluidas ambulancias. Si alguien quiere entrar al garaje del Parque de las Naciones no les dejan. Y si les dicen algo, se bajan los pantalones y te enseñan el trasero o te insultan. Nos han dicho que va a haber más policía, pero no hablan de cerrar locales, que sería la verdadera solución», sentencian desde La Voz de Chamberí.

Desde estas agrupaciones vecinales señalan que sus problemas comenzaron a principios de los 90, cuando abrió la gran discoteca de la zona y remitieron los primeros escritos al Consistorio con sus quejas. «Entonces había mucha gente, pero entraba en el local. Ahora se quedan fuera. Desde hace cinco años se ha ido incrementando el salvajismo. Alguien tiene que poner coto. La calle no es un lugar para que se diviertan los niños», recriminan. La Policía Municipal confirma que ha realizado numerosas inspecciones en el local que se refieren tras las denuncias vecinales. «Es de los locales más vigilados. Cumple casi todo a la perfección», revelan.

Envíe sus denuncias acerca de su barrio al buzón tumadrid@abc.es

Unidad 8

ABC

«¿Cómo va España? Cambio»

► Fomento alerta del uso del canal de emergencia aéreo para hablar de fútbol entre pilotos

IVÁN J. MUÑOZ
ALICANTE

Conversaciones sobre fútbol en pleno vuelo a través de la frecuencia reservada con el propósito de ser utilizada sólo y exclusivamente para emergencias. La temeraria práctica, al parecer más generalizada de lo presumible, ha sido desvelada por el Ministerio de Fomento en un informe realizado por la Comisión de Investigación de Accidentes e Incidentes de Aviación Civil (Ciaiac). Según se detalla en el mismo, se ha tenido conocimiento de que hay una tendencia por parte de algunas tripulaciones a utilizar la frecuencia de emergencia para fines distintos a los que está destinada. Hasta tal punto que Eurocontrol, la organización europea para la seguridad en la navegación aérea, ha advertido mediante dos alertas de seguridad de este hecho. Una de ellas, debido a los diálogos «efectuados para comentar el desarrollo del campeonato de la Eurocopa 2012», según queda plasmado en el informe.

La advertencia queda realizada en el contexto de la investigación de un incidente en el aeropuerto de El Altet, donde un Boeing 737-800 aterrizó sin haber pedido el permiso pertinente al aeródromo alicantino. Los responsables de la torre, en aquel momento bajo supervisión militar por la huelga de controladores, intentaron contactar con la aeronave a través de la frecuencia 121,5 MHz, contemplada para casos de emergencia. La conversación fue imposible debido a que, como reconoció la propia tripulación, el canal se utiliza inadecuadamente de forma frecuente, perdiendo así su condición de «servicio silencioso» que debe ser. Por esta razón el volumen del equipo se baja «a menudo» para «evitar distracciones» de la tripulación con las conversaciones que se mantienen en ella, y para «reducir el riesgo de perder una llamada en la frecuencia operacional seleccionada en el equipo COM1», es decir, la otra emisora disponible.

Recomendación de seguridad

Las deficiencias detectadas en el análisis de este caso en cuanto a la utilización y escucha de las frecuencias de los equipos de comunicaciones han llevado a la Ciaiac a realizar una recomendación de seguridad a Easa, Aena, Saerco, Ferronats e Inecto consistente en «difundir» entre sus dependencias la necesidad de utilizar la frecuencia de emergencia para los fines para los cuales ésta se concibió. Además, se conmina a la compañía Ryanair a «re-

visar sus procedimientos de manera que se incluya de forma explícita la prohibición de bajar el volumen de la frecuencia seleccionada en el equipo de comunicaciones 2 (COM2)».

No se trata de un problema nuevo, ya que la primera alerta de seguridad realizada por parte de Eurocontrol referente a este asunto consta con fecha de marzo de 2007 en su base de datos. En ella se insiste en la necesidad de mantener activada en vuelo la frecuencia 121,5 MHz siempre que sea posible y que las peculiaridades de la zona o medioambientales aconsejen seguir otros protocolos.

Sin embargo, fue hace unos meses, concretamente en verano de 2012,

cuando se hizo una llamada más enérgica por parte de la agencia europea. «Eurocontrol ha recibido notificaciones en numerosas ocasiones acerca del inadecuado uso de la frecuencia internacional de emergencias 121,5 MHz, más recientemente relativas a las inapropiadas charlas acerca del desarrollo de la Euro 2012 de fútbol», según se

refleja en la propia cabecera del informe.

Así, se recuerda que el canal «debería ser usado solamente para asuntos de emergencia que generalmente conciernen a actividades como situaciones de alerta, comunicaciones entre aviones por fallos de equipamiento, operaciones de búsqueda y rescate, o maniobras policiales y de interceptación aérea».

La aeronave que aterrizó sin autorización en el aeropuerto alicantino de El Altet procedente de las East Midlands (Inglaterra), contaba con un total de 174 personas a bordo, y la maniobra la realizaba el inscrito como copiloto, de 22 años.

La Eurocopa en vuelo
La agencia detectó que la frecuencia 121,5 MHz era utilizada por la tripulación para comentar los partidos del torneo continental



El informe de Fomento recuerda que el canal debe utilizarse sólo para «asuntos de emergencia»

EFE

Tre milioni senza lavoro, il 39% dei giovani

Pil ridotto del 2,4% nel 2012, giù la Borsa. E la pressione fiscale sale al 44 per cento

ELENA POLIDORI

ROMA — C'è un numero, tra i tanti diffusi dall'Istat, che meglio di altri spiega cosa significa, in concreto, vivere in recessione. Dice che a gennaio il numero dei disoccupati tocca quasi i 3 milioni di unità. Specifica che tra i giovani in età di lavoro, quelli a spasso sono quasi il 39%, per l'esattezza 387, il massimo dal 1992, mentre i precari sono 2,8 milioni. Su questo delicatissimo versante, in Europa, peggio dell'Italia c'è solo la Spagna. «Dati agghiaccianti», secondo il presidente della Confindustria Squinzi. «Allarmanti», nel giudizio dei sindacati. Tanto più se si pensa che non sono i soli. L'Istat dipinge infatti un paese in seria crisi. Le sue ultime stime (2012) somigliano ad un bollettino di guerra: l'economia arretra e, con un drammatico calo del 2,4% del Pil, indietreggia di oltre dieci anni portandosi ai livelli del 2001; la pressione fiscale sale fi-

Monti bond

no al 44%; la spesa per i consumi delle famiglie si contrae del 4,3%. Il tutto mentre a febbraio l'inflazione scende dell'1,9%, il minimo dalla fine del 2010. Come se non bastasse, sempre in questo mese, il fabbisogno vola fino a 12,5 miliardi, rispetto ai 7,9 dello periodo del 2012. Una nota del Tesoro spiega che il boom è legato al «venir meno dell'incasso di oltre 4 miliardi per il riversamento degli enti sottoposti al regime della tesoreria unica» e per 2 miliardi ai Monti-Bond serviti a Mps, travolta dallo scandalo.

Italia fragilissima, dunque, e ancora alle prese con l'incertezza post elettorale e le difficoltà a formare un nuovo governo. Fitch si aggiunge al coro delle agenzie di rating nell'evocare lo spettro dell'instabilità politica come una delle cause per un possibile declassamento del paese. Le incognite del dopo-voto - si legge in una nota - mettono a rischio le politiche economiche «aggiungendo ulteriore zavorra su un'economia già indebolita» e che non vedrà la ripresa prima della seconda metà del 2013. Ma ecco che, in contrapposizione rispetto alla «dite austerità», l'economista numero uno della banca d'investimento newyorchese, Jim O'Neill, parla del risultato elettorale in Italia come qualcosa di «abbastanza entusiasmante», il «segnale dell'inizio di qualcosa di nuovo». I timori comunque continuano a pesare sui mercati: la Borsa di Milano perde l'1,54%, lo spread sfiora quota 340, il rendimento del decennale sale al 4,79% e l'euro scende sotto 1,30 dollari.

L'Italia e il lavoro che non c'è.

A gennaio, la disoccupazione schizza all'11,7%, come non accadeva da 20 anni. Va detto però che a soffrire è tutto il Vecchio Continente: nella zona euro la quota di chi è a caccia di un posto balza all'11,9%. Il commissario Ue Laszlo Andor parla di tassi "inaccettabili", una "tragedia" per l'Europa.

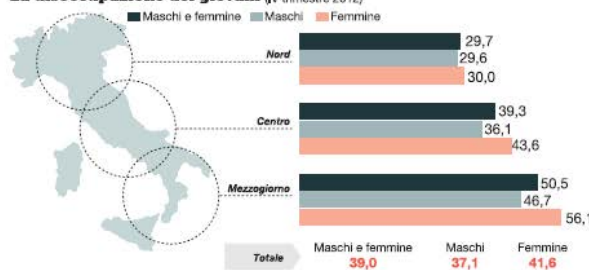
Ma se l'anno si apre male, il 2012 si è chiuso peggio. La fotografia scattata dall'Istat segnala che la disoccupazione è salita rispetto al 2011 di oltre il 636 mi-

Il tasso di disoccupazione

Dati stagionalizzati, valori %, gen 2012-gen 2013



La disoccupazione dei giovani (IV trimestre 2012)



la unità, coinvolgendo in più della metà dei casi persone con almeno 35 anni. Aggiunge che, per chi resta a spasso, è sempre più difficile ritrovare un impiego: la disoccupazione di lunga durata, oltre i dodici mesi, sale infatti al 52,5%. Spesso a perdere il posto sono i più giovani, mentre gli ultracinquantenni rimangono ancora impiegati, per via dell'inasprimento dei requisiti per la pensione.

Non sono solo gli italiani a subire gli effetti della crisi: anche gli stranieri che giungono nella Penisola devono lavorare con un tasso di senza lavoro salito al 14,1%.

Occupati e disoccupati

	Valori assoluti gen-2013	Variazione su gen-2012
Occupati	22.688.000	-310.000
Disoccupati	2.999.000	+544.000
Inattivi 15-64 anni	14.304.000	-293.000

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Unidad 10

La Repubblica

Il racconto

Nell'hotel dei grillini "Il verbo è Casaleggio"

GOFFREDO DE MARCHIS

LA CARICA dei grillini conquista Roma in una magnifica domenica di sole. Sono armati di iPad, smartphone, discutono di Facebook e Google+. Alcuni sorridono (gli uomini), altri hanno il broncio (le donne).

SEGUE A PAGINA 6

Unidad 11

Il Corriere della Sera

La ricerca di Tecne

E i giovani «lasciano» il Pd: solo il 26% dei voti

MILANO — Il centrosinistra che regge bene in tutte le fasce d'età, un elettorato del centrodestra che invecchia e soprattutto un fortissimo successo del Movimento 5 Stelle tra le fasce più giovani degli elettori. Sono questi i dati principali forniti dall'analisi sociologica del voto elaborata dall'Istituto di ricerca Tecne, che ha suddiviso il voto per classi di età e per condizione occupazionale degli elettori, mostrando quanto profonda sia la frattura generazionale emersa da queste elezioni. Una frattura che divide nettamente gli elettori con un futuro se non certo quantomeno stabile (lavoratori dipendenti, pensionati) dagli elettori a cui il futuro è stato sottratto

38
per cento La quota di giovani al di sotto dei trent'anni che ha votato per il Movimento 5 Stelle. Il Partito democratico si ferma 12 punti percentuali più sotto: e tra gli studenti i consensi precipitano addirittura al 22,1 per cento

(studenti, disoccupati): i primi hanno espresso la loro preferenza per i partiti classici (Pd e Pdl), mentre i secondi hanno votato in massa il Movimento 5 Stelle, come dimostra il 54,8% fatto registrare da Grillo tra gli studenti ed il 41,1% tra i disoccupati. Secondo Carlo Buttaroni, direttore di Tecne, le analisi e i sondaggi svolti prima del voto non sono stati in grado di prevedere questo risultato proprio a causa della sua unicità, a causa degli strumenti vecchi sui quali si basavano. Può comunque moderatamente sorridere il Partito democratico, il cui elettorato proviene da una fetta trasversale della popolazione, stabile attorno al 30% degli elettori

con più di trent'anni e omogenea per occupazione. Un campanello d'allarme è il preoccupante cedimento nella fascia più giovane (solo un 26,3% tra chi ha meno di trent'anni, contro il 37,9% del M5S) e soprattutto tra gli studenti, dove un 22,1% non può essere considerato un risultato soddisfacente. Chi invece trova nelle urne voti sempre più datati è il centrodestra, che raccoglie un misero 11,8% tra gli studenti contro un 37,4% tra i pensionati (e una percentuale praticamente uguale tra gli elettori ultra sessantenni), con percentuali che migliorano con l'aumentare dell'età degli elettori.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Unidad 12

Il Corriere della Sera

Più del 50% dei giovani accetterebbe un impiego slegato dal titolo di studio

Se tra laurea e lavoro non sboccia l'amore

La tesi di laurea è spesso slegata dal mondo del lavoro, connessa solo al percorso di formazione. Ciò accade nella percezione dei laureandi ma anche di molte aziende in cui "Più che l'argomento della tesi o il piano di studi si tiene conto delle esperienze di stage, all'estero e dell'eccellenza del percorso formativo", spiega Mathilde Beaudouin Durand, recruiting director di L'Oréal. La situazione è differente per profili tecnici: "La tesi è spesso legata all'azienda — commenta Roberto Zecchino, direttore Risorse umane di Bosch — perché nelle facoltà scientifiche gli studenti ricavano l'elaborato finale dal tirocinio. Per ingegneria una tesi rispondente all'area d'interesse può giocare a favore".

Come dimostrano i dati dell'indagine Stella, sui laureati negli atenei del consorzio Cinea, i giovani non percepiscono la coerenza tra percorso accademico e mercato del lavoro e tendono a rivolgersi a quest'ultimo in modo casuale: non stupisce che il grado di soddisfazione riguardo la coerenza dell'occupazione

con gli studi universitari a un anno dalla laurea sia per i laureati triennali di 5,8 punti e di 6 per i magistrali. Ed emerge un sentimento di sfiducia nei confronti del futuro, come evidenziato da una ricerca del Gruppo Sanpellegrino e Tesolinine: un laureato su tre non riesce a vedersi da qui a dieci anni, solo il 9% si vede pienamente realizzato e un altro 9% dichiara che il futuro ridimensionerà le ambizioni. Per sei giovani su 10 la laurea non è requisito fondamentale né bastevole per trovare un impiego e il 18% lamenta l'inadeguatezza della formazione e la mancanza di un ponte che metta in comunicazione con le imprese. Più del 50% dei laureati triennali dell'indagine Stella accet-

terebbe un lavoro non attinente al titolo di studio. Insomma: i giovani sono disposti, nonostante la laurea, a gettarsi "a caso" nel mondo del lavoro. Anche se le contingenze attuali non aiutano ad alimentare la fiducia nel futuro gli esperti consigliano di chiarirsi le idee sulla strada da intraprendere fin dai primi anni di università: "Anche se tesi e percorso di studi sono solo due tasselli considerati dalle imprese — dice Francesco Saita, dean della Graduate School della Bocconi — suggerisco la scelta di una tesi legata al settore d'interesse e di chiedersi che tipo di competenze servono in quell'area: a volte scegliere esami più complessi è un'ottima strada per migliorare le proprie capacità ancor prima di entrare nel mercato". E conclude: "Il rischio di «gettarsi senza pensare» nel mondo del lavoro esiste. Gli atenei devono scongiurarlo con l'orientamento e i giovani iniziare presto a confrontarsi con le professioni di loro interesse".

Giulia Cimpanelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il consiglio

Gli esperti ai giovani: chiaritevi le idee sulla strada da intraprendere fin dai primi anni di università

Unidad 13

As Sabah

Original

محاكمة متهم بقتل خادمة بمكناس

تخلف الدفاع والشهود أرجأ النظر في القضية إلى ماي المقبل

بجماعة ويسلان، ووفق إعادة مصادر الصباح، فإن الجاني، الذي أجهش بالبكاء أثناء إعادة تمثيل الجريمة، استغل غياب حارس الإقامة المذكورة للصعود إلى الطابق الرابع، ليعدم إلى تنفيذ خطته، قبل أن يلوذ بالفرار إلى وجهة مجهولة، إلى أن تم إيقافه. وبعد إجراء تفتيش بمنزله تم ضبط ملابس مطابقة لمواصفات تلك التي كان يرتديها الشخص الذي عوّن يوم وقوع الجريمة.

إلى ذلك، أضافت المصادر ذاتها أنه سبق للجاني أن حظي باستقبال المشغلة اليهودية صباح يوم الحادث، ملتقيا منها العمل على إيجاد متضرب شغل له بمحل لبيع السيارات والشاحنات، الذي يوجد في ملكيتها، فطلبت منه إسهالها بعض الوقت إلى حين تلبية طلبه فانصرف، ليعدم مساء اليوم ذاته، ويطلق باب الثقة من جديد، لتستقبله الضحية، التي أدخلته إلى المطبخ وأحضرت له الحلوى والشاي، في انتظار أن تخبر مشغلتها، التي كانت وقتها منمجة في الخضوع لحصة للتدليك من طرف إحدى الإخصائيات، فلما منحتها أن أرمله اليهودي هي من طلبت منه العودة لملاباتها من جديد، وفي اللحظة التي كانت الضحية منشغلة بمناقبة مياوارة نصف نهائي بطولة الأمد الإفريقية لكرة القدم عبر شاشة التلفاز الموجود داخل المطبخ، طلب منها المتهم مده بالثقود، الأمر الذي استعصى عليها تنفيذ، ليستل سكيناً ويوجه إليها طعنة قاتلة، قبل أن يغادر المنزل.

خ. م. (مكناس)

أقررت غرفة الجنايات الابتدائية بمحكمة الاستئناف بمكناس، الإثنين الماضي، إرجاء النظر في الملف 12/210، الذي يتابع فيه متهم من أجل محاولة السرقة الموصوفة بنظري العنف واستعمال السلاح، اعترفتها جنابة القتل العمد مع سبق الإصرار والترصد، إلى 27 ماي المقبل، بسبب تخلف الشهود عن حضور الجلسة، والشيء نفسه بالنسبة إلى دفاع المتهم. وخلال الجلسة ذاتها تبين للمحكمة عدم وجود تقرير التشريح الطبي، الذي خضعت له جثة الهالكة، ما جعلها تمهل الوكيل العام للملك للإدلاء به في الجلسة المقبلة.

وتعود فصول ووقائع هذه القضية، عندما قام المتهم (د.ع. 24 عاماً، عازب وعاطل عن العمل بتوجيه طعنة قاتلة بواسطة سكين أحضرها معه، إلى المسماة قيد حياتها (ط. ش.) التي عملت لأزيد من خمسة عشرة سنة خادمة عند أرمله اليهودي إيلي بن عمران، لعتركها نصراع الموت داخل مطبخ شقة مشغلتها، الكائنة بالطابق الرابع بعمارة (ريشل) بشارع الجيش الملكي بالمدينة الجديدة (حزمية). وإثر صراخ الضحية طلباً للنجدة، هبت المشغلة (ن. ح.) إلى مسرح الجريمة لتجد خادمتها مضرجة في دماها، ما جعلها تبادر إلى إخبار المصالح الأمنية بوقوع الحادث، وتسارع بالتالي إلى طلب سيارة الإسعاف، التي قامت بنقل الضحية، حيث لفظت أنفاسها الأخيرة وهي في طريقها إلى المستشفى الإقليمي محمد الخامس بمكناس، لتودع بمستودع حفظ الأموات وتخضع جثتها إلى التشريح الطبي، قبل أن تسلم بعد ذلك إلى عائلتها، التي وارت جنازتها الثرى بالمقبرة الواقعة

J. M (Mequinez)

Comparencia ante el tribunal del autor acusado de asesinar a una criada en Mequinez

Por falta de la comparencia de la defensa y de los testigos se procedió a aplazar el caso para el próximo mes de mayo.

El lunes pasado, por falta de la comparencia de la defensa del acusado y de los testigos en la audiencia, la Sala Penal del Tribunal de Apelación de Mequinez decidió aplazar el veredicto del expediente número 210/12 en el cual fue perseguido un acusado de robo con violencia usando arma blanca inculcado de un delito de homicidio con intencionalidad. Asimismo, durante la

audiencia el tribunal se dio cuenta de la falta del informe de autopsia efectuada al cadáver de la víctima, motivo por el cual el Fiscal General del Rey decidió aplazar el veredicto hasta la próxima audiencia.

Los sucesos de ese caso empezaron cuando el acusado (H.A), 24 años, soltero y sin ocupación, procedió a darle una puñalada mortal a la víctima (T.Sh) que trabajaba más de 15 años en casa de la viuda del judío Eli Ben Imran, dejándola luchar contra la muerte en la cocina del apartamento de su empleadora en el cuarto piso del edificio Rishl de la calle de al-Yaysh al-Malaki, en la ciudad nueva (Hamriya). Tras los gritos de la víctima solicitando auxilio, la empleadora (N.H) corrió hacia el escenario del crimen donde encontró a su criada hundida en la sangre. Tomó la iniciativa para informar a los cuerpos de seguridad del suceso y al mismo tiempo se apresuró para solicitar una ambulancia que llevó la víctima que perdió la vida mientras se dirigía hacia el Hospital Mohamed V de Mequínez. Ahí fue depositada en el depósito de los muertos y antes de entregarla a su familia para enterrarla en el cementerio de la Comunidad de Wislan, se le efectuó la autopsia.

Según fuentes de Assabah, el autor del crimen que se puso a llorar durante la representación del crimen, aprovechó la ausencia del vigilante, de la residencia mencionada anteriormente, para subir al cuarto piso y ejecutar el plan que había preparado, antes de huir hacia un destino desconocido; y después fue detenido. Tras registrar su casa, se encontró ropa similar a la que llevaba una persona sospechosa vista el día del crimen.

Las mismas fuentes añadieron que el autor del crimen ya había sido recibido por la empleadora judía la mañana del crimen solicitándole trabajo en un local de venta de coches y camiones que es de su propiedad. Ella le pidió que se esperase hasta que le respondiese. Y Así se fue, pero volvió el mismo día por la tarde llamando, de nuevo, a la puerta del apartamento. La víctima le abrió la puerta y le hizo entrar a la cocina donde le preparó dulces y té, esperando a que informase a su empleadora, que estaba en una sesión de masaje, creyendo que la viuda del judío le había pedido que volviese de nuevo a hablar con ella. Mientras la víctima estaba viendo el partido de las semifinales de la Copa de África en el televisor de la cocina, el acusado le pedía dinero pero ella no podía dárselo; por eso, cogió un cuchillo y le dio una puñalada mortal antes de abandonar la casa.

Unidad 14

As Sabah

احتجاز شقيقات واغتصابهن و'كراؤهن' بهمراکش

وسعت عناصر الشرطة القضائية بمراكش ضد تهمة الاغتصاب العائلي على أخطر شبكة اختطاف واحتجاز وانجاب الفتيات ورفضهن على الرافدين في ممارسة الجنس غير الإباحي مقابل 50 درهماً وبعث بعض الضحايا على ثلاثة من المصالحين بعد التراجع عن طلب الزواج كما تعرف على سائق سيارة أجرة كبيرة بملطمة مع الشبكات نفسها.

وأشارت إلى مصادر الصحاح: فإن الشبكة نشطت في المدينة ومحيطها منذ حوالي سنتين وسجلت شكايات من طرف بعض الضحايا، فيما قضت أبحاث المحكمة بخلاف الفضيحة، وأدت الضحايا المتكورة إلى القضاء الصريح بالاعتداء على وجود معتصمين ومضروبة واحدة ضحكتم بشل الضحايا: عند تعرفها على زعيم الشبكة وبعثها بانه ذو وضع جيد، تهدت الشبكة التي تضم الضحايا وتم يكف الأراء الشبكات باختلاف واحتجاز الفتيات لإتصاصهن، بل إن زعيمها كان يعرف خدمة القضاء على ضحايا من المواقف القوية من الأهل الذي كانت الشبكة تخدم فيه الضحايا مقابل 50 درهماً.

ويوجد بين الضحايا حسب ما ذكرته المصادر أنها: طالبات جامعات تعرف على زعيم الشبكة في هي كلين بمراكش، إذ كان يريد ما على أن يرتدي ثياباً ألباناً ويرى أنه يملك سيارة فخورة وولياً. وكان لا يرضى عن زعيم الشبكة شريكاً، فكانت معه لتأجيل أي طلب ففرض جرح على تكفيته أن يرضى سيئته محجورة وأنه سيستعمل خدمات سيارة أجرة كبيرة في مكانه صديق له.

وأكد بعض الضحايا في اتصال هاتفى أجريه معها الصحاح: أنها تفتخر إلى عائلة ميسورة وأن والديها سافر في 27 يناير الماضي ووثقا في بيتهم مع مصحبة، حيث كانت العائلة في مطعم المريكي، وفيما كانا عائدتين فوجئت بمخلة هائلة واشتدق بها، وأنشيت وألقف أن مسيرتي تعرفت

صحى زين الدين
Doha Zinedine

Encierre, violación y "alquiler" de chicas en Marrakech

Entre ellas estudiantes universitarias ofrecidas por sus reclutados a cambio de 50 dirhams para violarlas y un taxista fue involucrado

Los miembros de la policía judicial de Marrakech pudieron la semana pasada detener a una red peligrosa especializada en secuestrar, encerrar y violar a chicas ofreciéndolas a clientes que desearan practicar sexo violándolas por 50 dirhams. Algunas víctimas reconocieron a tres violadores mientras el cuarto aún está en fuga; asimismo, reconocieron a un taxista que colaboraba con la misma red.

Según las fuentes de *Assabah*, la red ejercía sus actividades en la ciudad y en sus alrededores hacía aproximadamente dos años. Algunas víctimas pusieron denuncias, mientras otras prefirieron mantener silencio por miedo al escándalo. Las mismas fuentes informaron que las víctimas se desmayaron al reconocer las caras de sus violadores y una de ellas se puso a reír históricamente al reconocer al jefe de la red y al enterarse de que se acabó con dicha red que violaba a las chicas.

Los miembros de la red no sólo secuestraban y encerraban a las chicas para violarlas, sino que su líder ofrecía el servicio de violación, por 50 dirhams, a los jóvenes de las localidades cercanas al lugar donde la red encerraba a las víctimas.

Según las mismas fuentes, se encontraba entre las víctimas estudiantes universitarias que habían conocido al jefe de la red en el barrio Guiliz de Marrakech. Siempre llevaba ropa elegante, y decía que tenía un coche de lujo y una villa. Antes de convencer a sus víctimas para ir con él a celebrar una fiesta en un restaurante de lujo, siempre decía que le han retenido el carnet de conducir y que debía coger el taxi de un amigo suyo.

Una de las víctimas dijo en una llamada telefónica establecida con *Assabah* que pertenecía a una familia humilde y que sus padres se fueron de viaje el pasado 27 de enero y la dejaron en casa con una amiga suya. Ambas salieron para cenar en un restaurante americano y cuando volvieron a casa, recibió una llamada y al cabo de un rato descubrió que su amiga conoció a un chico elegante que les pidió acompañarle a un restaurante de lujo conocido por sus veladas nocturnas. Tras la insistencia del joven, las chicas aceptaron y después les dijo que su coche de lujo está aparcado en la villa del barrio Nakhil 2, pero conocía a un taxista que les llevaría al restaurante. La víctima de los 21 años añadió que el joven llamó al taxista que les llevó. Pero el acusado

principal le pidió que pasara por el barrio Nakhil para cambiar su ropa. Nadie dudaba de él cuando les decía que se esperasen unos minutos en el taxi. El objetivo de aquello era pasar una barrera de seguridad. Después subieron al taxi otros dos jóvenes y tras la pregunta de la chica, el joven le contestaba que no tenía ninguna relación con ellos y que eran conocidos del taxista. Las dos víctimas se sorprendieron cuando el taxista se estaba alejando del barrio sin parar. Cuando una de ellas intentaba avisarle, los tres jóvenes sacaron grandes cuchillos y les pidieron silencio: “Nos insultaban y nos amenazaban con la muerte. Nos pidieron de dejar de implorarles. Les decía, en vano, que cogieran todo lo que tenía.”

La víctima añadió que el taxista les pedía que dijeran de llorar y que ya había llevado a decenas de chicas con los tres jóvenes y les había devuelto a sus casas tras haber pasado la noche con ellos: “Nos dijo que todo iría rápido y os devolvería yo mismo a vuestras casas.” Las dos chicas fueron encerradas, según la versión de una de ellas, en un lugar aislado a unos 38 kilómetros de Marrakech donde se sometieron a todo tipo de violación antes de que los violadores procedieron a liberarlas pidiéndoles no decir nada y no poner ninguna denuncia: “Cuando volvimos a Marrakech, fui a la comisaría de policía para avisar de lo que me pasó; solicité no redactar una denuncia oficial, sobre todo que tengo familiares que trabajan en cuerpos de seguridad y temía que mi caso fuera un motivo para dividir nuestra familia y generar problemas a causa del escándalo.”

Unidad 15

Al Massae

العثور على جثة شابة عارية ومشوهة بضواحي جرادة

عبد القادر كتر

عثر أحد سكان جماعة سيدي موسى، صباح أمس الخميس، على جثة شابة في الثلاثين من عمرها، ملقاة جنب الطريق الرابط بين العيون الشرقية وجرادة. وفور إخبارهم بالحادث المأساوي، انتقل رجال الدرك الملكي وعناصر الوقاية المدنية إلى عين المكان، حيث عابنوا جثة الضحية عارية تماما وملقاة وسط خندق على قارعة الطريق، وبجانبيها غطاء قد يكون استعمل للفها وحملها قبل الإلقاء بها من طرف الجاني أو الحناة. واستنادا إلى شهود عيان هالهم المشهد المرعب، فقد كانت الجثة تحمل آثار ضرب وكدمات، الأمر الذي أثار شكوكا حول تعرضها للتعذيب قبل التخلص منها. وبعد تحرير محضر معاينة في الحادث وفتح تحقيق ومباشرة التحريات الأولية بجمع المعلومات والأدلة بعين المكان للإحاطة بظروف الفعل الإجرامي، نقلت الجثة إلى مستودع الأموات بالمركز الاستشفائي الجهوي الفارابي بوجدة لإخضاعها لتشريح طبي بهدف تحديد أسباب الوفاة.

Se encuentra el cadáver de una joven desnuda en los alrededores de Jrada

Ayer jueves por la mañana, un habitante de la Comunidad de Sidi Moussa encontró el cadáver de una joven de unos treinta años al lado de la carretera que une El Ouyun al-Sharkiya con Jrada. Tras recibir la trágica noticia, los agentes de la Gendarmería Real y Protección Civil se trasladaron al lugar donde examinaron el cadáver de la víctima completamente desnudo, abandonado al borde de la carretera, y al lado había una cubierta probablemente fue usada para trasladarla antes de abandonarla por el culpable o los culpables. Según unos testigos, afectados por la terrible escena, el cadáver presentaba huellas de golpes y hematomas, con lo cual la víctima fue torturada antes de abandonarla. Tras redactar un informe previo al suceso y abrir una primera investigación en busca de información y pruebas en el lugar con el fin de saber las circunstancias

del acto criminal, el cadáver fue trasladado al depósito de los muertos del centro sanitario provincial al-Farabi de Oujda donde se someterá a la autopsia para saber las causas de la muerte.

Unidad 16

Al Massae

لقاء حول مشاركة الشباب في تدبير الشأن المحلي

نظمت جمعية الشباب والطفولة من أجل التنمية (مجلس شباب الرباط). مؤخرا بالفضاء الاجتماعي والمهني للتكوين وإدماج الشباب حي الأحياس بحي يعقوب المنصور بالرباط. مائدة مستديرة حول مشاركة الشباب في تدبير الشأن المحلي. تحت شعار «لنساهم في تكريس حكمة محلية جيدة». وشكل هذا اللقاء. الذي عرف مشاركة منتخبين محليين وفاعلين جمعويين. مناسبة لعرض المعوقات والتحديات التي تواجه الشباب. والدفع باتجاه تفعيل طاقات الشباب وإشراكهم في الخدمة العامة التي تحفز روح المواطنة والعمل المنتج وإكسابهم مهارات قيادية تمكنهم من الحصول على دور فعال في خدمة المجتمع.

Encuentro sobre la participación de la juventud en la gestión de los asuntos locales

La Asociación de Juventud e Infancia para el Desarrollo (Consejo de Juventud de Rabat) organizó últimamente en el Espacio Social y de Formación Profesional y la Integración de los Jóvenes del barrio Houbous del distrito de Yaaqouk El Mansour de Rabat una mesa redonda sobre la participación de los jóvenes en la gestión de los asuntos locales, bajo el lema: “Que participemos en la consolidación de una buena gobernanza local”. Este encuentro en el que participaron consejeros locales y actores asociativos constituyó una oportunidad para plantear las dificultades y los desafíos a los que se enfrentan los jóvenes. Asimismo, es una ocasión para impulsar y activar su energía con el fin de participar en el servicio común que estimula el espíritu de la ciudadanía, la labor productiva y en definitiva, adquirir habilidades directivas y desempeñar un papel en la sociedad.

Unidad 17

Al Dostur

شباب الثورة يرفض تسخير الآثار للدعاية الانتخابية للإخوان

كتب- وائل القمحاوي:

رفض اتحاد شباب الثورة والنقابة المستقلة للعاملين بالآثار تسخير الآثار للدعاية الانتخابية للإخوان عن طريق إقامة حفلات دعائية بالمعابد مما يندر بكارثة.
وأكد عمر الحضري عضو الاتحاد أن الآثار ستصبح طرفاً في الصراع السياسي بعد أن تمت أخونها تماماً، عقب تم تعيين المتحدث الرسمي لحزب الحرية والعدالة متحدثاً رسمياً لوزارة الآثار ومستشاراً لوزير الآثار محذراً من تنظيم حفلة تحت سفير الهرم يوم عيد الأم تحت إشراف حزب الإخوان .
وطالب الحضري الشعب المصري بعدم ترك الآثار فريسة للجماعة التي تسيطر على مفاصل الدولة وتسخرها لخدمتها وخدمة أعضائها .

Wail El Kamhawi

Los jóvenes de la revolución rechazaron el uso de los templos en la propaganda electoral de los Hermanos Musulmanes

La Unión de los Jóvenes de la Revolución y el Sindicato Independiente de los Trabajadores de los Templos han rechazado el uso de los templos en la propaganda electoral a través de la realización de las celebraciones de los mítines en los templos, lo que puede causar un ambiente de escalada.

Omar El Hadri, miembro de la Unión ha reafirmado que los templos se convertirán en parte del conflicto político tras su "hermanización" por completo gracias al nombramiento del portavoz oficial del partido Libertad y Justicia como portavoz oficial del Ministerio de Antigüedades y como asesor del ministro de Antigüedades advirtiendo de organizar una celebración debajo de la pirámide en el día de la madre bajo la dirección del partido de los Hermanos Musulmanes.

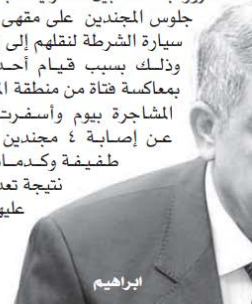
El Hadri hizo un llamamiento al pueblo egipcio para no dejar a la Organización apoderarse de los templos porque está dominando las instituciones del Estado poniéndolas a su servicio y al servicio de sus miembros.

١٥ شاباً يهاجمون مجندي مرور عقب انتهاء خدمتهم بالدقى بسبب معاكسة فتاة

لأمن الجيزة - أمر بسرعة التحرى والفحص وأفادت التحريات التى أجراها ضباط البحث الجنائى بقيادة اللواء محمود هاروق أن مجندا قام بمعاكسة فتاة من منطقة بين السرايات قبل المشاجرة بيوم فقامت الفتاة بإحضار والدها وتمكن مدير إدارة المرور من احتواء الموقف بعد أن قدم الاعتذار لوالد الفتاة نيابة عن المجند وتم التصالح، إلا أن عدداً من شباب المنطقة أصر على التشاجر مع المجندين فحضروا لهم حوالى الساعة الحادية عشرة مساء عقب انتهاء خدمتهم وانتظارهم لسيارة لنقلهم إلى إدارة المرور وافعلوا الاشتباكات معهم وتوصلت تحريات العميد عرفة حمزة - رئيس مباحث قطاع شمال الجيزة - إلى تحديد هوية ٤ متهمين وتم إعداد الأكمة اللازمة لضبطهم.

بالسيطرة على المشاجرة وفر المتهمون هارين فحضر المحضر اللازم بالواقعة وأخطر المستشار شريف توفيق - رئيس نيابة الدقى - للتحقيق حيث طلب تحريات الأجهزة الأمنية حول الواقعة وضبط وإحضار المتهمين واستدعاء المجندين المصابين لسماع أقوالهم. كانت البداية عندما فوجيء ٤ مجندين تابعين لإدارة مرور الجيزة بحوالى ١٥ شابا يقومون بالتعدى عليهم أثناء جلوسهم على مقهى بشارع أحمد الزيات بمنطقة بين السرايات وعلى الفور انتقلت قوات قسم الدقى ترأسها المقدم أحمد الوتيدى - رئيس المباحث - ومعاونه الرائد كريم الفيشاوى وتمكنت من السيطرة على الأمور ولكن كان قد لاذ المتهمون بالفرار وبإخطار اللواء عبدالموجود لطفى - مساعد وزير الداخلية

كتبت - ندى حمدي: هاجم ما يقرب من ١٥ شابا عددا من مجندي المرور بمنطقة بين السرايات بالدقى أثناء جلوس المجندين على مقهى فى انتظار سيارة الشرطة لنقلهم إلى إدارة المرور وذلك بسبب قيام أحد المجندين بمعاكسة فتاة من منطقة المتهمين قبل المشاجرة بيوم وأسفرت المشاجرة عن إصابة ٤ مجندين بإصابات طفيفة وكدمات وجروح نتيجة تعدى الشباب عليهم بالأيدى فقامت القوات الأمنية



Nada Hamdi

Unos 15 jóvenes han atacado a un grupo de funcionarios de tráfico tras acabar su servicio en el barrio de Duqi por interceptar a una chica

Unos jóvenes han atacado a un grupo de funcionarios de tráfico en el distrito de Bayn Sarayat de Duqi cuando estaban sentados en una cafetería esperando al coche de Policía para llevarles a Dirección de Tráfico. Aquello ocurrió a causa de la intercepción de una chica, que pertenecía al barrio de los acusados, por uno de los funcionarios un día antes. Tras la pelea cuatro funcionarios resultaron heridos levemente a causa de los ataques de los jóvenes. Las fuerzas de seguridad han podido controlar la situación, mientras que los acusados huyeron del lugar. Por otra parte, fue redactado el informe necesario de los hechos y se procedió a informar al consejero Sharif Tawfiq, presidente de la Delegación de Duqi, quien solicitó a los cuerpos de seguridad abrir una investigación para detener a los acusados y convocar a los funcionarios heridos para declarar.

Todo empezó cuando cuatro funcionarios de la Dirección de Tráfico de Guiza fueron sorprendidos por 15 jóvenes que les atacaron cuando estaban sentados en una cafetería de la calle Ahmed El Ziyat en el distrito Bayn Sarayat del barrio Duqi. Inmediatamente las fuerzas de seguridad del distrito de Duqi, presididas por el coronel Ahmed El Watidi -jefe de investigación- y el teniente coronel Karim El Fishawi se trasladaron al lugar y pudieron controlar la situación; pero los acusados huyeron del lugar. Tras informar a Abdelmawjoud Lotfi, delegado del ministro del Interior en la comisaría de Guiza, ordenó que se hiciera una investigación rápida. Los oficiales de la investigación criminal, presididos por el general Mahmoud Farouq informaron que uno de los funcionarios ha interceptado a una chica de Bayn Sarayat un día antes de la disputa. La chica vino con su padre y el director de la Dirección de Tráfico pudo controlar la situación tras presentarle disculpas en nombre del funcionario. Sin embargo, un grupo de jóvenes de la zona insistió en armar una disputa contra los funcionarios. Por eso, vinieron para enfrentarse con ellos alrededor de las 11 de la noche cuando acabaron su servicio y estaban esperando el vehículo de transporte que les iba a trasladar a la Dirección de Tráfico. Así empezó la pelea. La investigación del brigadier Ahmed Hamza, jefe de investigación del distrito norte de Guiza, logró identificar a los cuatro acusados y se prepararon las emboscadas necesarias para detenerlos.

Unidad 19

Al Ahram (Egipto)

«انطلق وارسم مستقبلك».. برنامج لتشغيل الشباب

شبابية. وأضافت أن برنامج المؤسسة يتم بالتدريب الموجه للشباب من الفئة العمرية ٢٢ - ٢٤ يعرف الشباب قدراته وتحديد المسار المناسب له، ووضع خطة لتنفيذه على المستوى العلى والعلمى من خلال ٣ أقسام

١. قوة العقل والفكر. ويتناول القدرات وتوليد الأفكار

ب. من أنت. ويتناول التعرف على القدرات الشخصية والأصل المناسبة

ج. ارسم مستقبلك. ويتناول تحديد الأهداف المستقبلية، ورسم خطة الحياة والدوافع لها، والمشاركة في برامج دعم ميادير نموذج محاكاة جائزة نوبل بجامعة عين شمس، ونموذج بورن أكاديمي، بكتابة التجارة، والمشاركة في برنامج الابتكار الصغير، والذي تنفذه جمعية نهضة الشباب بالتعاون مع وزارة الشباب واليونيسيف، ومبادرة مؤسسة التعليم من أجل التوظيف، ومؤتمرات تنمية سيدات، وملقى التوظيف في مجال الجرائد وتكنولوجيا المعلومات، وبرنامج سوق العمل لخلق فرص العمل للشباب المصري



٢. مهندس أم فنان. ويساعد على تحديد المسار الوظيفي

٤. أبني مستقبلك. ويتناول قصص نجاح رواد الأعمال والمهارات، وعقد لقاءات حوارية مع الشباب وتوفير الفرص للتدريب واكتساب المهارات لدخول سوق العمل، وتوفير المعلومات حول الفرص المتاحة للعمل بمختلف القطاعات في المجتمع، والمشكلات المتوقعة من أجل الحصول على العمل ووسائل التعامل معها بتنظيم لقاءات

وأضافت أن المؤسسة أطلقت موقعاً إلكترونياً لتحقيق أهدافها الخيرية لأي شاب بعنوان (gro qelatni) (انطلق) لتعزيز ثقافة العمل وأخلاقياته في مجالات:

١. اعرف نفسك. وهي مجموعة اختبارات نفسية تساعد في تحديد الأبعاد والقدرات الشخصية للشباب.

٢. لماذا أعمل. وهي مقالات وأفلام تتناول أهمية العمل من الزوايا النفسية والدينية والأخلاقية.

انطلق وارسم مستقبلك.. برنامج وضعته مؤسسة آل فرة للتنمية المستدامة لمساعدة وتنمية الشباب، وفتح مجالات العمل من خلال رجال الأعمال والتدريب لاكتساب مهارات دخول سوق العمل. وبرنامج: اكتشف نفسك وانطلق. وخطا تنمية الشباب ودعم ميادير بالتعاون مع المنظمات الأهلية. ورفع جهود التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالاستثمار في رأس المال البشري بتنمية قدرات الشباب. وصرح الدكتور منال الجويلي - المدير التنفيذي للمؤسسة - بأن المؤسسة بما لها من قدرات بالتعامل مع رجال الأعمال لتقديم دراسات جدوى اقتصادية وتعليم العام على رأس المال والاستثمار والخبرات العلمية وقصص النجاح توفرها للشباب، فضلاً عن خبرتها في مجال التنمية المحلية المستدامة والتنمية البشرية والاتصال المباشر بالمجتمع وآليات العمل التنموي ومناهجها التي تسهم في إنجاح المشروعات باتواعها ضمن برنامجها الخيري في التعامل مع القطاع الخاص والمجتمع المدني والحكومة بما يضمن إنجاح أي مشروع والتكامل في التخطيط.

“Empieza a diseñar tu futuro”... programa ocupacional para los jóvenes

“Empieza a diseñar tu futuro...” es un programa creado por la Fundación Al-Korra para el Desarrollo Sostenible para ayudar y preparar a la juventud abriendo ámbitos de empleo a través de los empresarios, y asimismo organizar prácticas profesionales para adquirir habilidades necesarias para ingresar en el mercado laboral. Por otro lado, el programa “descúbrete a ti mismo y empieza” es un programa creado para el desarrollo de la juventud y para apoyar a sus iniciativas cooperando con las ONGs; también para impulsar los esfuerzos del desarrollo económico y social invirtiendo en el capital humano con el fin de desarrollar los medios de los jóvenes. En este marco, la doctora Manal El Jamil, directora general de la Fundación anunció que su institución está capacitada para tratar con empresarios para desarrollar estudios económicos maximizando el rendimiento del capital. Además, procura estudiar con ellos programas de inversión y de experiencia científica contemplando los éxitos que tendrán para los jóvenes. Asimismo, El Jamil habló de la experiencia acumulada por la Fundación en los ámbitos del desarrollo local sostenible, en el desarrollo humano, en el contacto directo con la sociedad, en los mecanismos de labor de desarrollo y sus métodos que ayudan a realizar los diferentes proyectos dentro de su trabajo filantrópico, en relación con el sector privado, con la sociedad civil y con el Gobierno para que cualquier proyecto tenga éxito basándose en una planificación integral. Añadió que la Fundación creó una página web para conseguir sus objetivos humanitarios de cara a cualquier joven bajo el lema “Gro Qclatni” (empieza) para consolidar la cultura moral del trabajo teniendo en cuenta los siguientes puntos:

1. “Conócete a ti mismo”: se trata de una serie de pruebas psicológicas que ayudan a conocer las dimensiones y las capacidades del joven.
2. “¿Por qué trabajo...?” Son artículos y películas que tratan la importancia del trabajo desde ángulos psicológicos, religiosos y morales.
3. “Ingeniero o artista”: ayuda a determinar la trayectoria profesional.
4. “Construye tu futuro”: trata historias de éxito de líderes, habilidades, celebración de encuentros de diálogos con los jóvenes, creación de oportunidades de prácticas, adquirir habilidades para ingresar en el mercado laboral, informar sobre las oportunidades de trabajo que ofrecen diferentes sectores de la sociedad, problemas planteados para encontrar trabajo y mecanismos de superarlos organizando encuentros juveniles.

Añadió que el programa de la Fundación se basa en realizar prácticas orientadas para jóvenes de la edad de 22 años para que el joven conozca sus capacidades y determinar su trayectoria apropiada; asimismo, establecer un plan que se llevará a cabo a nivel científico y práctico según las vías siguientes:

- a. “Poder de la mente y del intelecto”: trata las capacidades y la generación de ideas.
- b. “¿Quién eres?” Trata las capacidades personales y los trabajos adecuados.
- c. “Dibuja tu futuro”: Trata la determinación de los objetivos futuros, la creación de un plan de vida, sus impulsores, participación en los programas de apoyo a las iniciativas del modelo imitativo del programa del Premio Nobel de la Universidad de Ayn Shams, modelo Bond Academy de la Facultad de Comercio, participación en el Programa Creativo Menor que se lleva a cabo por la Asociación Nahda de Mahrousa, Programa Participa en Apoyar a Jóvenes Promotores en cooperación con el Ministerio de Juventud y con la UNICEF, iniciativa de la Fundación Educativa para la Inserción Laboral en el ámbito gráfico y en la tecnología de información y el Programa del Mercado Laboral para crear oportunidades de trabajo para jóvenes egipcios.

Unidad 20:

Al Ahram

**حملة لنظافة ٣ أحياء
بالغردقة بمشاركة ٦٠٠ شاب**

البحر الأحمر . عرفات علي:
نظمت الإدارة العامة للبيئة
بديوان محافظة البحر الأحمر يومًا
في حب مصر بهدف المشاركة
الإيجابية للشباب وتوجيه رسالة
للسائحين الأجانب بالاستمرار
في زيارة المنطقة وشملت فعالياته
تنظيف ثلاثة أحياء بالغردقة
وغرس أشجار الزينة وصرح
محمد عبدالجواد مدير عام
الإدارة العامة للبيئة بأن المحافظ
محمد كامل كان على رأس
المشاركين في هذه الحملة التي
شاركت فيها مديريات التربية
والتعليم والصحة والشباب
والأزهر وجمعية «هيكا» الأهلية
وفريق من الكشافة حيث بلغ عدد
المشاركين نحو ٦٠٠ شاب

Arafat Ali - El Mar Rojo

Una campaña para limpiar tres Barrios de Ghardaka con la participación de 600 jóvenes

La Dirección General de Medio Ambiente en el distrito provincial del Mar Rojo organizó un día de amor a Egipto con el objetivo de la participación positiva de los jóvenes con el fin de mandar un mensaje a los turistas extranjeros para continuar visitando la zona. Las actividades abarcaron la limpieza de tres barrios de Ghardaka y plantar árboles ornamentales. En este contexto, Mohamed Abdeljawad, director general de la Dirección General de Medio Ambiente anunció que el conservador Mohamed Kamel estaba en la primera fila de los participantes en esa campaña en la cual participaban direcciones de Educación, Sanidad, Juventud, al-Azhar, la ONG HEPCA y un grupo de scouts. Así el número de los participantes alcanzó unos 600 jóvenes.

Cuestionario: jóvenes y prensa

Se está llevando a cabo una investigación sobre la representación de los jóvenes en la prensa de diversos países mediterráneos entre los que se encuentra España. Te agradeceríamos que dedicaras unos minutos de tu tiempo a responder las preguntas que se exponen a continuación de manera que tus respuestas se asimilen fielmente a la realidad. El cuestionario es completamente anónimo y las respuestas se usarán con fines estadísticos.

De antemano, muchas gracias por tú colaboración. Tus respuestas hacen posible el desarrollo de esta investigación.

"... la ciencia es nosotros"- Claude Bernard

1. Sexo:

- Mujer
- Hombre

2. Edad:

- 18-21
- 22-25
- 26-29
- 30

3. Lugar de nacimiento (ciudad):

4. Nivel de estudios finalizados:

- Educación Secundaria Obligatoria (ESO)
- Bachillerato
- Formación Profesional
- Diplomatura/Licenciatura/Grado universitario
- Máster o Postgrado universitario
- Doctorado

5. Indica la cantidad de tiempo al día que empleas habitualmente en el consumo de los siguientes medios de información:	Nada	Menos de 30 minutos	Entre 30 minutos y 1 hora	Entre 1 y 2 horas	Más de 2 horas
Televisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diarios impresos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diarios online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros medios de comunicación por internet (plataformas de vídeo, radios online etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros. Por favor, indica cuál/es y el tiempo que empleas habitualmente en su consumo. Si no deseas indicar nada dirígete directamente a la siguiente pregunta					
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Con qué fin/es sueles emplear los medios de comunicación? Señala en qué grado estás de acuerdo con las razones que se indican a continuación:	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Entretenimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estar al tanto de la actualidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formarse una opinión sobre los hechos noticiosos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comentar y valorar los contenidos de los medios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Con qué fin/es sueles emplear los medios de comunicación? Señala en qué grado estás de acuerdo con las razones que se indican a continuación:	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Adquirir conocimiento general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras razones. Por favor, indica cuál/es y el grado en el que estás de acuerdo en un rango del 1 al 5 donde 1 significa "totalmente en desacuerdo" y 5 "totalmente de acuerdo"					
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Indica en qué medida accedes a los siguientes medios de comunicación para mantenerte informado de la actualidad donde 1 significa "nunca" y 5 "muy frecuentemente".	Nunca 1	2	3	4	Muy frecuentemente 5
Televisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diarios impresos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Versión online de diarios convencionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros medios online (plataformas de vídeo, radios online etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Indica en qué medida accedes a los siguientes medios de comunicación para mantenerte informado de la actualidad donde 1 significa "nunca" y 5 "muy frecuentemente".	Nunca 1	2	3	4	Muy frecuentemente 5
Redes sociales: páginas de Facebook de medios de comunicación, cuentas de twitter de medios de comunicación etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redes sociales: páginas de Facebook de amigos o seguidores y cuentas de twitter de amigos o seguidores etc.					
Otros. Por favor, indica cuál/es y señala del 1 al 5 la frecuencia con la que accedes a este/os medio/s para mantenerte informado de la actualidad donde 1 significa "nunca" y 5 "muy frecuentemente"					
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Califica el grado de influencia que tienen para ti los siguientes medios como creadores de opinión pública.	Nada influyente	Poco influyente	Influencia moderada	Influyente	Muy influyente
Televisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diarios impresos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diarios online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros medios de comunicación por internet (plataformas de vídeo, radios online etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros. Por favor, indica cuál/es y señala el grado de influencia que tienen para ti como creadores de opinión					

8. Califica el grado de influencia que tienen para ti los siguientes medios como creadores de opinión pública.	Nada influyente	Poco influyente	Influencia moderada	Influyente	Muy influyente
pública (nada influyente, poco influyente, influencia moderada, influyente o muy influyente)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Cuando consultas un periódico, ya sea impreso o la edición online, ¿Qué temas te suelen interesar? Indica del 1 al 5 el grado de interés por los temas que se indican a continuación donde 1 significa "nada interesante" y 5 "muy interesante".	Nada interesante 1	2	3	4	Muy interesante 5
Política	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Economía	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sociedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sucesos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medios de comunicación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cooperación y derechos humanos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eduación y Formación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tecnología	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Cuando consultas un periódico, ya sea impreso o la edición online, ¿Qué temas te suelen interesar? Indica del 1 al 5 el grado de interés por los temas que se indican a continuación donde 1 significa "nada interesante" y 5 "muy interesante".	Nada interesante 1	2	3	4	Muy interesante 5
Religión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Salud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros. Por favor, indica cuál/es y señala del 1 al 5 el grado de interés donde 1 significa "nada interesante" y 5 "muy interesante"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Con qué frecuencia consideras que aparecen los jóvenes en los periódicos?

- Nunca o casi nunca
- Muy poco
- Ni poco, ni mucho
- Frecuentemente
- Muy frecuentemente

11. Crees que esta presencia de los jóvenes en la prensa debería:

- Disminuir
- Mantenerse
- Aumentar
- No me afecta

12. Ordena de mayor a menor los temas con los que crees que se relaciona asiduamente a los jóvenes en la prensa donde 1 es "el tema con el que más crees que se les vincula" y 10 es "el tema con el que menos se relaciona a los jóvenes en la prensa". Deberás mover con el cursor cada recuadro dentro de la fila de la tabla que corresponda.

Acciones políticas dirigidas a los jóvenes	Jóvenes como líderes de opinión o expertos en alguna materia	Jóvenes emprendedores
Jóvenes y participación política (participantes en manifestaciones o campañas reivindicativas)	Jóvenes como líderes políticos, militantes de partidos políticos, de organizaciones o agrupaciones políticas	
Jóvenes en contextos de responsabilidad (trabajadores, unidades familiares, solidarios...)	Oferta formativa y educación de los jóvenes	Desempleo juvenil
Sucesos en los que están involucrados los jóvenes (accidentes, actos delictivos, vandalismo)	Jóvenes en contextos de ocio o como actores culturales o destinatarios de la oferta cultural	

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

13. Indica en qué medida estás de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la representación de los jóvenes en la prensa:	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1. Cuando aparecen noticias de los jóvenes en la prensa normalmente se incluye la propia versión de los jóvenes (se publican sus declaraciones).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Las noticias sobre jóvenes suelen estar, ocasionalmente, protagonizadas por instituciones (administraciones u otros organismos públicos).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. La prensa tiende a mostrar a los jóvenes como personas responsables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. La prensa tiende a mostrar a los jóvenes como personas no comprometidas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Los jóvenes aparecen como sujetos vulnerables de las circunstancias económicas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Los jóvenes aparecen, a menudo, en la prensa como sujetos activos en el desarrollo de algún proyecto de emprendeduría económica o social.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Se suelen criminalizar en la prensa los contextos de socialización de los jóvenes (ocio, relaciones sentimentales etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. A menudo, aparecen en la prensa jóvenes que se presentan como modelo a seguir por su comportamiento cívico o como ejemplo de superación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. ¿El discurso sobre los jóvenes en la prensa puede influir en el consumo que realizas de este medio de comunicación en concreto?

- No me influye en absoluto
- Me influye poco
- Me influye moderadamente
- Me influye
- Me influye bastante
- No es algo en lo que he pensado

Muchas gracias por haber dedicado unos minutos de tu tiempo a responder las preguntas. Tu colaboración es necesaria para seguir avanzando hacia el conocimiento.