

¿De qué manera la familia, la escuela, las instituciones, los medios, los espacios urbanos y rurales acompañan a los jóvenes? ¿Qué posibilidades de orientación, de relación con el contexto y de interacción ofrecen? Este texto aborda estas cuestiones y plantea que una sociedad que abandona a sus jóvenes fomenta hacia y entre ellos la violencia. En relación con esto, intenta promover la reflexión para revertir esa condición y ofrece alternativas que reorienten las prácticas.

COMUNICACION Y JUVENTUD

Preguntarse por la juventud desde América Latina es hacerlo por millones de jóvenes de condiciones económicas y culturales diferenciadas, tanto por su ubicación en la escala social como por la manera en que se relacionan dentro de los espacios urbanos y rurales. Aunque las generalizaciones son difíciles, podemos referirnos a lo que sucede con la oferta a esos amplios sectores de la población, a través de:

- la familia
- la escuela
- diversas instituciones
- los medios de comunicación
- los espacios urbanos y rurales

¿De qué manera cada una de esas instancias de relación acompaña a los jóvenes? ¿Cuáles son las posibilidades de orientación, de relación con el contexto y de interacción que ofrecen?

Se viene hablando mucho en nuestros países de la crisis de la familia, de la ruptura de los lazos tradicionales, de la pérdida de momentos de encuentro a causa de la presión económica que obliga a todos a buscar formas de supervivencia. La repercusión en el acompañamiento de los niños y jóvenes es muy clara, y se manifiesta desde el trabajo a temprana edad hasta el tiempo libre del cual casi nadie se ocupa.

Quienes acceden a la escuela secundaria son ya una minoría en muchos de los países y apenas una mínima proporción de ella si se piensa en el ingreso a la universidad. Las críticas a una enseñanza descontextualizada, enciclopedista, fragmentada, no cesan y no dejan de tener valor. Las instituciones educativas no aciertan a ofrecer una propuesta pedagógica acorde con tanto vértigo de transformaciones. Lo que se pierde así no es sólo la posibilidad de desarrollar competencias en los jóvenes para que puedan enfrentar su vida, sino también, y fundamentalmente, la creación de espacios de referencia y de identificación válidos para sentirse miembros de una comunidad educativa. En los establecimientos donde se logra una adecuada propuesta pedagógica, es manifiesto el valor de un espacio de contención para quienes necesitan de

ámbitos donde encontrarse, donde construir, donde sentirse alguien entre los demás.

Las instituciones de trabajo con jóvenes cumplen un papel muy importante, pero no son lo suficientemente amplias como para llegar a tantos millones de seres. Si tomamos en cuenta sus líneas de acción básicas, nos encontramos con propuestas destinadas a prevenir situaciones de riesgo y a crear alternativas de encuentro y de convivencia. En general, la acción queda restringida a situaciones puntuales (un barrio, una actividad) o a programas que pretenden abarcar cuestiones de índole nacional e incluso internacional.

De los medios de comunicación, en especial de la televisión, nos ocuparemos más adelante. Existen interpretaciones que los convierten en la alternativa de transformación social, frente a otras que insisten en cuestionar la índole de los modelos difundidos. En todo caso, la relación con esos sistemas de difusión masiva es importante y requiere siempre de un análisis en profundidad.

El espacio aparece como un punto de lectura fundamental para muchos investigadores preocupados por la cultura contemporánea. La ciudad constituye un circuito que permite la formación de distintas redes, en las cuales se entretajan relaciones y formas de pertenencia.

Narro algo vivido también hace poco tiempo: estuve con unos amigos en una ciudad de la región. Salimos de ella rumbo a los cerros vecinos y desde un mirador contemplamos el valle, callado y como aquietado a la distancia. Mis amigos comenzaron a explicarme lo que sucede en los distintos sectores de la ciudad: en este barrio mandan los varones de la cocaína, en aquél bandas paramilitares, en ese otro restos de una vieja guerrilla, allá pandillas enroladas en algún movimiento de destrucción, acá un líder de una secta empeñado en sembrar violencia. De a poco me fueron dibujando una geografía del horror, dentro de la cual estaban, están, los jóvenes.

Podemos insistir hasta donde queramos en estas formas de vida tan distintas generadas en los últimos años por el desplazamiento de población y el crecimiento de los centros urbanos. Pero esas rupturas de viejos territorios, esos modos tan "abiertos" de desplazarse y relacionarse, no son precisamente los ideales. La desterritorialización a la que aluden muchos autores es un camino a relaciones de violencia, por más apasionante que resulten esos mundos basados en el buen juego de cintura y en la capacidad de reacción.

Es preciso preguntarnos por lo que hacen los jóvenes, por sus gustos y sus formas de percibir. Pero más importante es preguntarnos por lo que, como sociedad, estamos haciendo con ellos. De lo contrario caemos en una celebración de los hechos (por más variaciones que en ellos podamos reconocer) y no nos damos a la reflexión sobre lo que ellos significan y sus posibles consecuencias para los jóvenes y para la sociedad en general.

Retomo palabras de Popper, dedicadas a la oferta de la televisión, que hago extensivas a la manera en que nos ocupamos de los jóvenes desde todas las instancias sociales:

"Comportarse de manera civilizada consiste justamente en reducir la violencia. Esta es la función más importante de la civilización y la meta de nuestros esfuerzos para reforzar el nivel cultural de nuestras sociedades."

Una sociedad que abandona a su suerte a niños y jóvenes, que se desentiende de las necesarias transformaciones de la escuela, que no ofrece alternativas a través de sus instituciones, que confía todo el espacio de formación a la calle, que no cesa de abrir fisuras en el equilibrio de las familias, que no evalúa la programación de los medios y permite la difusión indiscriminada de situaciones de agresión..., es una sociedad que fomenta en todas direcciones, y en especial hacia y entre los jóvenes, la violencia.

Mirar el futuro

En el año 1982, el gobierno de México encargó a distintas instituciones del país una investigación titulada México al Año 2000. La comisión responsable de educación y nuevas tecnologías, en la cual participé, dedicó un capítulo a la juventud, ya que por entonces las proyecciones indicaban que para fin de siglo esa nación tendría alrededor de 20 millones de jóvenes.

El análisis de la oferta educativa llevó a la siguiente conclusión: buena parte de ese enorme sector no tendría acceso a la educación formal y quienes llegaran a ingresar a los colegios secundarios recibirían una formación que los capacitaría de una manera muy pobre para resolver problemas de trabajo, de salud, de supervivencia, en un mundo cada vez más complejo.

La comisión sugirió al Gobierno de México una transformación profunda de la educación y el desarrollo de planes de educación no formal, para lograr al menos lo siguiente: que los jóvenes pudieran localizar, analizar, criticar, procesar, producir y aplicar información útil para enfrentar y resolver creativamente sus necesidades culturales y laborales.

Ese ideal no se llevó masivamente a la práctica y estamos a cinco años del fin del milenio, que llegará en México con la indicada cifra de jóvenes. Si la proyectamos al resto de América Latina, nos encontramos con una cantidad varias veces superior que tendrá, y ya tiene por supuesto, problemas similares en lo que a información y comunicación se refiere.

Las percepciones

Hoy como nunca el mundo adulto tiene responsabilidad con la vida de los jóvenes. Pero hoy como nunca son evidentes el abandono y la agresión a esos sectores. Días atrás visité un país de la región y un amigo me decía: "aquí es un pecado ser joven". Aludía tanto a las cotidianas matanzas como al desentendimiento de la sociedad con respecto a niños y adolescentes.

Si nos detenemos a pensar en la forma en que la sociedad se ocupa de los jóvenes, encontramos tres líneas: de un lado una corriente empeñada en pregonar el ideal de ser joven en todas las edades, con el consiguiente mercado de productos para rejuvenecer o para no envejecer. En segundo lugar, todo un sistema de mensajes y mercancías para los jóvenes. En tercero, un abandono de los jóvenes a su suerte, por una escuela incapaz de ofrecerles alternativas a sus vidas, a causa de sistemas obsoletos y de programas carentes de atractivo; por la creciente desocupación, por la disolución de la estructura familiar y la agresividad de ofertas destinadas a servir de modelos sociales.

El esquema es así: idealización de la juventud (en tanto sinónimo de no envejecimiento) como algo válido en sí mismo, existencia de un segmento de mercado para los jóvenes, abandono de éstos por parte de la sociedad para dejarlos a merced de la oferta de los medios de comunicación y de situaciones de riesgo.

En la oferta de los medios de comunicación hay también algunas tendencias: la juventud como portadora de violencia, como anomia social, y la juventud como puro goce. No son frecuentes los programas que muestran a los jóvenes con ideales y en una actitud constructiva.

Otro enfoque, dentro de los que consideramos más generalizados, es el del posmodernismo. Como se sabe, esta corriente se refiere al fin de la modernidad, en el sentido de la clausura de viejos ideales de progreso, para dar paso a la eclosión de las salidas individuales y grupales. Estaríamos en una sociedad sin parámetros generales y sin ideales válidos para todos los seres humanos.

Dentro de esa "ruptura", aparecen argumentos referidos a una sociedad diseñada por los medios de comunicación, con lo que éstos aportan para habituarnos a ritmos e intensidades diferentes, propias de un mundo que requiere seres con capacidad de reacción, con un juego de cintura suficiente como para salir airoso de situaciones de creciente complejidad. Los medios aparecen como una *escuela* que nos prepara (y sobre todo a los jóvenes) para vivir en un mundo fragmentado y cada vez más incierto.

Todo esto se plasma en la cuestión de los lenguajes modernos y posmodernos. Los primeros están representados por los viejos ritmos de la escuela y los segundos alcanzan su clímax en el video clip, con su velocidad, su fragmentación constante y su ausencia de argumentos. Cuando llega la adolescencia, quienes la viven ya habrían sido formados por esos lenguajes casi desde la cuna.

Los organismos dedicados a la juventud se mueven (en el terreno de la comunicación) en general en el polo de la denuncia de la situación de ese sector de la población, y en la interlocución directa, casi siempre para alertar sobre riesgos sociales.

Los jóvenes oscilan entre el abandono y la idealización, en medio de sistemas que no alcanzan a adaptarse a las necesidades y demandas de una sociedad cada vez más compleja.

Lenguajes modernos y posmodernos

A todo lo anterior se suman argumentos destinados a idealizar la situación de precariedad y de incertidumbre permanente de nuestros jóvenes e incluso de la sociedad toda.

Parto de una síntesis de argumentos de Vattimo desarrollados en su libro *La sociedad transparente*. Si me extiendo en ella es porque necesitamos reconocer de qué manera se percibe en nuestro tiempo la ruptura con lo moderno.

La modernidad se acaba cuando, debido a múltiples causas, deja de ser posible hablar de la historia como de algo unitario, es decir, cuando se comprueba que no existe un centro alrededor del cual se reúnen y ordenan los acontecimientos.

No hay una historia única, hay imágenes del pasado propuestas desde diversos puntos de vista y es ilusorio pensar que haya un punto de vista supremo, capaz de unificar todos los restantes. Con lo que cae la idea de progreso y el ideal de hombre que ella legitimaba. El ideal europeo de humanidad se ha ido develando como un ideal entre otros y van apareciendo en escena nuevas culturas y grupos sociales.

Al fin de esos elementos se ha sumado el nacimiento de la sociedad de la comunicación. En el nacimiento de la sociedad posmoderna los medios de masas tienen un papel fundamental, ya que vienen a caracterizar la sociedad no como más consciente de sí misma, más iluminada, sino como más compleja, caótica incluso. Y es precisamente en ese caos "donde residen nuestras esperanzas de emancipación".

Los medios han permitido pasar de una racionalidad central de la historia, a una multiplicidad de racionalidades locales que toman su palabra cuando queda atrás el monopolio de lo que debe entenderse por humanidad. Se trata de un proceso de liberación de las diferencias.

Las ciencias humanas son hoy el resultado de esta sociedad de comunicación, ya que dependen de todo lo que ella implica, en tanto que

describen aquello que el hombre hace de sí mismo en la cultura y en la sociedad, y este hacer está en relación directa con la comunicación.

El arte, en la época de la comunicación "... no consiste en otra cosa que en la movilidad e hipersensibilidad de los nervios y de la inteligencia, característica del hombre urbano".

Tengo mi postura frente a tales propuestas. Adhiero a las palabras de Paulo Freire, cuando diferencia un posmodernismo reaccionario (que no deja nada en pie, sólo el sistema nervioso capaz de reaccionar con rapidez y la vida como fabulación) de otro que al menos nos ha hecho dudar de nuestras certidumbres, de los excesos de creencia en un mundo que nunca cambiará. Y me niego, por lo mismo, a aceptar una sociedad en la cual sólo cuenta la rapidez de la reacción, el sálvese quien pueda y el consumo como única manera de ser.

Retomo un texto leído en mayo del 95, en Santa Cruz de la Sierra en el Encuentro Latinoamericano de Estudiantes de Comunicación.

"El séptimo deber de un comunicador es comunicar con serenidad.

¿Y esa afirmación? podría preguntar cualquiera. ¿Provendrá de las recomendaciones difundidas en momentos de catástrofe: no alterar a la población, difundir serenidad entre ella?

No precisamente. Me refiero a un comunicar sereno porque estoy convencido de la existencia de formas de comunicación destinadas a mantener alterados a los interlocutores, tanto por lo dicho como por la manera de expresarlo.

Asistimos en los últimos años a un rescate caricaturesco del Nietzsche de los desbordes dionisiacos de fines del siglo pasado, como si el ser del hombre, y del joven, contemporáneo pasara por un ritmo vertiginoso, por una ruptura constante de formas de relación, por el juego de imágenes del video clip. No me inquietan para nada el vértigo y los fragmentos en que se mueven algunos programas e incluso algunas ciudades, pero estoy harto de la prédica en torno a un mundo del frenesí y del paso de un fragmento a otro, como si todos los seres vivieran así.

En ese canto al desenfreno se ubica la obra de Jean Baudrillard *América*, en la cual el autor hace el elogio de una cultura del consumo, del despilfarro y de la ruptura de cualquier lazo de comunicación que no sea el del juego de competencias y de aislamientos.

Frente a esas propuestas seguimos viviendo y comunicándonos como seres que se necesitan y requieren de tiempo para el encuentro y el pensamiento.

Comunicar con serenidad no es vociferar noticias o anuncios publicitarios, no es gritar calamidades sociales a todos los vientos, no es apabullar al otro con torrentes de palabras o de imágenes, no es pegar alaridos en nombre de Dios, como lo hacen tantos predicadores por la radio y la televisión en nuestros países.

Comunicar con serenidad es entablar un diálogo oral o escrito con nuestros interlocutores, es contar siempre con los demás para decir sin invadir, sin golpear la sensibilidad ajena, es dar lugar a la reflexión, al humor suave, a la belleza en todo lo que expresamos."

En estas pocas páginas no pretendo de ninguna manera despachar una discusión que permanecerá abierta todavía un largo tiempo. Me detengo en el canto de alabanza de Vattimo a los medios y en la manera en que solemos descalificarlos desde los establecimientos educativos. Si algo de razón hay en las propuestas del profesor italiano es que esos lenguajes, por los cuales uno se vuelve loco, existen, asoman cada día a nuestros espacios más íntimos a través de la televisión, de la música, de materiales impresos, de objetos de consumo. Y a ellos están expuestos los niños, niñas y jóvenes de nuestra sociedad desde sus primeros años de vida.

El atractivo

Recordemos algunas de las características de la oferta de los medios de comunicación, en especial de la televisión:

El espectáculo

Los grandes medios de comunicación, y toda la variedad de programas que ellos abren a nuestra percepción, están comunicados, están basados, están caracterizados por el espectáculo. Desde un noticiero hasta una telenovela, desde un recital de piano hasta un concurso de preguntas y respuestas; todos, absolutamente todos, han sido preparados para ser vistos y oídos por nosotros. Hablamos, en este sentido, de *espectacularización*.

La personalización

Un segundo elemento que comunica a todos los formatos, en especial de la televisión y la radio, pero también de los impresos, es la *personalización*. Retomo un texto (*El relato televisivo*).

"El relato es un recurso constante en la vida diaria, apelamos a él para enfatizar, para retomar una situación, para referirnos a alguna persona. Constituye, en realidad, un precioso recurso de acercamiento a los otros,

porque no hay nada que nos atraiga más que la personalización, que algo pase a través de un ser humano."

Ese párrafo nos habla del lugar privilegiado de la personalización, el relato. Pero ella aparece en todos los formatos como una constante. Se trata de una personalización, a diferencia del relato escrito, *espectacularizada*, es decir, sujeta a la ley del *ser visto*.

En este sentido todo se organiza para acercarse a las personas desde sus facetas más espectaculares, más "dignas" de ser vistas.

El punto más intenso de la personalización se da en las telenovelas, donde los personajes son seguidos paso a paso en peripecias y transformaciones, donde se vuelve al infinito sobre un rostro que nos habla de su pasado, de sus miedos, de sus sueños.

Todo esto nos acerca a una cuestión central: la de la corporalidad, como recurso de atracción para los perceptores. La corporalidad tratada morosamente, en sus acercamientos más llamativos, en su belleza y en sus formas.

La fragmentación

Tercer elemento al cual están sometidos los formatos y sus respectivos programas: la fragmentación, entendida en dos sentidos: los cortes que se dan al interior de un mismo programa por el juego de la imagen y el sonido (y en esto el video clip constituye ya un verdadero género de la televisión) y los cortes provocados por la necesidad de intercalar anuncios publicitarios o por pasar a algo que se considera más atractivo.

La fragmentación tiene como contrapeso la presencia de constantes, de rutinas, de ciclos que la programación nos ofrece día a día. Ruptura en la unidad, entonces, juego de fragmentos en un todo bien afianzado, bien sostenido.

El "encogimiento"

Lo comunicacional, como cultura mosaico, fue analizado por Marshall MacLuhan hace ya varios años. Porque lo mismo sucede con la página de un diario y con los programas radiales.

Esa dislocación permanente ha ido acompañada de un "encogimiento" de los tiempos de los programas y de la extensión de los artículos y noticias impresas. Basta comparar las páginas de un diario de diez años a la actualidad. O analizar revistas en las que todo se resuelve en un par de columnas.

Tal acortamiento, ¿es producto de un ritmo alocado de nuestra vida urbana, o es provocado? Responsabilidad de ambos lados: de una dinámica discursiva de los medios y de una tendencia nuestra a la prisa.

La resolución

Otro elemento a tomar en cuenta es el hecho de la no postergación del resultado, de prestar atención, de percibir, con respecto a lo que el medio promete.

Vamos a los ejemplos: entre la promoción de un refresco y el refresco, hay una distancia mínima. Entre la promoción de un título y el título, hay cuatro años por lo menos.

Pero podemos ir más lejos: el televidente, el radioescucha, el lector de revistas y diarios, no está sujeto a una *postergación perceptual*. Me explico: cuando vemos un programa, el mismo *comienza y termina*. Cuando vemos una serie televisiva, sucede igual, así como ocurre con un artículo, un cuento o una noticia.

Hay, en todos los casos, una *resolución de lo planteado*, la propuesta a nuestra percepción se abre y se cierra.

Las autorreferencias

Entendemos *autorreferencia* de la siguiente manera, en el caso del medio audiovisual por excelencia:

La televisión se dice y repite a sí misma.

De la televisión se aprende en primer lugar televisión. Los nombres de las canciones, las bandas, las estrellas, los personajes de ficción y de distintos programas, los futbolistas, pasan a formar parte del bagaje de conocimientos que a diario se utiliza.

Las autorreferencias consisten en artistas hablando de artistas, en programas que incluyen recursos de otros, en una corriente de información centrada en el mundo televisivo, con lo que el espectáculo pasa a constituirse en un universo de sentido en el cual se van entrelazando vidas y rostros.

Los sistemas de identificación y reconocimiento

De esa manera, de autorreferencia en autorreferencia, los medios van logrando sistemas de identificación y reconocimiento. No es sólo la pantalla el espacio donde encuentro entretenimiento, también es un ámbito que me permite coincidir con seres que me vienen acompañando desde hace años, en ese juego de las variaciones y de la continuidad.

Todos estos puntos nos hablan de un discurso con tremendas posibilidades de involucrar a sus destinatarios, que ha sabido acertar con elementos clave para acercarse a la vida cotidiana, a las incertidumbres, las expectativas y los sueños de los demás.

Los puntos de encuentro

Los jóvenes tienen en los medios de comunicación un referente para sus interacciones y para sus identificaciones. Y ello como algo mucho más intenso que lo provisto por una escuela carente de la riqueza de lenguaje que se ofrece desde la pantalla, desde el espacio urbano, desde los sistemas de señalización y de publicidad.

Pero esas posibilidades son mayores, si se toma la ciudad en su conjunto. Omar Rincón reconoce las siguientes ofertas culturales: las radios juveniles, las televisiones juveniles, los bares (en sentido amplio, los lugares de música y baile), los grupos musicales y la moda.

"Estas redes de radios y televisiones juveniles, moda, música y bares permiten que auditorios aislados se junten con base en la diversión y el placer. El potencial de estas formas de juntar está en que narran una sensibilidad transnacional pero para apropiación local (...) las ofertas más significativas para los jóvenes son las que tienen como eje a la música..."

Los puntos de encuentro pasan, entonces, no por los ideales de la década del 60 (transformar la sociedad, analizar a distintos autores, discutir sobre formas de vida), sino por la sensibilidad y el placer.

¿Es tan así todo esto? ¿Fue tan así lo afirmado con respecto a la década del 60? Algunas encuestas realizadas en la Argentina tienden a corroborar esos puntos de vista: los jóvenes buscan formas de estabilidad en el trabajo, buscan caminos para vivir bien, sin sobresaltos, no se preocupan demasiado por lo que sucede en el país, construyen sus ideales sobre la base no de lo que propone la escuela o los ideales adultos, sino los héroes de los medios de difusión colectiva.

Nos toca trabajar, entonces, a partir de esa sensibilidad, con ella y no contra ella. Pero no nos toca celebrarla como si fuera lo único que puede caracterizar o esperarse de los jóvenes.

Siempre, y en todos los casos, esperamos con ellos construir civilización en el sentido de eliminar la violencia, y para ello el camino es el de acompañarlos y no dejarlos librados a cualquier oferta cultural, sin ningún tipo de referente o de orientación.

"Lo que el público quiere"

En tiempos como los nuestros vamos llegando al extremo de pedir permiso para ejercer algún tipo de crítica. Con el reconocimiento (acertado, sin duda) de las distintas formas de lectura de la realidad por parte de diferentes grupos sociales, y aun de individuos, ha sobrevenido el desliz hacia un "todo tiene su razón de ser" y con ella no nos podemos meter desde la crítica.

Pero la tarea intelectual no es sólo la del reconocimiento, sino también, y fundamentalmente, la de la crítica, entendida como el intento presente en cualquier sociedad de una desmitificación de formas cristalizadas de vida, de un enfrentamiento con los estereotipos, de un examen cuidadoso de los modelos sociales.

El reconocimiento de la sensualidad y de la búsqueda del placer, no nos puede llevar a la suspensión de la crítica con respecto a los caminos para lograr tales alternativas a las relaciones de los jóvenes. Si bien no caemos en la descalificación, tampoco nos quedamos con una lectura ingenua, con una suspensión de la interpretación.

Lo que escandalizó a Popper en el artículo citado (su última producción, antes de morir en 1994) fue la impunidad con que trabajan quienes tienen a su cargo la producción televisiva. Atacó con fuerza el argumento de "ofrecer a la gente lo que la gente quiere ver" (tan llevado y traído a lo largo de siglos) y se quejó en especial por el grado de improvisación de quienes vienen a poblar el mundo de la televisión.

Todo ello se concreta en el siguiente párrafo:

"(los profesionales de la televisión) deberían aprender que la formación cultural y ética es imprescindible en toda sociedad civilizada; que los ciudadanos de una tal sociedad, esto es, los ciudadanos que se comportan de manera civilizada, *no son un producto del azar*, sino el resultado de un proceso educativo".

El subrayado es mío. La expresión me resulta preciosa, sobre todo si se toma en cuenta que dejamos buena parte de la formación de nuestros jóvenes librada precisamente al azar, sea en el espacio de la ciudad, en la relación con los medios o en la incorporación a distintos grupos.

Una política de comunicación

Este encuentro se denomina *Comunicación y juventud*. ¿De qué pueden servir las reflexiones anteriores, y las que surjan a lo largo de la semana, si se toma en

cuenta que millones de seres quedan librados al azar en su formación y en sus relaciones?

Precisamente en eso: en luchar para revertir esa condición, en ofrecer alternativas a quienes se han dejado llevar por el azar para reflexionar sobre sus prácticas y para reorientarlas.

Una propuesta amplia con respecto a *comunicación y juventud* debiera comprender a los siguientes interlocutores:

- profesionales de los medios de comunicación, dedicados a elaborar mensajes para jóvenes
- integrantes de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, encargados de programas para jóvenes
- instituciones educativas y educadores
- familias
- grupos de jóvenes

¿Cuáles son los caminos para reducir el azar? Abrimos algunas líneas para la reflexión:

- ⇒ Conocer a los jóvenes, no de manera abstracta, sino en determinadas circunstancias y dentro de determinadas redes de percepción y de relación.
- ⇒ Conocer la situación social de los jóvenes, proyectar esa situación hacia los próximos años.
- ⇒ Conocer la sensibilidad de los jóvenes, sus ideales, sus incertidumbres, sus maneras de enfrentar y resolver problemas.
- ⇒ Conocer las diversas fuentes y materiales de oferta cultural que se les dedica.
- ⇒ Conocer en especial la oferta de los medios de comunicación colectiva.
- ⇒ Hacer propuestas de comunicación y de gestión a organizaciones que trabajan con jóvenes.
- ⇒ Hacer propuestas de mejoramiento de formatos en programas para jóvenes.
- ⇒ Hacer propuestas de acciones culturales, que tomen en consideración la situación actual de los jóvenes, según sus circunstancias en determinado país, ciudad y grupo.
- ⇒ Hacer propuestas de interacción y de convivencia, a fin de luchar contra la violencia y el azar.

Daniel Prieto Castillo
Mendoza, Septiembre de 1995