



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 internacional

Representaciones mediáticas sobre la juventud en contexto de pandemia
Ayelen Sidun, Marisa Rigo
Revista Argentina de Estudios de Juventud, dossier temático, e067, 2021
ISSN 1852-4907 | <https://doi.org/10.24215/18524907e067>
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS SOBRE LA JUVENTUD EN CONTEXTO DE PANDEMIA

Media Representations about Youth
in the Context of a Pandemic

Ayelen Sidun

asidun@perio.unlp.edu.ar | <https://orcid.org/0000-0002-4162-3023>

Marisa Rigo

marisarigo85@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-2300-8801>

Instituto de Estudios Comunicacionales en Medios, Cultura
y Poder «Anibal Ford» (INESCO)
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

Resumen

Palabras clave

juventud
medios de comunicación
representaciones
pandemia

El objetivo de este trabajo es analizar las representaciones mediáticas sobre jóvenes en el marco de la pandemia y el consecuente Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), establecido por el gobierno argentino en marzo de 2020. Para ello, se explora la categoría de juventud desde múltiples teorías propias del campo y desde el rol de los medios de comunicación. El propósito es analizar cómo los medios de comunicación masivos narraron el accionar de los/as jóvenes en el contexto de la pandemia.

Abstract

Keywords

youth
mass media
representations
pandemic

The aim of this paper is to analyze the media representations about young people in the context of the pandemic and the consequent Social Preventive and Mandatory Isolation (ASPO), established by the Argentine government in March 2020. To do this, the category of youth is explored from multiple theories of the field and from the role of the media. The purpose is to analyze how the mass media narrated the actions of young people in the context of the pandemic.

Recibido 27/09/2021 Aceptado 22/11/2021 Publicado 30/12/2021

REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS SOBRE LA JUVENTUD EN CONTEXTO DE PANDEMIA

Por Ayelen Sidun y Marisa Rigo

Introducción

En el año 2020 cambió la vida de todos los seres humanos a nivel mundial. La aparición de la COVID-19 modificó la rutina diaria y las formas de relacionarnos, y el/la «otro/a» comenzó a ser visto como peligroso/a, capaz de contagiar el famoso virus. En este escenario, mientras que las personas mayores de 60 años eran las más propensas a transitar la enfermedad de modo grave, los/as niños y los/as jóvenes tenían menos posibilidades de desarrollar una patología complicada, en tanto no presentaran ninguna enfermedad preexistente.

En este contexto, los medios de comunicación comenzaron a adoptar diversas posturas sobre los/as jóvenes. En primer lugar, los/as calificaron como el conducto que lleva el virus a las casas y contagia a los mayores. Con el tiempo, se fueron sumando otras miradas: jóvenes peligrosos, irresponsables, sin miedo al virus.

El propósito de este trabajo es analizar las representaciones mediáticas en relación con ser jóvenes en tiempos de pandemia. Se problematiza la juventud en plural, como diferentes modos de asumir la condición de joven y, por lo tanto, distintas formas de percibir y de dar sentido al mundo. Es así como estas diversas materialidades, articuladas bajo la condición de juventud, configuran, según la diferenciación social, las distintas clases y segmentos sociales, diversas juventudes.

Ser jóvenes

No existe un único modo de ser joven, no existe la juventud como un todo homogéneo, sino que es posible hablar de diferentes jóvenes de acuerdo a la «carga» sociocultural de la categoría etaria. Pero el carácter simbólico de los jóvenes no es mero signo, construcción cultural separada de las condiciones materiales e históricas que determinan su significancia: la juventud no es más que una palabra (Bourdieu 1990) y, también, es más que una palabra (Margulis, 1996). Entonces, para hablar de los jóvenes es necesario saltar de una mirada que se basa únicamente en la cuestión etaria hacia cómo es que el dato biológico se encuentra marcado social y culturalmente, lo que permite pensar en la existencia de distintos jóvenes. La condición de juventud no se ofrece de igual forma al conjunto de los integrantes de la categoría estadística joven. Por el contrario, existen diferentes y desiguales modos de ser joven, que marcarán también distintos modos de relacionarse con las estructuras infocomunicacionales de una formación social (Saintout, 2007, p. 2).

Si bien la juventud es una categoría (Bourdieu, 1990), pensamos que es una categoría construida socialmente que da cuenta de la manera en que determinados actores sociales dan sentido a sus condiciones de existencia. Las categorías, dirá Rossana Reguillo Cruz (2006), «como sistema de clasificación social, son también y, fundamentalmente, productos del acuerdo social y productoras del mundo» (p. 29). Hablar sobre juventud implica analizar la multiplicidad de formas de ser y de estar en distintas sociedades.

Al pensar la juventud, debemos considerar las condiciones materiales, sociales e históricas que dan sentido a la categoría.

La juventud como categoría socialmente constituida, que alude a fenómenos existentes, posee una dimensión simbólica, pero también tiene que ser analizada desde otras dimensiones: se debe atender a los aspectos fácticos, materiales, históricos y políticos en los que toda producción social se desenvuelve (Margulis & Urresti, 1996, p. 17).

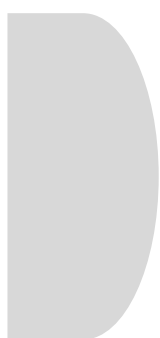
No es lo mismo ser joven en un barrio de escasos recursos materiales que ser joven de clase alta, no es lo mismo ser mujer o ser hombre en cada uno de esos barrios;

la combinación de posibilidades puede ser infinita atendiendo a diferentes particularidades. Es decir, la juventud es una categoría que debe ser pensada y problematizada a la luz de múltiples factores.

Por ello, desde los estudios culturales y desde la comunicación se retoma en muchos trabajos la teoría de los campos de Pierre Bourdieu (1988) para dar cuenta del *habitus* como categoría que permite analizar las vivencias de los/as jóvenes según el lugar que ocupan en el espacio social. *Habitus* como esas «estructuras estructuradas predisuestas a actuar», como ese marco de posibilidades que se pone en juego en el estar colectivo.

Es decir, las percepciones que tienen los/as jóvenes sobre el mundo y sobre sus acciones en él están marcadas desde sus estar dotados de determinados *habitus*, dados, a su vez, por un volumen y por una estructura de capital particular que permite hablar de trayectorias posibles (Bourdieu, 1988). Con la noción de trayectoria podemos pensar en la movilidad a través del tiempo en el espacio social, debido a que los individuos no se desplazan al azar. Por un lado, porque las fuerzas que confieren su estructura a este espacio se imponen a ellos y, por otro, porque ellos oponen a las fuerzas del campo su propia inercia, es decir, sus propiedades.

En este sentido, es importante retomar a Mario Margulis y a Marcelo Urresti (1996) para continuar analizando la categoría juventud:



El tema se complica cuando «juventud» refiere no sólo a un estado, una condición social o una etapa de la vida, cuando además significa a un producto. La juventud aparece entonces como valor simbólico asociado con rasgos apreciados –sobre todo por la estética dominante–, lo que permite comercializar sus atributos (o sus signos exteriores) multiplicando la variedad de mercancías –bienes y servicios– que impactan directa o indirectamente sobre los discursos sociales que aluden o identifican (p. 17).

Ser joven como producto en un mundo de consumo, ser joven sin intereses como lo quieren describir los medios desde la representación que hacen de los/as jóvenes en relación con la política. Anclados en este breve recorrido, analizaremos cómo son catalogadas por los medios de comunicación hegemónicos las prácticas de los/as jóvenes en el marco de la pandemia.

Generaciones y juventud

El concepto de generación se propone desde aquellas experiencias vividas en una misma época. La contemporaneidad en una edad de conformación del sujeto será lo que delimite la existencia de una generación. Es decir, la generación siempre tiene relación con el contexto, con aquello que sucede en el mundo en el que viven quienes la conforman.

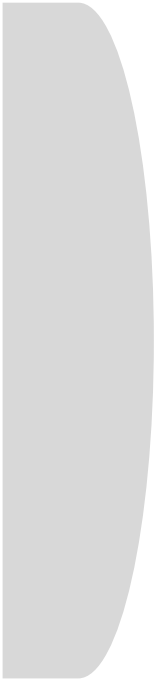
Por esta razón, hablamos de jóvenes como integrantes de una misma generación entendiendo que esta última no supone solo una delimitación etarea sino que se trata de actores que comparten una misma marca epocal, que están expuestos a unos mismos hechos históricos, que aunque vividos de maneras diferenciales, permiten hablar de una generación (Urresti, 2002).

Como la juventud no se puede pensar de modo único y singular, la generación actuaría como plataforma conformada por hechos culturales, históricos y políticos vividos en un mismo tiempo cronológico, pero experimentados desde la diversidad y la multiplicidad de los modos de estar y de abrirse al mundo.

Conocemos prácticas juveniles que son relatadas, en la mayoría de los casos, desde los medios masivos de comunicación. Ingresan a nosotros/as, y a quienes nos rodean, concepciones que son más prejuicios que saberes ciertos. En la actualidad, atravesados por la pandemia, es necesario problematizar las prácticas juveniles emergentes desde la puesta en cuestión de los parámetros regulatorios del ser y el estar colectivo; reconocer la inscripción de los/as jóvenes en una generación, desde determinadas prácticas y no solo por una cuestión etaria, para analizar las representaciones y las perspectivas acerca de las ciudadanías posibles.

El rol de los medios de comunicación

Nos encontramos, en numerosas oportunidades, sin herramientas conceptuales y metodológicas para analizar el gran volumen de noticias estigmatizantes sobre la juventud. Por ese motivo, es importante destacar aquellos trabajos que nos brindan la posibilidad del análisis concreto. En este sentido, Florencia Saintout (2013) señala:



Los medios, entonces, ni crean la realidad ni la representan: contribuyen a su existencia, modelando sentidos preexistentes a sus representaciones con mayor o menor influencia. Nada de lo que se dice en los medios está por fuera del espacio social, de sus relaciones de fuerza, aunque afirmar esto no implica pensar que los medios se limitan a una traducción lineal de lo que ocurre en un espacio social imaginado por fuera de ellos. Estos forman parte de ese entramado, contribuyen a crearlo.

Son actores que junto con otros se disputan la capacidad legítima de nombrar verdaderamente el mundo. Pero lo hacen desde una posición privilegiada, especialmente en el último siglo, y con mucha presencia en las últimas décadas, cuando se habla de sociedades mediatizadas, lo que implica pensar en sociedades donde cada una de las prácticas, de manera directa o indirecta, con mayor o menor fuerza, están atravesadas por alguna dimensión de los medios (p. 49).

En el escenario de pandemia que vivimos, el discurso sobre los/as jóvenes desinteresados/as, peligrosos/as es reproducido sin discusión por los medios hegemónicos bajo la consigna de que solo les interesa divertirse. Las referencias a sus compromisos, si se expresan, se manifiestan en torno a la individualidad y a la falta de compromiso social.

Asimismo, la indagación acerca de las prácticas y las representaciones sobre los/as jóvenes permite problematizar el sentido de una totalidad que destaca los rasgos comunes de las unidades que la conforman. Como expone Stuart Hall (1980) en «Encoding/decoding», hay una lectura dominante, una lectura negociada y una lectura que resiste, que se opone, que impugna. Lo que enuncian y lo que transmiten los medios de comunicación forma parte de la escena mediática, pero detrás de esta existen intereses en relación con la construcción de una opinión pública.

La «normalidad» conocida antes de 2020 se vio alterada y completamente modificada por la COVID-19. La rutina diaria que tenía la juventud y que le permitía organizar sus prácticas cotidianas se vio interrumpida abruptamente.

La «nueva normalidad» y las restricciones propias del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), establecido como parte de la estrategia sanitaria del gobierno nacional con el objetivo de frenar la propagación del virus, la ocupación de camas

en los hospitales y, fundamentalmente, las muertes, hicieron que los/as jóvenes se manifestaran en desacuerdo y comenzaran a buscar nuevos puntos de encuentros y nuevos modos de socializar.

Esta situación sirve de anclaje para problematizar la forma en que dichas prácticas son enunciadas en los medios de comunicación. Para ello, se propone analizar y discutir las representaciones que se desprenden de noticias publicadas en la página principal de diarios digitales argentinos sobre el modo de accionar de los/as jóvenes en un contexto de pandemia, en las cuales no se distinguen las diversas materialidades articuladas bajo la condición de juventud según la diferenciación social, y las distintas clases y segmentos sociales en tanto condiciones que configuran diversas juventudes.

Los medios ocupan un espacio privilegiado en la construcción del sentido social, porque no son cualquier empresa, sino aquella cuya materia específica es la materia signifiante: producen sentido. No producen automóviles, no producen zapatos, no trabajan con petróleo, sino que producen sentido. A través de mecanismos de focalización, de deshistorización y rehistorización, de descontextualización o recontextualización, los medios construyen lo que se llama la información sobre la realidad.

Clasifican la realidad de un modo que oprime, menos por lo que no permite decir de ella que por lo que obliga a decir de ella. Sin que necesariamente mientan (aunque muchas veces lo hagan), la información se presenta con la forma de los intereses que sostienen, siendo funcional a ellos. Y si la información como noticia producida industrialmente ha tenido que ver con la historia moderna de la expansión del mercado, en momentos históricos de primacía del capital por sobre otras esferas de la vida, la información tiene valor de mercancía. Así, la dupla información-ciudadanía muta a la de vendedor-comprador, que ha sido la dominante en tiempos liberales de mercado (Saintout, 2013, p. 50).

Partiendo de lo expuesto, se analizan a continuación tres casos de representación sobre el accionar de los/as jóvenes durante la pandemia publicados en la página principal de tres diarios digitales argentinos.

Jóvenes peligrosos/as

Diversos medios de comunicación se hicieron eco del vínculo entre los/as jóvenes y la pandemia, y comenzaron a catalogar a las juventudes como peligrosas, descontroladas, hasta llegar a responsabilizarlas como agentes de contagio de la COVID-19.

A continuación, se analizan algunos artículos que dan cuenta de esta calificación negativa hacia los/as jóvenes.

Descontrol adolescente: preocupa el rol de los jóvenes en la pandemia y el aumento de enfermedades de transmisión sexual

¿Egoístas, irresponsables y peligrosos? Los jóvenes son señalados por entidades como la OMS y autoridades sanitarias como aceleradores de los rebotes de coronavirus porque son una población difícil de disuadir. Razones biológicas y conductuales explican parte del fenómeno (*Infobae*, 20/12/2020).

Como se puede ver, tanto el título como la bajada de la nota son una suma de calificativos negativos que tildan a los/as jóvenes de irresponsables, egoístas y difíciles de disuadir. Aunque el desarrollo de la nota es una suma de declaraciones de psicoanalistas y de miembros de la [Organización Mundial de la Salud \(OMS\)](#) y la [Organización Panamericana de la Salud \(OPS\)](#), en ningún momento se da cuenta del contexto social en el que están inmersos los/as jóvenes ni se analizan las diversas realidades que atraviesan. Se los/as nombra como un todo homogéneo, con las mismas posibilidades y condiciones, clasificándolos en todo momento como peligrosos/as.

En el artículo se retoma un estudio realizado por Young People's Forum, que da cuenta de los siguientes datos:

[...] se exploraron las opiniones de los jóvenes sobre el impacto de la pandemia en sus vidas y las de su comunidad, sobre el cierre de escuelas y sobre el papel que deseaban desempeñar en la recuperación. Según los hallazgos develados por la investigación, las principales preocupaciones de los jóvenes sobre la pandemia son sus efectos sobre los demás y sobre su propia educación y futuro. Al mismo tiempo, aseguran sentirse

receptores en lugar de participantes en el proceso pandémico; exigen información accesible y apropiada y medios por los cuales se pueda escuchar su voz (*Infobae*, 20/12/2020).

Sin embargo, en el estudio se aclara lo siguiente:

Todos los participantes eran expertos en tecnología y podían unirse a un foro de videoconferencia, pero habían experimentado desafíos de comunicación con sus parientes más ancianos que a menudo carecían de habilidades para usar los medios de comunicación en línea. Los participantes reconocieron esto como un problema más amplio, incluso para aquellas organizaciones que normalmente apoyarían a las personas mayores que ahora enfrentan problemas de comunicación (*Infobae*, 20/12/2020).

En ningún momento se analiza a los/as jóvenes desde sus diferentes experiencias. En el estudio se focaliza en que los/as participantes eran expertos/as en tecnología, aunque se deja un párrafo para quienes que no están en las mismas condiciones socioeconómicas:

La mayoría eran conscientes de los desafíos que plantean las desigualdades sociales para quienes proceden de entornos desfavorecidos. En particular, mencionaron que los estudiantes que carecían de los dispositivos necesarios para la educación en el hogar necesitaban apoyo y la provisión de materiales apropiados, actualizados y dinámicos (*Infobae*, 20/12/2020).

En este sentido, es importante retomar el trabajo de Alejandra Cebrelli y de María Graciela Rodríguez (2013) en el que analizan las representaciones de los medios de comunicación:

La reflexión sobre los regímenes de visibilidad de las representaciones mediáticas se vuelve fundamental a la hora de preguntarse sobre cómo se representan los actores subalternos y sus prácticas, hasta qué punto pueden tomar la voz o son «hablados» por estos dispositivos maquínicos y, en ese caso, cuáles serían las estrategias para que los representados se corran de representaciones estigmatizantes que los colocan en lugares que nadie quiere ocupar en el tejido social (p. 93).

Lo mismo se repite en la siguiente nota:

«¿Qué sentido tiene?»: la crisis del Covid se alarga y los jóvenes no dan más

Nueva York. Hace un año, la vida de Philaé Lacheux parecía muy prometedora: a los 22 años, era una estudiante francesa de negocios que soñaba con lanzarse como empresaria independiente en la industria de la música en vivo. Pero se desató la pandemia, perdió su trabajo de medio tiempo como mesera, y tuvo que volverse con sus padres.

[...] «No tener control alguno de una situación, como en este caso, es causa de ansiedad», dice Dalia Al-Dujaili, de 21 años, estudiante de la Universidad de Edimburgo. Como la pandemia se alargó y se sentía en un limbo, Dalia recurrió por primera vez a un terapeuta, en este caso, online. Y sus interrogantes eran serios: «¿Qué estoy haciendo? ¿Para qué estudiar y tener un título si igual no va a haber trabajo para nadie?». La gran ventaja, dice Dalia, es que los jóvenes como ella están más abiertos a discutir sus problemas. «Todos hablan de sus terapeutas y sus médicos».

Pero eso no impide que muchos, de todos modos, se sientan culpables, ya que la pandemia afecta a todos por igual (*La Nación*, 15/2/2021).

El artículo toma las voces de jóvenes que pueden acceder a una universidad, que tienen la posibilidad de estudiar, de construir un futuro; dejando de lado a los jóvenes con realidades totalmente diferentes, con un contexto socioeconómico complejo. Además, se afirma que la pandemia afecta a todos/as los/as jóvenes por igual.

En ningún momento se detienen a reflexionar sobre las múltiples realidades que atraviesan los/as jóvenes, sobre las situaciones de vulnerabilidad con las que tienen que batallar. La juventud como categoría tiene que atender a las diversas particularidades que existen. La pandemia golpea la vida de los/as jóvenes desde diferentes lugares. No lo mismo ser joven en el marco de una clase alta que ser joven en un barrio carenciado. No se puede generalizar de ese modo sin analizar las distintas condiciones.

Los/as jóvenes como construcción sociocultural tienen que ser analizados/as desde las relaciones de fuerza y de disputa de sentidos que los/as atraviesan. El universo de lo juvenil no existe en el vacío sino que, por el contrario, se enmarca

en un espacio en el que conviven otros actores. De allí que para reflexionar sobre las construcciones de sentido que los/as jóvenes realizan en diferentes prácticas cotidianas sea necesario dar cuenta de la sociedad en la cual viven, de sus lógicas, sus características y sus prioridades, y de la historia reciente que deja huella en su constitución y en su funcionamiento.

No solo en la Argentina se considera a los jóvenes como principales responsables de los contagios. A nivel mundial, esto se repite una y otra vez, hasta llegar a acusarlos/as de arruinar una temporada de verano.

Coronavirus en Italia: los jóvenes arruinan el verano y alimentan la pandemia.

No respetan mínimas reglas. Viajan a Ibiza o Grecia de vacaciones y regresan contagiados, esparciendo el virus en todo el país (*Clarín*, 10/08/2020).

Nos encontramos, en varias oportunidades, con esta clase de afirmaciones. Desde nuestras percepciones y desde una mirada crítica, advertimos en los medios clasificaciones y estigmatizaciones sin problematización alguna.

En este sentido, a pesar de que la nota está construida sobre el accionar de los/as jóvenes, en ningún momento se toma su palabra para conocer las dinámicas juveniles actuales desde de sus propias prácticas, a través de sus voces y no de lo que desean mostrar los medios masivos de comunicación.

Las representaciones mediáticas son representaciones producidas por los medios de comunicación, entendiéndolos como operadores de visibilidad y traducibilidad, y responsables, junto con otros sistemas simbólicos, de trazar mapas, y de organizar y engarzar el ordenamiento social histórico en la dimensión de la cultura.

[...] Consideramos, en primer lugar, que el concepto de cultura, antes que una unidad simbólica de algún grupo homogéneo o que un repertorio finito a distribuir, implica una manera específica de comunicar esos sentidos. Comunicar implica poner en común, y en el mismo proceso disputar sobre eso en común (Grimson, 2011). La producción y la puesta en circulación de representaciones es una parte activa de la vida en sociedad, un proceso



fundamentalmente humano que moviliza a las instituciones, a las personas y a los aparatos culturales (Grossberg, 2012) entre los cuales están los medios de comunicación (Cebrelli & Rodríguez, 2013, p. 91).

A modo de cierre

Pensar en los distintos modos de ser jóvenes en un contexto de pandemia es realmente complejo. Diferentes realidades, modos de ser / pertenecer se conjugan dentro de un marco de incertidumbre propio de la pandemia.

Los medios de comunicación en lugar de ir a buscarlos, de escucharlos, de conocer sus realidades solo se hacen eco de jóvenes de clase alta, con un contexto acomodado, a quienes seguramente la pandemia les modificó su vida y eso los/as afecta, pero que no dejan de pertenecer a un rango que tiene resueltas las necesidades básicas y más. En tanto, a los/as jóvenes con realidades complicadas, con problemas económicos, que tienen que lidiar con situaciones de violencia, no se los escucha, no se los va a buscar.

Permanentemente, se reduda en generalidades, como si todos/as los/as jóvenes estuvieran en las mismas condiciones. No se problematizan las múltiples realidades que atraviesan los/as jóvenes en un contexto latinoamericano que combate y que se posiciona frente al neoliberalismo que en los últimos años azotó y profundizó las diferencias sociales en la región.

El presente artículo analizó algunas de las representaciones mediáticas sobre prácticas juveniles emergentes durante la pandemia, así como los parámetros regulatorios del ser y el estar colectivo a partir de dar cuenta de la puesta en escena que realizan los medios de comunicación.

Consideramos importante continuar abordando esta temática. Dejar de lado las investigaciones que hablan de jóvenes de forma general, de jóvenes que son nombrados desde los medios hegemónicos sin hacer oír sus voces, o desde una postura adultocéntrica que postula aquello que los/as jóvenes deben hacer.

Referencias

Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, España: Taurus.

Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. Ciudad de México, México: Grijalbo.

Cebrelli, A. y Rodríguez M. G. (2013). Algunas reflexiones sobre representaciones y medios. *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, (76), 89-99. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/37154>

Hall, S. (1980). Encoding/decoding. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp. 139-139). London, United Kingdom: Routledge.

Margulis, M. y Urresti, M. (1996). La juventud es más que una palabra. En M. Margulis (Ed.), *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud* (pp. 13-30). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Biblos.

Reguillo Cruz, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Norma.

Saintout, F. (2007). Sociedad de la información y culturas juveniles: modos de vivir las restricciones y las posibilidades. *Question/Cuestión*, 1(16). Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/464>

Saintout, F. (2013). *Los jóvenes en la Argentina. Desde una epistemología de la esperanza*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Urresti, M. (2002). Generaciones. En Altamirano, C. (Dir.), *Términos críticos de sociología de la cultura* (pp. 93-95). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Fuentes analizadas

Algañaraz, J. (10 de agosto de 2020). Coronavirus en Italia: los jóvenes arruinan el verano y alimentan la pandemia. *Clarín*. Recuperado de https://www.clarin.com/mundo/coronavirus-italia-jovenes-arruinan-verano-alimentan-pandemia_0_jXFdnIKIs.html

Infobae. (20 de diciembre de 2020). Descontrol adolescente: preocupa el rol de los jóvenes en la pandemia y el aumento de enfermedades de transmisión sexual. Recuperado de <https://www.infobae.com/salud/2020/12/20/descontrol-adolescente-preocupa-el-rol-de-los-jovenes-en-la-pandemia-y-el-aumento-de-enfermedades-de-transmision-sexual/>

Kwai, I. y Pertier, E. (15 de febrero de 2021). «¿Qué sentido tiene?»: la crisis del Covid se alarga y los jóvenes no dan más. *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/que-sentido-tiene-la-crisis-del-covid-se-alarga-y-los-jovenes-no-dan-mas-nid15022021/>