

INFLUENCIAS EXÓGENAS DE LA CULTURA DEL MERCADO EN LAS PREOCUPACIONES DE LOS JÓVENES: UNA EXPERIENCIA EMPÍRICA APROXIMATIVA

Nuria Muñoz Fernández y Ramón Reig García
Universidad de Sevilla (España)

Resumen

Educación y comunicación/entorno van de la mano en el sistema global de nuestros días donde la mundialización de las estructuras de poder y de los mensajes han traído consecuencias para los ciudadanos de a pie, derivadas en buena medida de la crisis de 2007-2008. Es una de las conclusiones a las que hemos llegado en este estudio que se basa en un trabajo de campo desarrollado a partir de una cuestión esencial plantada a 80 alumnos de quinto curso de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad de Sevilla durante los cursos 2012-2013 y 2013-2014. Nuestro objetivo es acercarnos a descubrir cómo afectan las estructuras de poder y sobre todo las pautas que éstas marcan a los jóvenes que están a punto de finalizar sus estudios universitarios y se enfrentan por primera vez al mundo laboral así como introducirnos, a su vez, en sus inquietudes y sentimientos. La familia, los medios de comunicación, la política, la educación, todo influye y todo preocupa cuando la situación de crisis agrava la sensación de angustia en la que vive un joven que ve cómo se desmorona su sueño de cumplir con aquello que el mercado le ha ido mostrando como el camino a seguir. El análisis de contenido ayudará a desmembrar todas y cada unas de las preocupaciones de estos jóvenes ante su situación inmediata.

Palabras clave: comunicación, educación, mercado, estructura, crisis.

Artículo recibido: 20/07/15; **evaluado:** entre 21/07/15 y 10/09/15; **aceptado:** 20/09/15.

La educación es uno de los instrumentos fundamentales que tiene el ser humano para desarrollarse en sociedad. Desde las primeras etapas educativas hasta los estudios universitarios se marcan unas pautas para la correcta actuación futura en el entorno social. El ser humano se ha convertido en un ser social porque así nace, vive y se desarrolla o, al menos, se ve obligado a vivir en comunidad (Manfred, 1978). Sea como fuere, la educación es un acto primordial y que marcará la futura actuación. En este sentido, la educación ha sido siempre una serie de fases que había que cumplir para crear un ser formado, ignorando en muchos casos el desarrollo personal interno del individuo.

Los medios de comunicación, entes dinamizadores de la sociedad, complementan esa educación, que podríamos definir para el mercado. "El mensaje brota de una estructura mediática –en este

caso mercantil, que es la más habitual y articulada- a su vez determinada e inscrita en la estructura socioeconómica de la que depende” (Reig & Mancinas-Chávez, 2013).

Se educa a los niños, que en el futuro serán hombres, en un sistema fuertemente marcado por las ideas globales y mercantiles. Estudiar, encontrar un trabajo, comprar una casa, tener hijos y formar la tan ideal familia que nuestra cultura nos ha mostrado desde las primeras etapas. Cuando uno de los eslabones de esta cadena, en la que se convierte la vida de todo ser educado en sociedad, se rompe, el individuo muestra su lado más indefenso. Las pautas marcadas no enseñan vías alternativas a las que se habían preestablecido.

Sin embargo, la profunda crisis que vivimos rompe de algún modo la cadena de ejemplo a seguir que de forma tan inherente hemos ido aceptando. Los jóvenes que acaban sus estudios universitarios en la España actual encuentran un panorama desolador, con una gran tasa de desempleo y una emancipación cada vez más imposible. La idea de terminar de estudiar, encontrar un trabajo y salir de casa ya no es posible. La única posibilidad de emanciparse es emigrar a otro país en busca de una oportunidad laboral. La generación más preparada solo tiene dos alternativas, la de la emigración o la desesperación de quedarse en casa de sus padres, esperando que algún día llegue esa tan ansiada oportunidad laboral, que en el mejor de los casos les hará trabajar más horas de las establecidas por contrato, si es que lo hay, y por un sueldo que nada tiene que ver con el salario base establecido para la categoría a la que pertenecen.

En este entorno se engloba el estudio que a continuación presentamos y en el que hemos querido analizar las preocupaciones e inquietudes de esos jóvenes que finalizan sus estudios y se enfrentan a la ardua tarea de mezclarse en una sociedad con unas pautas marcadas por el mercado y la globalización.

Marco teórico

Este trabajo se fundamenta principalmente en un marco teórico, el análisis de contenido, entendido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”, tal y como definía Klaus Krippendorff en su Metodología de análisis de contenido, teoría y práctica (Krippendorff, 1990).

Entendemos que la definición de Krippendorff se ajusta perfectamente al caso que estamos analizando, ya que partimos de nuestra muestra de análisis para elaborar una conclusión aplicable al contexto en el que nos movemos. El análisis de contenido es así una herramienta a partir de la cual podemos obtener una representación de los hechos. Krippendorff también apuntaba que “un mensaje es capaz de transmitir una multiplicidad de contenidos incluso a un único receptor. En

estas circunstancias, la pretensión de haber analizado el contenido de la comunicación trasluce una posición insostenible” (Krippendorff, 1990).

Este autor aún afinaba más su definición al afirmar que “También nosotros exigimos que el análisis de contenido sea predictivo de algo en principio observable, que facilite la toma de decisiones o que contribuya a conceptualizar la porción de la realidad que dio origen al texto analizado” (Krippendorff, 1990:32).

A partir de esta base apuntamos que si un mensaje es capaz de transmitir contenidos múltiples, varios mensajes pueden establecer un amplio abanico de contenidos, de este modo los factores de los elementos de la muestra analizada pueden ofrecernos múltiples factores de influencia en los jóvenes de la sociedad actual.

Por su parte Bardin señalaba que el análisis de contenido tenía dos funciones (Bardin, 1986:22):

1. Una función heurística: el análisis de contenido enriquece la vacilación exploratoria, aumenta la propensión al descubrimiento. Es el análisis de contenido “para ver”.
2. Una función de “administración de la prueba”. De hipótesis bajo la forma de cuestiones o de afirmaciones provisionales que, sirviendo de líneas directrices, recurrirán al método de análisis sistemático para resultar verificadas en el sentido de una confirmación o una invalidación. Es el análisis de contenido “para probar”.

Por tanto, el análisis de contenido está catalogado como

Un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones utilizando procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes. El propósito del análisis de contenido es la “inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción (o eventualmente de recepción), con ayuda de indicadores (cuantitativos o no) (Bardin, 1986).

A la hora de realizar el análisis de contenido es indispensable tener en cuenta el contexto en que los mensajes han sido elaborados, ya que la descontextualización puede llevar a conclusiones erróneas. En esta línea Krippendorff apuntaba que “cualquier análisis de contenido debe realizarse en relación con el contexto de los datos, y justificarse en función de éste” (Krippendorff, 1990). También este autor elaboraba un marco de referencia a tener en cuenta a la hora de realizar el análisis y que establece una serie de conceptos básicos, tales como datos, contexto, conocimiento del analista, objetivo, inferencia y validez.

Y es que el análisis de contenido no es solo aplicable al sujeto que se está analizando sino que va más allá, ya que aplicado a “continentes” materiales, busca fuera, no dentro, pues las dimensiones de los datos extraídos del análisis sólo existen fuera de los continentes, es decir, en la mente de

los sujetos productores o usuarios de los mensajes, textos, discursos, o documentos que se analizan (Piñuel, 2002).

Es precisa en cualquier análisis de contenido la selección de “categorías”, Piñuel cita a Berelson al decir que

Cualquier análisis de contenido se sostiene o se hunde por cuáles sean sus categorías de análisis. La selección de la comunicación a estudiar permite enmarcar fenomenológicamente el objeto material de análisis (y en su virtud, también las fuentes del material que haya de configurar el corpus de estudio), pero la selección de categorías construye la *mirada* del objeto (Piñuel, 2002: 10).

Partimos de una base, de unas miradas previas a la hora de analizar el texto al que nos enfrentemos y de ahí parten las categorías, de una idea inicial que parte de una primera mirada y que nos permitirá proceder a refutarla, es decir con el análisis de contenido lo que queremos es comprobar si lo que a simple vista nos cuenta es realmente así o no y por qué lo es o no lo es.

Objetivo y metodología del estudio

El principal objetivo de este estudio es identificar y conocer en profundidad y de primera mano las inquietudes y preocupaciones de los jóvenes ante la finalización de sus estudios. El entorno en el que viven los sujetos de este estudio es el que propicia que el estudio tenga sentido, pues es ante la situación económica y política que atraviesa este mundo globalizado en el que vivimos donde surge la expectación de saber hacia dónde nos dirigimos y qué rumbo tiene la sociedad que viene. Tenemos la idea preconcebida de que los cambios sociales que se están sucediendo en el contexto español están afectando a los miembros de su sociedad y sus sentimientos. Con este análisis pretendemos acercarnos a las preocupaciones y conflictos personales de los miembros de la muestra y determinar si realmente se sienten afectados o si, por el contrario, no supone un conflicto interno en cada uno de ellos.

En esta investigación hemos querido acercarnos a esa visión sobre el mundo que tiene un sector de la sociedad tan importante como son los jóvenes y en especial aquellos que se plantean su futuro laboral más próximo tras realizar unos estudios universitarios.

Muestra

Definimos como objetivo de estudio los alumnos que cursan el último curso de sus estudios universitarios, fijando un especial interés en aquellos que están familiarizados con el ámbito de la

comunicación, pues poseen además conocimientos acerca de cómo funcionan los medios en cuanto agentes dinamizadores y educadores en un entorno globalizado (Martínez-Pecino y Guerra de los Santos: 2014). Aunque no es excluyente la posibilidad de realizar este mismo estudio con cualquier estudiante en la misma situación.

El estudio fue realizado sobre una muestra de ochenta alumnos del último curso de estudios (5º) de Periodismo de la Universidad de Sevilla, durante los ciclos académicos 2012-2013 y 2013-2014. Nuestro trabajo parte de un ejercicio práctico derivado de una clase de la materia Estructura de la Información, una vez que habíamos explicado los basamentos teóricos de lo que llamamos enfoque estructural (Reig, 2011). En primer lugar, se les hizo un planteamiento: "Estructure su vida, sus sentimientos: qué factores le influyen". Un ejercicio personal en el que no había pautas marcadas, solo el título al que debían responder y sin conocer su finalidad, salvo que se trataba de un ejercicio práctico que no iba a contribuir a la nota final de la materia. Estos jóvenes que solo tienen en común la edad (22 a 23 años) y los estudios realizados han reflexionado sobre este asunto exponiendo en sus textos las distintas preocupaciones que les atañen.

En una segunda fase los textos fueron comentados en clase –obviando los contenidos más personales o íntimos- para observar el comportamiento de los alumnos y sus opiniones ante las reflexiones propias y las de sus compañeros. Todo este ejercicio, como se ha dicho, se enmarca en una clase de Estructura de la Información, asignatura en la que los alumnos se han acercado por primera vez al entorno en el que está inserta su futura profesión y su vida en general, llegando a conocer un poco más los entresijos de este mundo globalizado en el que se encuentran y del que difícilmente puedan quedar fuera (1).

Desarrollo del estudio

Realizamos un análisis de contenido sobre los textos de alumnos que han mostrado sus inquietudes y preocupaciones ante el futuro mediante escritos personales e íntimos, en los que se han desnudado de algún modo, para reflejar cuáles son sus sentimientos actuales. A lo largo de este punto veremos comentadas las opiniones de los protagonistas con citas que les pertenecen. De una primera lectura de esos textos destacamos una serie de factores que han sido perfilados como los que más influyen sobre estos jóvenes.

Los factores más influyentes

Del análisis de contenido de los ochenta documentos hemos extraído un total de diecinueve factores que han formado parte de la muestra de la investigación, la mayoría de estos se ha repetido en diferentes ocasiones, como podemos ver en el siguiente gráfico.

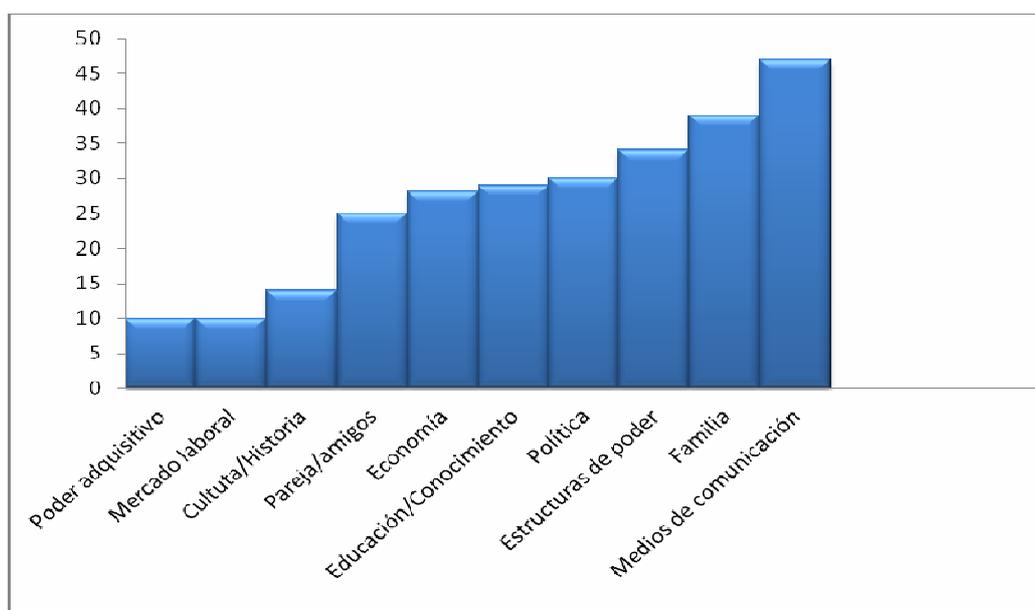


Figura 1: Los factores que más influyen en los jóvenes universitarios a punto de finalizar sus estudios de periodismo.
Fuente: elaboración propia, 2015.

De todos los factores que han sido seleccionados destacamos los medios de comunicación, factor que han destacado cuarenta y siete de los ochenta sujetos que conforman la muestra, seguido por el entorno y la familia. Los medios de comunicación influyen de forma directa como agentes que transmiten la información a la sociedad y también está relacionado directamente con la profesión que todos ellos quieren desarrollar, la de periodista. Son estudiantes y destacan el valor de la formación: “los medios no nos dicen tanto cómo pensar como en qué pensar, en qué debemos mantener la mente ocupada y cuáles son los problemas que realmente tenemos”.

“Somos libres y autónomos *a priori*, pero en el momento en que nacemos ya somos esclavos del contexto donde nos ha tocado vivir. Así, aunque seamos autónomos en la teoría, en la praxis somos dependientes del entorno”, así manifiestan la influencia del entorno, un concepto que han situado en segundo lugar de orden.

El entorno debe ser tenido en cuenta porque los individuos no son libres, siempre están sujetos al entorno que de alguna manera se les ha impuesto. “Realmente, no considero que ningún factor nos determine, pero si que nos condiciona en mayor o menor medida”, y el entorno es quizás el factor más condicionante aunque no todos los sujetos lo hayan señalado con la misma

nomenclatura. Cuando hablamos del entorno nos referimos a lo que rodea a algo o alguien, es decir todos y cada uno de los factores o circunstancias que inciden sobre la persona, en este caso concreto los jóvenes que han formado parte de este estudio han determinado “su entorno” como un factor en sí, y no como un conjunto de circunstancias, sin ahondar en qué es lo que hay en el propio entorno. El entorno es el ambiente en el que un individuo se desenvuelve y desarrolla socialmente:

Todo ser humano precisa de un espacio de relación e interacción social en el que desenvolverse para poder desarrollar su existencia de manera plena [...] Y me gusta esta idea por el simple hecho de postular una relación de flujos de dependencia comunitaria en el que se intenta alcanzar un bien común de la manera más justa posible, aunque se reproduzca a través de la implantación de un convenio ficticio. Nos desligamos de la premisa de Thomas Hobbes, el hombre es un lobo para el hombre y es malo por naturaleza.

En tercer lugar se encuentra la familia como agente que ejerce cierta influencia sobre el sujeto. En pleno siglo XXI, cuando creíamos que el ser humano estaba en uno de sus máximos niveles de independencia, cabe plantearse si los últimos cambios están creando un lazo de dependencia entre los jóvenes y su entorno familiar. Estamos en un país con una alta tasa de desempleo donde independizarse es ya casi un lujo y se produce así lo que conocemos como ruptura de la movilidad social ascendente.

En los últimos años se está produciendo una involución en los procesos de emancipación que ha provocado el retorno de decenas de miles de jóvenes al domicilio familiar, influyendo de modo negativo en lo que hasta ahora había sido el tránsito natural en el relevo generacional en todos los campos de la vida pública y social: “Me da miedo no encontrar trabajo cuando termine porque la independencia es cada vez mayor y la economía es, cada vez, más responsabilidad mía que de mis padres”.

En el cuarto lugar de esta tabla encontramos las estructuras de poder. “Sampedro interrelaciona en su reflexión varios elementos: ley o derecho, economía, sociedad, poder, mundo mediático articulado con el poder y con la economía, ideología, conceptos filosóficos como el de libertad” (Reig, 2011).

En definitiva la estructura, ese difícil entramado de poder, del que pocas veces somos conscientes pero que influye en nosotros desde que nacemos hasta que morimos, entra en juego ahora en la vida de estos jóvenes :

Yo solo soy un grano en este entramado. Un ser en el que han influido y siguen influyendo miles de factores que se dan en la sociedad. [...] Quizás, el denominado Método Estructural (relación entre la Economía, la Política, la Información, la Comunicación y la Cultura) es lo que repercute de manera decisiva en el mundo. Estas disciplinas están interrelacionadas. Y todo hace que mi yo sea de una u otra manera.

A estos jóvenes la formación universitaria les convierte en adultos perfectamente preparados para desenvolverse en el escenario de la vida pública, conociendo las reglas de un juego del que deben salir lo más airosos posible. “La verdad nos hace libres, y yo me siento un poco más libre siendo consciente de lo que sucede. No me gustan las vendas en los ojos, y si esta es la realidad la quiero saber”.

“Hemos tocado fondo. La política, en lugar de al ciudadano, se debe al capital. Todo se compra y se vende, incluso la voluntad de los representantes políticos”. La política de ajustes que está impulsando el gobierno del Partido Popular en los últimos años y la agravante situación de la crisis por la que atraviesa España están produciendo un descontento social hacia la clase política en general y el cuestionamiento de la democracia en nuestro país, es por ello que la política influye en los sentimientos y en la forma de vida de la sociedad española y así podemos leerlo en uno de los ejercicios:

Es curioso cómo la política y la economía pueden trastocarlo todo cuando no funcionan bien [...] ahora es imposible no acordarse de este gobierno de unos pocos para unos pocos, lacayo más que miembro del concierto europeo, y de una sociedad envenenada que tardará muchos años en recuperarse, y de la cual yo formo parte.

Destaca también en esta tabla cómo la educación y el conocimiento se sitúan en un lugar determinante y ejercen sobre ellos cierta influencia, pues es al descubrir algunos matices de la vida a través de sus estudios y de la profesión que en un futuro van a ejercer, además descubren aspectos de la sociedad que hasta el momento obviaban. “Ahora que estoy aprendiendo cómo se conforman las estructuras de poder que manejan los medios de comunicación me siento menos libre, como ciudadana y como periodista”. Así como se sienten, muestran su indignación y su frustración al conocer, al saber y sentirse presos de unas estructuras de poder coercitivas de su libertad.

A estos jóvenes la formación universitaria les convierte en adultos perfectamente preparados para desenvolverse en el escenario de la vida pública, conociendo las reglas de un juego del que deben salir lo más airosos posible. “La verdad nos hace libres, y yo me siento un poco más libre siendo

consciente de lo que sucede. No me gustan las vendas en los ojos, y si esta es la realidad la quiero saber”.

La economía y el mercado laboral, séptimo y noveno lugar respectivamente, se postulan como otros de los factores más influyentes. Esto no es de extrañar si tenemos en cuenta que vivimos en un país con una tasa de desempleo, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), del 23,78 % que supera los cinco millones de desempleados en el primer trimestre de 2015 (2).

La economía es un elemento que siempre está en nosotros como si fuera algo inherente, ya que todo lo que nos rodea requiere de ella [...] Muchas veces llego al punto de entristecerme porque he tenido que dejar de hacer varias cosas en mi vida porque requieren de economía.

El factor económico es bastante influyente y está también muy relacionado con el mercado laboral; los jóvenes que han formado parte de este estudio están a punto de enfrentarse al mercado laboral por primera vez y con el difícil panorama que se les presenta la situación es cada vez más desalentadora:

Como la crisis no hace más que cebarse con los de siempre, el sueño de encontrar un buen trabajo con el que poder vivir, independizarse y permitirme algún que otro capricho, se aleja poco a poco para convertirse caso en una súplica: con tener trabajo me conformo.

Muy ligado a los conceptos de economía y mercado laboral se sitúa el factor del poder adquisitivo, que comparte el noveno lugar con el mercado laboral. A estos jóvenes les preocupa su propia economía y el poder adquisitivo que les permita emanciparse y desarrollar su vida conforme a las bases que el mercado les ha enseñado: quieren comprar una casa, un coche y ser independientes económicamente.

Atrás, en el octavo lugar, estaba la influencia que ejercen sobre el sujeto la pareja y los amigos; al igual que con la familia, tercer factor de mayor influencia, la pareja y los amigos son un elemento a tener en cuenta a la hora de la toma de decisiones de los sujetos de la muestra y se convierten en un pilar fundamental que les hace no sentirse solos ante la inmensidad del sistema que les rodea.

“No menos destacados son los valores que nos rigen como personas en la sociedad, la cultura. Para mí algo fundamental en el desarrollo de las personas. La cultura determina el conocimiento de éstas”. La cultura y la historia se sitúan en la tabla como el noveno factor de influencia y es que, como hemos apuntado, vivimos en un entorno que nos condiciona y del que forma parte la cultura, es decir, no serán los mismos factores de influencia para un joven español que para uno que haya

sido educado en una tribu del sur de África. Por lo tanto, aunque no todos hayan señalado este factor, podemos decir que la esencia de la cultura que nos rodea y les rodea está de alguna manera implícita en su desarrollo social.

Entre tanto desaliento encontramos un halo de positividad, y no es más que el deseo de luchar por el futuro, lo que algunos han señalado como un factor determinante y a su vez necesario para enfrentarse a la nueva situación a la que se asoman. "Sin embargo, aunque haya ido perdiendo por el camino un poco de ilusión, entra aquí otro factor en juego que influye en mi vida: luchar por mi futuro a toda costa".

Aparecen además el deseo de tener una casa, la ideología o los modelos de vida con escasas referencias pero contemplados también como factores que realmente influyen en sus vidas. Ahora bien, una vez analizados estos factores cabe preguntarse si al fin y al cabo no son más que uno solo, un factor que podríamos llamar globalización, un mundo guiado por unas estructuras de poder conectadas supranacionalmente de manera que la caída de la bolsa de Nueva York puede influir en la vida de un ciudadano medio español a través de unas conexiones generalmente insospechadas.

Son factores interrelacionados porque no somos más que "prisioneros de la sociedad en la que nacemos". Una sociedad tan desarrollada que produce una involución en la manera de pensar del ciudadano. La saturación de información o infoxicación a la que nos exponen cada día los medios de comunicación en casa, en el trabajo o en la calle no nos permite pensar por nosotros mismos y en esa situación de conocer un poco lo que les rodea, estos jóvenes han expuesto sus inquietudes y sentimientos para crear esta lista de factores que perfectamente pueden ser aplicables a todos los jóvenes.

Estamos en una época de reflexión, de cambio, porque la crisis no es más que una coyuntura social que romperá con lo anterior para crear un nuevo sistema. Hace años había la misma estructura y sin embargo no nos planteábamos lo mismo que ahora. Lo importante es la postura con la que nos enfrentamos a los cambios o la inteligencia emocional para superar la difícil situación de la mejor forma posible.

Origen de los factores de mayor influencia

A pesar de la interconexión de todos estos factores y de su generalizada influencia, hemos de tener en cuenta cual es el origen de estos. Es decir, si hablamos de lo que se ha denominado endocultura y exocultura.

Entendemos por endoculturación "el proceso de socialización por el cual los individuos adquieren un conjunto de cualidades psicológicas y culturales necesarios para funcionar como miembro del propio grupo" (Berry, 1993). Este autor desarrolla un modelo descriptivo en el que diferencia tres

tipos de transmisión cultural: vertical (influencia de los padres), horizontal (influencia de los iguales o pares) y oblicuo (otros adultos e instituciones de la propia sociedad).

Para entender si la influencia de estos factores tiene un origen u otro previamente tenemos que entender cómo se produce el proceso de endocultural (relaciones con la familia) y exocultural (con el entorno). Lo que sucede es que en la actualidad la adquisición de la base cultural previa se ve asaltada y obstaculizada por la alteración de los elementos secuenciales que la propiciaban. Hace unas décadas esta era la secuencia: familia - barrio – colegio-comunicación social o de masas. La secuencia actual es: comunicación social o de masas – colegio - familia (Reig, 2010).

Este proceso de culturación del entorno más inmediato o del más alejado nos hace plantearnos si, en un proceso cada vez más determinado por la exocultura como el que vivimos y al que atienden la mayoría de los factores de influencia de los alumnos de este estudio, se abre un nuevo camino para volver de alguna manera a un proceso endocultural en el que vuelen a tomar cierta influencia la familia, la pareja y los amigos. ¿La situación de crisis puede o no revalorizar la imagen de estas instituciones ancestrales, cambiando a su vez el concepto de familia y de pareja para adaptarlo a los nuevos tiempos? Lo que está claro es que del total de factores, solo una cuarta parte tiene un origen en lo más personal y el resto viene impuesto por las jerarquías de poder insertas en las estructuras que mueven el mundo pero esa cuarta parte, a su vez, es la que está más presente en la vida de cada uno de estos jóvenes.

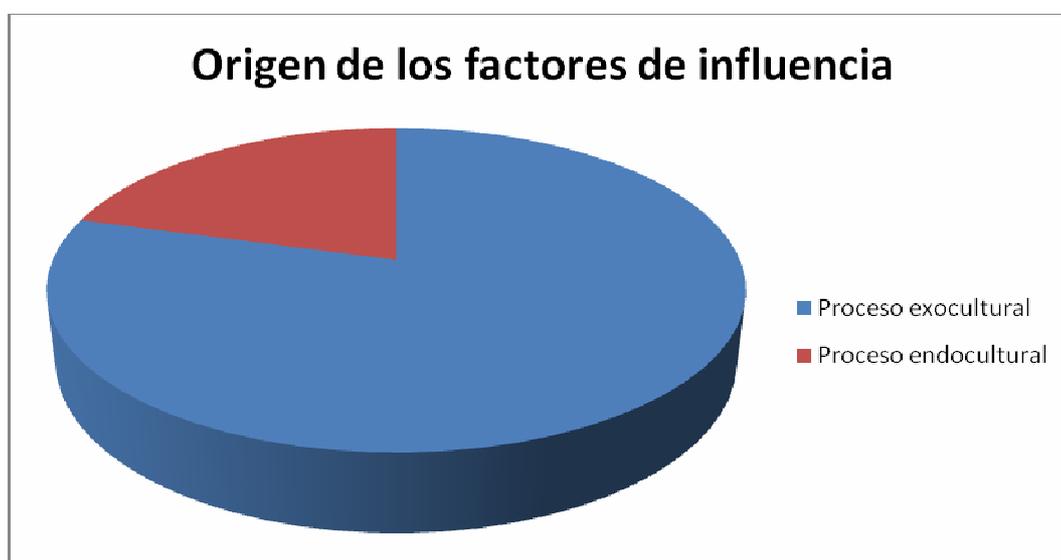


Figura 2: Origen de los factores de mayor influencia. Endoculturación/Exoculturación. Fuente: elaboración propia, 2015.

Las influencias del mercado a lo largo de la historia provocan un desvalimiento que “llega cuando uno se siente impotente de cambiar nada a base de tropezarse una y otra vez con la realidad que,

en teoría, es una cosa –una democracia- y en la práctica otra: una dictadura sutil, silenciosa” (Reig, 2011).

Palabras que más se repiten

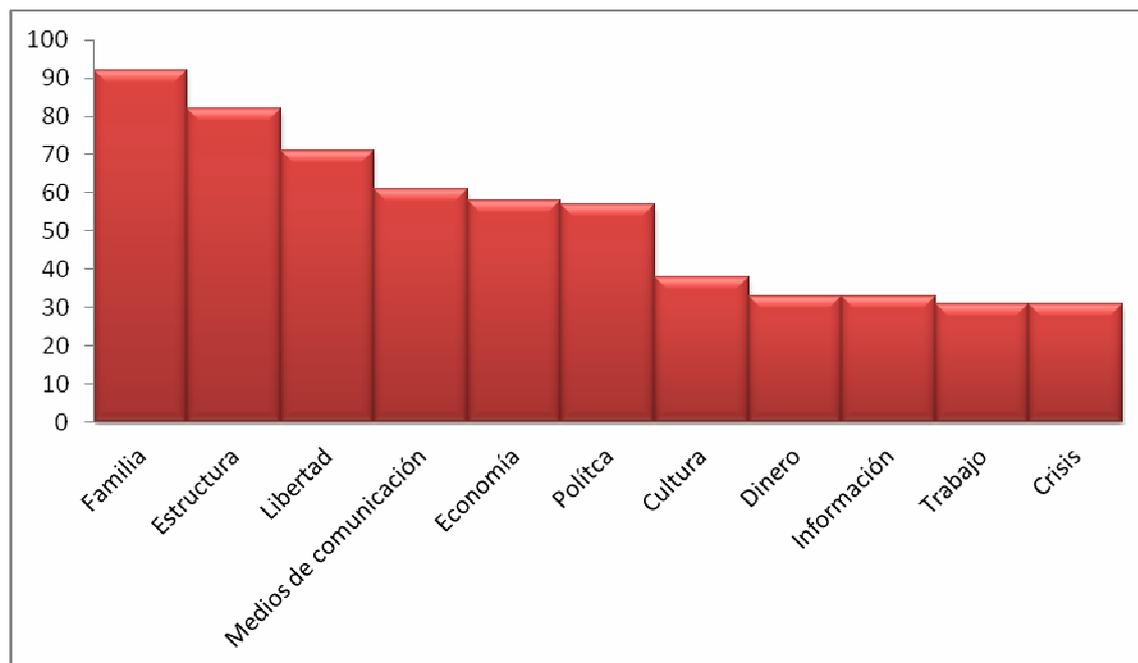


Figura 3: Palabras que más se repiten en los ejercicios de los alumnos. Fuente: elaboración propia, 2015.

Hemos atendido en las páginas anteriores los factores que más influyen sobre los jóvenes de este estudio y el origen de estos. Ahora queremos destacar las palabras más enumeradas y el término “familia” se sitúa en primer lugar.

Como ya hemos señalado, a pesar de ser el tercer factor por orden de influencia, en número de repeticiones esta palabra se sitúa en primera posición. ¿Qué está pasando para que volvamos a ubicar la familia en una situación preferente, es algo generalizado en todos los tiempos o, por el contrario, alude a una situación de cambios profundos que vive nuestra sociedad?

Le siguen palabras como estructura, libertad, medios de comunicación, economía, política y cultura; es destacable que la mayoría de estos términos puedan encontrarse en el enfoque de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, que viene a decirnos que “entre los medios de comunicación y el resto de las instituciones sociales, existe una relación dinámica y multivariable, que conforma un determinado orden social, diferentes formas de estratificación social y formas específicas de poder político” (Murciano 1992).

Como podemos observar a estos alumnos de último curso de la licenciatura de periodismo sus estudios le han permitido tener una visión del mundo globalizado en el que viven que quizás antes no tenían, de ahí que ahora lo vean todo bajo esta perspectiva marcada por la economía, la política, la comunicación y la cultura.

Le siguen palabras como dinero, información, trabajo y crisis; ante tal panorama de desaliento, encuentran un halo de resistencia en lo más próximo, en lo que tienen a su alrededor, en la familia y su importancia, y en su educación, a través de la cual consiguen ser libres. Una libertad ganada a base de desengaños, de vendas quitadas de los ojos, de concienciación; han descubierto que son esclavos de los medios, de la política, de la economía y de la cultura que les rodea pero es eso, precisamente el saberse esclavos del sistema, lo que realmente les ha hecho libres.

Conclusiones

A lo largo de estas páginas hemos visto como vivir en una sociedad globalizada tiene efectos para el desarrollo propio del individuo, vivimos bajo unas pautas marcadas que nadie nos ha consultado. Desde que nacemos, y sobre todo desde que empiezan las etapas escolares, el individuo va forjando su identidad y su razón de ser aferrado a unas ideas que vienen impuestas por entes mercantiles que juegan con la vulnerabilidad de los ciudadanos para obtener beneficios, en su mayoría económicos, y contribuir así a aumentar la “telaraña mediática”.

“La mundialización, para bien y para mal, afecta a todo el planeta. Y si hay alguna parte donde no esté presente no hay más que esperar: llegará, salvo hecatombe, salvo que las contradicciones de la mundialización misma afloren de tal forma que le hagan daño” (Reig: 2010). Esa globalización nos ha impuesto una cultura del mercado que nos aísla cada vez más de la propia cultura, imponiendo criterios a seguir que debilitan el propio desarrollo personal.

A lo largo de estas páginas hemos visto como una serie de jóvenes ha mostrado sus inquietudes y expectativas ante un modelo desestructuralizado. Tal y como demostramos en otro trabajo (Reig & Mancinas-Chávez, 2013) el mercado –de forma implícita o explícita- desarrolla unas pautas persuasivas a seguir que generan unas expectativas especialmente permeables en la psicología de los jóvenes y los menores. Creemos que en el momento en que el sujeto advierte que una pauta es difícilmente alcanzable (la ganancia o el consumo habitual y fácil, el lujo, la “conquista”-seducción del sexo opuesto, la estabilidad emocional...) se produce una especie de frustración que conduce a un desvalimiento general. La educación nos inculca que hay que estudiar para conseguir un trabajo y así poder formar una familia, comprar una casa y ser feliz. ¿Qué pasa cuando no esto no puede ser así? Nos sentimos abrumados por la situación, desolados ante la

imposibilidad de no alcanzar la meta que desde pequeños nos han ido enseñando. Es la consecuencia de una educación para el mercado en la que los cambios los sufren los ciudadanos y no el mercado.

Cabe destacar de este estudio que los dos factores de mayor influencia en los jóvenes de hoy sean los medios de comunicación y la educación, dos elementos fundamentales que el mercado utiliza para adoctrinar a la población.

La influencia de los medios de comunicación audiovisual en el desarrollo social y cultural es indiscutible. A partir de esta premisa, consideramos que la oferta audiovisual es un elemento de interés público, sobre todo en el caso de la infancia, un público vulnerable, en etapa de formación (Reig & Mancinas-Chávez: 2013, 349).

Es precisamente esa vulnerabilidad la que caracteriza a los individuos del estudio que se sienten indefensos ante una situación que les agobia, sienten que su mundo idealizado (ese con que venían soñando desde pequeños) se viene abajo al observar la construcción de la realidad de estos sujetos. Han sido educados para desarrollarse en un entorno globalizado en el que es necesario cubrir unas etapas para aspirar a otras y así poder comprar una casa, comprar un coche, una vida feliz y plena.

El mercado ha servido de guía para la construcción de una cultura propia, basado en un proceso de exoculturación, de ahí que el origen de la mayoría de los factores que le influyen a la muestra hayan sido externos al individuo. Esto un apunte más de lo que venimos diciendo en estas líneas, el mercado ha impuesto su cultura, su forma de vida y lo ha hecho a través de una educación en la que los medios de comunicación han tenido un papel protagonista.

Las palabras más repetidas han sido aquellas que están estrechamente relacionadas con la estructura de poder y el mercado globalizado. El individuo se desarrolla en un círculo cerrado en el que da tumbos sin decidir una dirección, son los elementos del sistema (la política, la economía, la comunicación, el mercado, etc.) los que marcan las pautas; vivimos bajo el control férreo de los poderes y en este sentido el desarrollo propio se ve afectado de alguna manera por lo que le viene dado, siendo pocos los casos que han sabido ver con optimismo el entorno en el que se encuentran y de algún modo han demostrado la inteligencia emocional de saber afrontar los reveses de un mundo globalizado.

En definitiva, debemos preguntarnos cuál es la alternativa a esta educación para el mercado que nos es impuesta, principalmente por los medios de comunicación, pero permitida y controlada por el resto de los poderes a los que estamos sujetos. Vivimos en un sistema complejo pero a la vez simplificado, en el que todo gira al son del ritmo que marca el mercado.

Notas

(1) Recordemos que la Estructura de la Información estudia los intereses que subyacen al mundo comunicacional y periodístico en particular. Busca articular lo que está detrás del mensaje mediático y quiénes son los dueños de los medios de comunicación.

(2) Datos del Instituto Nacional de Estadística, INE, disponibles en: <<http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0115.pdf>> y consultados el 12 de julio de 2015.

Bibliografía

Bardin, L. (1986), *Análisis de contenido*, Madrid, Akal.

Centro de Investigación y Documentación Educativa (CIDE) (2001), *La construcción de la identidad en contextos multiculturales*, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, disponible en: <redined.mecd.gob.es>.

Erasta Plasín, M.J y M. A. Delpino Goicochea (2013), *Vivir la adolescencia en tiempos de crisis*, Madrid, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, disponible en: <http://www.ligaeducacion.org/documentos/investigaciones/los_adolescentes_ante_la_crisis.pdf>

García-Ruiz, R.; Ramírez-García, A. y M. M. Rodríguez-Rossell (2014), "Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora", *Revista Comunicar n.º 22*, disponible en <<http://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=43-2014-01>>.

Krippendorff, K. (1990), *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Barcelona, Paidós.

Manfred, A.Z. (1978), *Historias Universal Tomo I*, Madrid, Akal.

Martínez-Pecino, R. y J. M. Guerra de los Santos (2014), "¿Psicología social y comunicación?", *Aspectos psicosociales de la comunicación*, Madrid, Pirámide.

Morduchowicz, R. (2009), "Cuando la educación en medios es política de Estado", *Revista Comunicar n.º 32*, disponible en: <<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Comunicar-32-Morduchowicz-131-138.pdf>>.

Observatorio de Empleo Joven (2012), "La emancipación juvenil. Un difícil futuro para los jóvenes del presente", disponible en: <http://portal.ugt.org/juventud/condiciones_de_trabajo/>.

Piñuel Raigada, J. L. (2002), *Estudios de sociolingüística*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

- Reig, R. (2010), *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla*, Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Reig, R. (2011), *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España*, Barcelona, Gedisa.
- Reig, R. (2011), *Todo mercado. Contra la simplicidad del pensamiento crítico*, Barcelona Anthropos.
- Reig, R. y R. Mancinas-Chávez (2013), *Educación para el mercado. Un análisis crítico de mensajes audiovisuales destinados a menores y jóvenes*, Barcelona, Gedisa.

Fuentes

- Institución de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona
<http://www.portalcomunicacion.com/index.asp?lng=esp>
- Instituto Nacional de Estadística, INE <http://www.ine.es/>