

**LAS LONJAS JUVENILES: ESPACIOS DE OCIO
AUTOGESTIONADOS Y SU TRATAMIENTO EN PRENSA**
**YOUTH “LONJAS”: SELF-MANAGED LEISURE SPACES
AND THEIR TREATMENT IN THE PRESS**
**“LONJAS” JUVENIS: ESPAÇOS DE LAZER AUTOGESTIONADOS
E SEU TRATAMENTO NA IMPRENSA**

Inés HERNÁNDEZ, Monike GEZURAGA*, Amaia EIGUREN* & Maitane PICAZA*

* Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

Fecha de recepción: 23.XII.2020
Fecha de revisión: 22.XI.2021
Fecha de aceptación: 17.I.2022

<p>PALABRAS CLAVE: Jóvenes; Medios de comunicación; Autogestión; Aprendizaje; Cohesión Social</p>	<p>RESUMEN: En el País Vasco ha surgido un fenómeno social en expansión: los espacios juveniles de ocio autogestionados, comúnmente denominados “lonjas”. El estudio formó parte de una investigación más amplia impulsada desde el Observatorio del Grado de Educación Social del Campus de Bizkaia de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). El objetivo principal era conocer la imagen que se estaba trasladando de las lonjas como espacios autogestionados de la juventud en la provincia de Bizkaia. Para ello, se presenta un estudio longitudinal que abarca el periodo 2006-2019 y que se centra en el análisis de 175 noticias sobre lonjas emitidas en prensa. El proceso de análisis de la información se llevó a cabo a través de la lectura en profundidad de las noticias seleccionadas y de la utilización de técnicas cualitativas de análisis de datos. Asimismo, se realizaron análisis de carácter cuantitativo para describir el conjunto de datos y su distribución. Los resultados mostraron que la prensa refuerza una imagen negativa sobre el fenómeno de las lonjas reproduciendo la visión de la juventud como problema y grupo vulnerable. Se vio necesario reclamar que las medias reflejen la realidad del fenómeno desde la responsabilidad social visibilizando la labor educativa que se está realizando desde el acompañamiento educativo.</p>
<p>KEY WORDS: Youth; News Media; Self-management; Learning; Social Cohesion</p>	<p>ABSTRACT: A growing social phenomenon has emerged in the Basque Country: self-managed youth leisure spaces, commonly called “lonjas”. The study formed part of a wider research project promoted by the Observatory for the Degree in Social Education on the Bizkaia Campus of the University of the Basque Country (UPV/EHU). The main objective was to find out what image is being conveyed of the commodities exchanges as self-managed spaces for young people in the province of Bizkaia. To this end, a longitudinal study is presented</p>

CONTACTO CON LOS AUTORES

Inés Hernández Hidalgo. Fundación INTERED C/Alameda, 22 cp 28014 Madrid. Correo electrónico: ines.hh92@gmail.com

	<p>which covers the period 2006-2019 and which focuses on the analysis of 175 news items about fish markets which have been published in the press. The information analysis process was carried out through an in-depth reading of the selected news items and the use of qualitative data analysis techniques. Quantitative analyses were also carried out to describe the data set and its distribution. The results showed that the press reinforces a negative image of the commodities exchange phenomenon by reproducing the view of youth as a problem and a vulnerable group. It is necessary to demand that the media reflect the reality of the phenomenon from the point of view of social responsibility, making visible the educational work that is being carried out through educational accompaniment.</p>
<p>PALAVRAS-CHAVE: Juventude; Meios de comunicação; auto Gerenciamento; Aprendendo; Coesão Social</p>	<p>RESUMO: Um fenômeno social em expansão surgiu no País Basco: espaços de lazer juvenil autogeridos, comumente chamados de “lonjas”. O estudo fez parte de uma investigação mais ampla promovida pelo Observatório da Licenciatura em Educação Social do Campus Bizkaia da Universidade do País Basco (UPV/EHU). O objetivo principal era descobrir a imagem que estava sendo transferida dos “lonjas” como espaços autogeridos para jovens na província de Bizkaia. Para isso, é apresentado um estudo longitudinal que abrange o período 2006-2019 e que se concentra na análise de 175 notícias sobre “lonjas” veiculadas na imprensa. O processo de análise das informações foi realizado por meio da leitura aprofundada das notícias selecionadas e da utilização de técnicas qualitativas de análise de dados. Análises quantitativas também foram realizadas para descrever o conjunto de dados e sua distribuição. Os resultados mostraram que a imprensa reforça uma imagem negativa do fenômeno “lonjas”, reproduzindo a visão da juventude como problema e grupo vulnerável. Foi preciso afirmar que os meios de comunicação refletem a realidade do fenômeno a partir da responsabilidade social, tornando visível o trabalho educativo que está sendo realizado a partir do acompanhamento educacional.</p>

Introducción

En la Comunidad Autónoma del País Vasco (CAPV) en los últimos años ha surgido un fenómeno social de espacios de ocio autogestionados de jóvenes, comúnmente denominados “lonjas”. Estas lonjas suelen situarse en los bajos de edificios de viviendas, que son alquiladas por grupos de jóvenes, constituyendo puntos de encuentro de las cuadrillas (grupo de amigos/as) en un espacio propio, creado por y para la juventud. Es un fenómeno en expansión, que actualmente se ha convertido en el centro de atención de las políticas de juventud y en el que profesionales de la educación social han encontrado un espacio de intervención socioeducativa, por convertirse en uno de los contextos centrales de socialización, ocio y participación de la población joven.

Sin embargo, las miradas hacia el fenómeno son variadas y controvertidas, con connotaciones frecuentemente negativas, que reproducen la visión de la juventud como “problema” y “grupo vulnerable” y que no atienden a la propia realidad de las lonjas y a los aprendizajes que en ellas se desarrollan (Alonso, Legorburu & García, 2016; Carretero, 2018). Los medios de comunicación, poderosos agentes de generación de representaciones sociales, han reforzado esta mirada negativa, generando incluso alarma social frente al mundo de las lonjas juveniles (Alonso, Berasategi & Crespo, 2018).

Con este marco de fondo, la presente investigación indaga en la información que la prensa de Bizkaia emite sobre el fenómeno de las lonjas. El estudio forma parte de una investigación más

amplia titulada “Prácticas de éxito en participación y crecimiento juvenil en lonjas de Bizkaia. Algunas claves para la intervención” (Alonso & Gezuraga, 2017), impulsada desde el Consejo Observatorio del Grado de Educación Social del Campus de Bizkaia de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). El análisis muestra las posibilidades de acción socioeducativa de las lonjas y recoge buenas prácticas en intervención socioeducativa. El equipo de investigación ha estado compuesto por representantes del mundo universitario (profesorado y alumnado), del ámbito socioeducativo y de la Administración Pública.

En el estudio, uno de los objetivos era analizar las distintas miradas de la participación juvenil en lonjas desde diferentes ámbitos como la administración, la juventud, el mundo profesional, y la comunidad. En esta misma línea, surge el interés por conocer cuál es la mirada que los medios de comunicación ofrecen de las lonjas juveniles.

Juventud, socialización y políticas juveniles

La juventud y la concepción que el imaginario social profesa sobre ésta han sufrido un importante cambio en los últimos años debido a diversas razones como la prolongación de la misma unida a extensos procesos formativos y tardía incorporación al mercado laboral (Tejerina *et al.*, 2012); la falta de espacios de participación (Escobar & Pezo, 2019; Fránces, 2008) o las nuevas concepciones y formas de ocio y tiempo libre que están surgiendo (Ayarza, Fernández & Mendia, 2014; Doutor, 2016).

Ante modelos previos que contemplaban la juventud como un proceso lineal o como una mera etapa de transición hacia la adultez (Du Bois-Raymond & López, 2004), en la actualidad hablamos de la juventud como un proceso complejo y extenso en el tiempo (O' Loughlin, 2001). Tanto Funes (2010) como Bartolucci y Favero (2018) realizan una interesante aportación al respecto cuando disertan sobre *adolescencias diversas*, una diversidad que se basa en el origen y extracto social del que provienen las y los adolescentes, sus formas de relación entre iguales, modelos de *personas jóvenes* que asumen en su contexto más cercano, etc.

En la juventud, el ocio y el tiempo libre cobran un importantísimo protagonismo como elementos identitarios y de socialización (Ortega & Bayon, 2014; Varela, Gradaïlle & Teijeiro, 2016); un tiempo, como define Funes (2010), de socialización crítica hacia el mundo que les rodea. En este proceso se hacen lecturas a veces contradictorias de los valores, intereses, referentes etc., propias y ajenas.

En el estudio de Esteban *et al.* (2016) referente a la juventud vasca y las relaciones, se observa la permanencia de estereotipos y modelos clásicos de género. La segregación sexual es notable; por ejemplo, en las cuadrillas masculinas los espacios de ocio como locales o lonjas son ocupados por varones. Además, el miedo es clave para definir la

socialización de las mujeres ya que limita el tiempo y el espacio de éstas (Estivill & Rodó, 2016).

Las redes personales más cercanas, suponen un importante punto de apoyo y socialización (Urresti, 2000), los estudios destacan a la familia y a los pares como los agentes socializadores más potentes en la adolescencia (Arnon, Shamai & Ilatov, 2008). Si hacemos referencia a los medios de socialización más relevantes en los últimos años, las redes sociales toman un importante protagonismo (Bernete, 2010; Muros-Ruiz *et al.*, 2013; Scolarì, 2018; Segovia *et al.*, 2016;) en nuestro contexto actual e influyen en los espacios de autogestión como son las lonjas juveniles (Alonso, Berasategi & Crespo, 2018; Cruz, *et al.*, 2020; Doistua, Pose & Ahedo, 2016). Asimismo, los y las jóvenes buscan espacios propios de ocio donde puedan participar de manera activa y autónoma (Ortega *et al.*, 2015) donde puedan desarrollarse personalmente de forma igualitaria (Trilla, 2005)

Si atendemos a las políticas juveniles que diferentes países están ofertando dentro del marco europeo, se observan diversos modelos basados precisamente en la concepción que se tiene de la juventud. Se reflejan dos concepciones principales: a) aquella que entiende la juventud como un *problema* y b) aquella que entiende la juventud como un *recurso*. (Tabla1).

Tabla 1. Relación de países europeos y concepto dominante de juventud

MODELO DE POLÍTICA JUVENIL	PAÍSES	CONCEPTO DOMINANTE
Modelo universalista	Dinamarca Finlandia Noruega Suecia	Juventud como <i>RECURSO</i>
Modelo basado en la comunidad	Irlanda Reino Unido	Juventud como <i>PROBLEMA</i>
Modelo de protección	Austria Alemania Bélgica Francia Luxemburgo Países Bajos	Juventud <i>VULNERABLE</i> Juventud como <i>RECURSO</i> Juventud como <i>PROBLEMA</i>
Modelo centralizado	España Grecia Italia Portugal	Juventud como <i>RECURSO</i> Juventud como <i>PROBLEMA</i>

Fuente: Adaptado de Bendit, 2004, pp. 64-66.

Estas diversas concepciones de juventud van a generar que las políticas juveniles que se propongan desde la Administración Pública sean distintas (Groppo, 2017; Villa, 2011). Dentro de este mismo marco europeo, encontramos propuestas

que se centran en la concepción de juventud como *recurso*, entendiéndola como una población activa con un alto potencial de desarrollo y que puede aportar mucho a la sociedad en la que está inmersa; ejemplo de ello es el programa

“ERASMUS+” (European Union, 2015), que plantea proyectos juveniles que fomenten la participación basándose en líneas de trabajo como la movilidad, estrategias de empoderamiento y toma de decisiones. En nuestro contexto más cercano, la Diputación Foral de Bizkaia (DFB), muestra seguir esta senda de actuación, abandonando la concepción como *problema* y avanzando hacia la del *recurso*, así lo demuestra el programa de legislatura “Gaztedi Bizkaia 2020” (Diputación Foral de Bizkaia, 2017; Groppo, 2017).

El fenómeno de las lonjas juveniles

Las lonjas son espacios autogestionados de socialización y disfrute del tiempo libre, creados por y para la juventud. Suponen un punto de encuentro de las cuadrillas, un espacio propio en el que las y los jóvenes se sienten más libres, alejados del control adulto, a resguardo de las inclemencias del tiempo, y en el que el disfrute del ocio les resulta más económico (Ortega, Lazcano & Baptista, 2015). Pero, además, son espacios en los que las y los jóvenes realizan importantes aprendizajes para la vida, sobre todo relacionados con la autonomía y la responsabilidad. Estos espacios autogestionados resultan de un especial interés (Cruz, Gezuraga, Ordeñana & Legorburu, 2020; Ortega & Lazcano, 2015) y demandan una necesaria atención desde las políticas juveniles y desde las acciones socioeducativas que se planteen dentro o fuera de éstas.

Concretamente, estos espacios juveniles tienen una importante presencia sobre todo en el País Vasco, recibiendo diferentes denominaciones: bajeras, locales, lonjas o txokos entre otros. Su origen se sitúa en los años 90, aconteciendo

un fenómeno en expansión que ha originado diferentes estudios y análisis, entre los que destacan los realizados por Corcuera, Bilbao y Longo (2013) en el contexto de la CAPV; Tejerina, Carbajo y Martínez (2012) en el territorio histórico de Vitoria-Gazteiz; y Laespada, Arostegi, Martínez y Sarabia (2008) en el territorio histórico de Bizkaia, centrado concretamente en Portugalete. Además, recientemente el estudio realizado en la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) en colaboración con la DFB (2014-2016) coordinado por Alonso y Gezuraga (2017) se centra en Bizkaia.

La dimensión de este fenómeno social se refleja en los datos recogidos por Corcuera *et al.* (2013) donde señalan que un 45% de las y los jóvenes en la CAPV entre 15 y 29 años forman parte de alguna lonja o lo han hecho en el pasado, y que un 27% querría formar parte de una lonja. Las cifras aumentan en el caso de Bizkaia, donde el 65% de las y los jóvenes señalan ser integrantes o haberlo sido (Alonso & Gezuraga, 2017). Para las y los jóvenes las lonjas son espacios que cumplen distintas funciones: lugares en los que se sienten a gusto, se relacionan, se comparten cosas, se hacen planes y proyectos de participación en propuestas del entorno, etc. Por lo tanto, las lonjas muestran la potencialidad de estos espacios de ocio en relación a la adquisición de aprendizajes en diferentes niveles: generales, relacionados con la organización y la gestión y por último aprendizajes interpersonales (Tabla 2). Es decir, las entidades de educación en el tiempo libre cuentan con buenos precedentes pedagógicos y sociales (Batlle *et al.*, 2015) desde esta visión se puede considerar a las lonjas como recurso que integra los enfoques educativo y social (Batlle, 2010).

Tabla 2. Aprendizajes potenciales en las lonjas

Aprendizajes generales	Aprendizajes relacionados con la organización y gestión	Aprendizajes interpersonales
<ul style="list-style-type: none"> • Autogestión • Autorregulación • Autonomía • Responsabilidad individual y colectiva • Convivencia • Aprendizaje entre iguales • Situarse en un ámbito de relación distinto al familiar 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de alquileres y contratos • Responsabilidad económica: gestión de pagos, gastos y ahorro • Organización interna del local: gestión de normas, responsabilidades, manejo del incumplimiento de normas, etc. • Organización de acciones colectivas, plantearse objetivos, organizarse para alcanzarlos • Iniciativas para defender sus locales y ser escuchados por la administración • Gestión de la libertad • Conocimiento de los recursos que tiene la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Mecanismos democráticos para la toma de decisiones • La ayuda entre personas • Refuerzo de lazos de amistad • Asumir responsabilidades para la convivencia • Relacionarse, escuchar al otro, responder y convivir con la comunidad y, en particular, con el vecindario • Llegar a acuerdos entre ellos y con los vecinos • Toma de decisiones, tanto individuales como grupales, para gestionar el local • Buscar vías de conciliación • Relativizar los problemas en beneficio de la convivencia
<p>Fuente: Elaboración propia basado en Alonso y Gezuraga (2017).</p>		

Diversos estudios evidencian que el binomio juventud-lonja, implica una participación dentro y fuera de la misma (Alonso & Gezuraga, 2017; Laespada, Arostegi, Martínez & Sarabia, 2008), lo cual viene a reforzar una idea previa y positiva de juventud como *recurso*. Esto hace reflexionar acerca de la necesidad de superar las acciones socioeducativas individuales (también necesarias en ocasiones), para evolucionar hacia acciones de corte comunitario (Smith, Blazek, Brown & Van Blerk 2016; Vecina, Alomar, Segura & Efedaque, 2016).

Cabe destacar que las y los jóvenes consideran que la mirada de la sociedad hacia las lonjas es negativa, estando estigmatizadas. Es significativo que el 73,8% de las personas entrevistadas en el estudio coordinado por Alonso y Gezuraga (2017), muestra acuerdo con que las lonjas están mal vistas en general por la sociedad; si bien matizan que hay diversidad de opiniones, dependiendo del tipo de vecindario y del tipo de cuadrillas. Destacan que las personas mayores profesan peor imagen de las lonjas y que las lonjas con integrantes más jóvenes también tienen peor fama.

Medios de comunicación y el reflejo de la juventud

Un modo de analizar los fenómenos sociales y de profundizar en su conocimiento es a través del estudio de su imagen en los medios de comunicación (MMCC), conocido como análisis crítico de los medios (Van-Dijk, 2016). Este proceso invita a analizar la objetividad de los contenidos de la agenda mediática, ya que el discurso de información pública involucra la construcción de «modelos preferenciales», es decir, «modelos escogidos por quienes hablan o escriben, que son consistentes con sus intereses y con su interpretación de los acontecimientos» (Van Dijk, 1999:30). Siendo el periodismo un poder fáctico, se ha constituido como el «cuarto poder». Hoy en día, es innegable la repercusión social de los medios de comunicación que a través de la difusión de imágenes y mensajes ejercen influencia directa en los procesos de cognición social, socialización, y consolidación de actitudes hacia diferentes temáticas (Loscertales & Núñez, 2008; Hernández-Santaolalla, 2018).

El modo que tienen los distintos medios informativos de definir hechos, individuos o colectivos se conoce como «construcción mediática» o «construcción discursiva», y es lo que determinará las imágenes que construirán como propias quienes consumen la información. Como señala March (1997), entre las funciones básicas que realizan los MMCC está «la de representación social, proporcionar la imagen social en relación a diferentes

realidades sociales, a diferentes colectivos, a diferentes personas concretas y específicas» (p.23). Idea que años más tarde es refrendada por Hernández-Santaolalla (2018).

En base al poder de los MMCC en la construcción del imaginario de la sociedad, la enseñanza de los MMCC toma fuerza desde finales del siglo XX, cuando empiezan a considerarse la alfabetización y la educación audiovisual como «esencial si queremos que todos los ciudadanos ejerzan el poder, tomen decisiones racionales, sean agentes efectivos del cambio y participen activamente en los medios» (Masterman, 1993:28). En palabras de Morduchowicz (2001) defiende que, la educación en los MMCC, es decir, la incorporación de los MMCC como objeto de estudio y conocimiento en el currículo educativo, propone aprender a interrogarse sobre las representaciones del mundo que transmiten los MMCC a fin de comprender la forma en que damos sentido a la realidad y el modo en que los medios le dan sentido para nosotros y nosotras.

Uno de los grupos sociales que presenta una imagen preestablecida y prediseñada en los MMCC es la juventud. La información que la prensa divulga al respecto puede sesgar y llegar a dañar la imagen pública de este colectivo (Castrechini, Pestana & Codina, 2015). Según García (2005) «se trata de una visión deformada de la juventud actual, la mayor parte de la cual es positiva y se integra bien en su comunidad» (p.47).

Respecto a la construcción discursiva de la juventud en los medios, Revilla (2001) establece las siguientes características más comunes: a) la mitificación de la juventud: lo joven como «lo bueno» en la sociedad, b) el placer como criterio moral de la juventud, c) la juventud como producto histórico y/o social, d) la juventud con la responsabilidad de ejercer como agente de cambio social, e) la contestación juvenil: rechazo de los valores adultos, rebeldía, f) la subcultura juvenil: colectivo con sus propias características, g) la transición a la vida adulta: estatus juvenil como incompleto y parcialmente carente, etapa de conformación identitaria, h) la diversidad juvenil: la juventud como grupo diferenciado pero heterogéneo.

En esta misma línea, desde el Instituto Nacional de Juventud (INJUVE) se presentan aportaciones interesantes con relación a la temática que muestran, por ejemplo, que las y los propios jóvenes manifiestan una actitud de desacuerdo respecto a la imagen que de ellas y ellos se muestra en los medios (Maropo, 2014), destacando «lo incompleto, parcial e incluso intencionado de la mirada» (Rodríguez & Megías, 2007:41). La mayoría de las noticias que hacen referencia a las y los jóvenes se presenta en la prensa digital, que

precisamente es el medio menos consumido por la juventud. Puesto que las noticias suelen estar orientadas al colectivo adulto como consumidor, donde “lo joven” es abordado como un problema (Gómez, Novomisky & González, 2019; Vallone & Zapata, 2018) además como apuntan Alcoceba y Mathieu (2007) “suele adecuarse a los intereses, prenocios y expectativas de los mayores” (p. 15).

Mauri y Figueras (2012) señalan que, en las últimas décadas, como respuesta a las demandas de diversos colectivos, se ha ido incorporando en la profesión periodística el concepto de responsabilidad social y la preocupación por realizar un periodismo ético y respetuoso con la ciudadanía. Respecto a la juventud, se señala que es “de los últimos colectivos que ha reclamado un trato más justo de los medios, pero ello no se ha visto traducido en España en un elevado número de investigaciones, y las que se han realizado, han sido parciales” (Mauri & Figueras, 2012:53). En su estudio, centrado en la Comunidad de Cataluña, se ha constatado la infrarrepresentación o falta de visibilidad informativa del colectivo en la prensa, el uso mayoritario de fuentes informativas institucionales y la reproducción de ciertos estereotipos en las noticias; concluyendo que “este fenómeno sitúa a los jóvenes, en cuanto a tratamiento mediático, en la misma situación que otros colectivos de los llamados ‘socialmente desfavorecidos’” (p. 54).

Si retomamos la importancia de la educación en los MMCC mencionada anteriormente, podemos afirmar que la alfabetización y la educación mediáticas son una preparación básica indispensable para la vida de hoy en día (Cuervo, 2013), y especialmente para las personas jóvenes, ya que se ven interpeladas en los MMCC, que tienden a construir y presentar una imagen sesgada de este colectivo. Por ello, los y las jóvenes deben contar con las herramientas necesarias para identificar, analizar y deconstruir los discursos mediáticos que les conciernen (y cualquier otro contenido mediático). Por ende, la alfabetización mediática debe ser crítica, dignificante y liberadora, así como obligatoria en el desarrollo escolar (Gutiérrez & Tyner, 2012) y estar orientada al desarrollo de las “competencias transmedia” como señalan recientes trabajos de investigación en el ámbito internacional como el del proyecto “Transmedia Literacy” (Scolari, 2018).

Con este marco de fondo, el objetivo general del estudio es conocer la imagen que se está trasladando del fenómeno de las lonjas juveniles, como espacios autogestionados de las y los jóvenes, desde la prensa digital en la provincia de Bizkaia en el período 2006-2019. Asimismo, se plantean como objetivos específicos: 1) Analizar

el contenido y carácter valorativo de las noticias emitidas 2) Identificar los agentes sociales representados en las noticias y 3) Extraer conclusiones y líneas de investigación desde la intervención socioeducativa y desde la educación formal con relación al fenómeno de las lonjas.

Metodología

La metodología utilizada en el estudio ha sido el análisis crítico del discurso mediático. En el análisis de los contenidos informativos y comunicativos ha destacado una teoría en las últimas décadas: la Teoría del *Framing* (“encuadre” o “marco noticioso”). El concepto de *Framing* proviene del ámbito de la sociología interpretativa, “pone el acento en que las aproximaciones a la realidad por parte del individuo se hacen teniendo en cuenta las aportaciones de lo demás” (Sádaba, 2001:145). El término “encuadre” quedó definido en 1955 por el antropólogo Gregory Bateson como el contexto o marco de interpretación por el que la gente se detiene en unos aspectos de la realidad y no en otros (Bateson, 1972). Asimismo, un estudio que marcó un antes y un después en el análisis de los contenidos informativos fue el elaborado por Semetko y Valkenburg (2000) sobre políticas europeas, en el que establecían seis grandes categorías de encuadre noticioso, que se han utilizado en el estudio que se presenta.

Selección de la muestra de noticias

La búsqueda de noticias contó con la colaboración de la Diputación Foral de Bizkaia (DFB) a través de su fondo de información. Se localizaron un total de 194 noticias de prensa digital que incluían en su discurso información referente a jóvenes y lonjas. No obstante, de cara a este estudio se trabajó con 175 noticias, tras eliminar aquellas que estaban repetidas y/o no presentaban fecha de publicación. Estas publicaciones pertenecen a los diarios: El Correo (n=124, 70.9%), Deia (n=18, 10.3%), El Mundo (n=5, 2.9%), Naiz (n=5, 2.9%), Berria (n=3, 1.7%), 20 minutos (n=2, 1.1%), Barakaldo Digital (n=2, 1.1%), DurangOn (n=2, 1.1%), Hitza (n=2, 1.1%), Diario.es (n=1, 0.6%), Diario de Getxo (n=1, 0.6%), Basauri Hoy (n=1, 0.6%), El Nervión (n=1, 0.6%), Uriola (n=1, 0.6%), Aiurri (n=1, 0.6%) y publicaciones efectuadas por los departamentos de comunicación de algunos partidos políticos o instituciones públicas (n=6, 3.4%).

Procedimiento de análisis de las noticias

El proceso de análisis de la información se llevó a cabo a través de la lectura en profundidad de las

noticias seleccionadas y de la utilización de técnicas cualitativas de análisis de datos. Asimismo, se realizaron análisis de carácter cuantitativo para describir el conjunto de datos y su distribución.

En relación al análisis textual se ha atendido a tres aspectos nucleares: 1) carácter valorativo de las noticias 2) fuentes de información de las noticias 3) análisis de contenido a través de dos sistemas categoriales: a) el análisis propuesto por Semetko y Valkenburg (2000), enmarcado en el

análisis desde la Teoría del Framing y en relación a las políticas europeas, y b) las categorías temáticas utilizadas habitualmente por el Servicio de Comunicación del Instituto de la Juventud (INJUVE; Pinto, 2009). Este doble análisis ofrece la posibilidad de estudiar la muestra desde dos perspectivas: la primera, de carácter político, y la segunda, desde la imagen de la juventud y los locales juveniles en los medios (Tabla 3).

Tabla 3. Categorías de análisis según Semetko y Valkenburg, e INJUVE

Categorías de Semetko y Valkenburg	Categorías del INJUVE
1. Atribución de la responsabilidad del asunto 2. Conflicto entre individuos, grupos o instituciones 3. Interés humano con el que se "dramatiza" o "emociona" la información 4. Moralidad enmarcada en un contexto de principios religiosos o prescripciones morales 5. Consecuencias económicas	1. Emancipación: empleo y vivienda 2. Participación: solidaridad y voluntariado 3. Convivencia y diversidad: violencia ciudadanía inmigración, relaciones familiares 4. Hábitos de vida saludable y medio ambiente 5. Ocio, cultura y tiempo libre 6. Formación

Fuente: elaboración propia.

Resultados

Siguiendo el análisis realizado, los resultados se han dividido en cinco apartados: (1) Distribución de noticias según años y su conexión con la elaboración de normativas sobre lonjas juveniles; (2) Carácter valorativo de las noticias; (3) Fuentes de la información de las noticias; (4) Noticias según las categorías de Semetko y Valkenburg (2000); (5) Noticias sobre lonjas juveniles según las categorías de INJUVE.

Respecto a la distribución de noticias según años y su conexión con la elaboración de normativas sobre lonjas juveniles, a lo largo de los años analizados, se da un incremento de noticias sobre lonjas juveniles, aunque con ciertas oscilaciones. El año 2008 aparece como momento de inflexión, a partir del cual se da una mayor presencia de noticias sobre el tema. A partir del 2013 se observa una disminución notable del tema en la prensa, pero parece que vuelve a tomar relevancia a partir del 2018 (Figura 1).



Figura 1: Noticias sobre lonjas en Bizkaia 2006-2019. Fuente: elaboración propia.

En paralelo al análisis de las noticias encontradas, se ha realizado una revisión de las leyes y ordenanzas que a lo largo de estos años la Administración Pública ha ido publicando al respecto de la gestión, uso, etc. de estos espacios. Coincidiendo

el año con mayor número de noticias referentes a lonjas juveniles con el año en que se legislan mayor número de normativas y ordenanzas sobre lonjas (2013-2014, $n=11$, 45.8%). Del 2015 en adelante desciende significativamente el número de

noticias, siendo prácticamente nulas en los tres últimos años de análisis (Tabla 4).

Tabla 4. Leyes y ordenanzas detectadas por años de publicación

Años de publicación	n	%
2007-2008	2	8.3
2009-2010	0	0.0
2011-2012	4	16.7
2013-2014	11	45.8
2015-2016	5	20.8

Años de publicación	n	%
2017-2018	0	0.0
2019	2	8.3
TOTAL	24	100.0

Fuente: elaboración propia.

En relación al carácter valorativo de las noticias, el 45.1% (n=79) son negativas, el 13.1% (n=23) son positivas, y un 41.7% (n=73) son neutrales. La categoría “neutral” se definió para agrupar las noticias que, si bien mencionan algo relacionado con las lonjas juveniles, el discurso no presenta un tinte positivo ni negativo (Tabla 5).

Tabla 5. Desglose de noticias en base a su carácter valorativo

	Positivo		Negativo		Neutro		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
2006	2	1.1	4	2.3	3	1.7	9	5.1
2007	0	0.0	3	1.7	2	1.1	5	2.9
2008	1	0.6	0	0.0	2	1.1	3	1.7
2009	0	0.0	7	4.0	0	0.0	7	4.0
2010	0	0.0	6	3.4	4	2.3	10	5.7
2011	0	0.0	10	5.7	3	1.7	13	7.4
2012	2	1.1	9	5.1	7	4.0	18	10.3
2013	5	2.9	7	4.0	11	6.3	23	13.1
2014	5	2.9	7	4.0	14	8.0	26	14.9
2015	0	0.0	2	1.1	4	2.3	6	3.4
2016	2	1.1	5	2.9	2	1.1	9	5.1
2017	2	1.1	2	1.1	4	2.3	8	4.6
2018	1	0.6	3	1.7	5	2.9	9	5.1
2019	1	0.6	3	1.7	12	6.9	16	9.1
Total	23	13.1	79	45.1	73	41.7	175	100.0

Fuente: elaboración propia.

Respecto a las fuentes de información utilizadas en las noticias analizadas se puede observar una clara distinción. Por un lado, las instituciones

políticas conforman el grueso de las fuentes informativas de las noticias analizadas (n=90, 51.4%). Se recurre a ellas para tratar temas de normativa

y regulación de las lonjas, así como a la hora de presentar nuevos proyectos e iniciativas que, aunque cuenten en ocasiones con la participación de otros actores como los propios jóvenes o las instituciones sociales y educativas, éstos no aparecen como protagonistas de la información. Por otro lado, las fuerzas de seguridad es el segundo grupo más numeroso ($n=51$, 29.1%). Suele recurrirse a estas fuentes informativas cuando las noticias tratan sucesos como altercados, robos, incendios u otros sucesos relacionados con las lonjas juveniles. En menor medida, el vecindario ($n=12$, 6.9%) suele aparecer como testigo de acontecimientos como incendios o directamente vinculado a noticias sobre problemas de convivencia vecinal. Es decir, el discurso que se atribuye a los vecinos de las lonjas es siempre de carácter negativo. Igualmente, las y

los jóvenes aparecen en contadas ocasiones como fuentes de la información ($n=12$, 6.9%). Destacan como testigos de acontecimientos como un asalto en una lonja o incendios y, en menor medida, aparecen citados en noticias relativas a normativa que tratan de mostrar el carácter participativo de la misma. Asimismo, las instituciones sociales/educativas ($n=7$, 4.0%) suelen aparecer como fuentes cuando se han puesto en marcha investigaciones o proyectos que pretenden abordar la temática de las lonjas juveniles. Además, las y los arrendadores de los locales alquilados por las y los jóvenes aparecen tan solo una vez como fuente de la información ($n=1$, 0.6%), adoptando habitualmente una postura de afectados al no estar el fenómeno bien regulado por la administración (Figura 2).

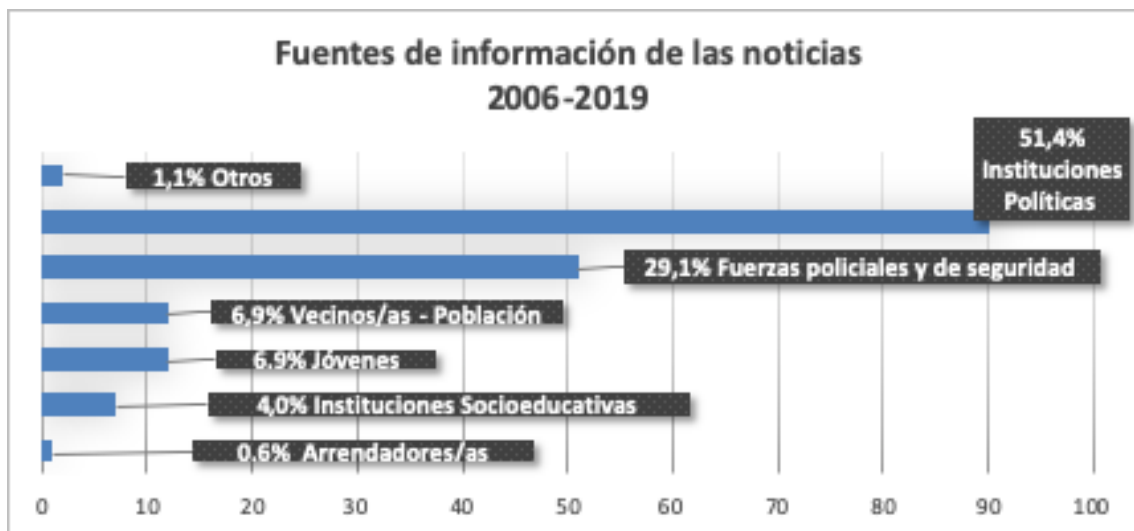


Figura 2. Fuentes de información de las noticias. Fuente: elaboración propia.

Asimismo, se ha encontrado un mayor encaje de noticias en las categorías de Semetko y Valkenburg (2000) ($n=138$, 54.5%) que en las de INJUVE ($n=115$, 45.5%). Hay que tener en cuenta que las primeras se ubican en un marco político, mientras que las del INJUVE se centran en estudios sobre juventud, y que existe una amplia presencia de noticias desde marcos institucionales relacionadas con guías y normativas. Asimismo, cabe destacar que existen dos categorías coincidentes en datos “Conflictos individuos/ grupos/ instituciones” y

“Convivencia y diversidad”; aunque representan categorías desde marcos de referencia diferentes, ambas han recogido contenido de noticias relacionadas con los conflictos de convivencia vinculados a las lonjas juveniles. Asimismo, la mayoría de las noticias se han distribuido en torno a tres categorías: atribución de la responsabilidad ($n=64$, 33.5%) y conflictos ($n=61$, 31.9%), pertenecientes al sistema categorial de Semetko y Valkenburg (2000), y convivencia y diversidad ($n=61$, 31.9%) del sistema categorial de INJUVE (Tabla 6).

Tabla 6. Distribución de noticias sobre lonjas juveniles según categorías de Semetko y Valkenburg e INJUVE

Categorías de Semetko y Valkenburg			Categorías de INJUVE		
	n	%		n	%
Atribución de responsabilidad	64	33.5	Emancipación, empleo y vivienda	0	0.0
Conflictos individuos/ grupos/ instituciones	61	31.9	Participación	22	11.5
Interés humano/ dramatización/ emoción	9	4.7	Convivencia y diversidad	61	31.9
Moralidad/ principios religiosos	0	0.0	Hábitos de vida saludable y medio ambiente	9	4.7
Consecuencias Económicas	4	2.1	Ocio, cultura y tiempo libre	22	11.5
			Formación	1	0.5
Otros	37	19.4	Otros	30	31.4
TOTAL	175	100.0		175	100.0

Fuente: elaboración propia.

El resto de las categorías reducen drásticamente su presencia en las noticias o incluso no aparece ninguna, como es el caso de “Formación” (n=1, 0.5%) o la de “Moralidad/principios religiosos” (n=0, 0%).

La inmensa mayoría de noticias atribuyen la responsabilidad del mal uso y gestión de las lonjas a la juventud por las siguientes razones: el uso indebido de los locales que alquilan, la falta de higiene y condiciones de seguridad en ellas, generación de problemas convivenciales con el vecindario y peleas. Un ejemplo lo encontramos en la siguiente noticia: “El 30% de las lonjas juveniles de Basauri genera problemas vecinales” (Pérez, 2018).

Cuando se señala responsabilidad por parte de las instituciones, se alude a la respuesta dada desde las administraciones relacionadas con elaboración de guías, recomendaciones y servicios de mediación como se señala en el siguiente ejemplo “El Ayuntamiento de Bilbao ha puesto en marcha un servicio de mediación y una guía de recomendaciones para las lonjas juveniles, con el fin de *garantizar la convivencia* con las comunidades de vecinos” (Europa Press, 2013).

A nivel de conflictos relacionados con lonjas juveniles, destacan tres tipos: 1) situaciones conflictivas entre las lonjas juveniles y los vecinos por ruidos, peleas, incendios... 2) desacuerdo entre los intereses de los y las jóvenes que utilizan lonjas y las medidas tomadas por ayuntamientos 3) intervenciones policiales en lonjas juveniles por conflictos internos, tales como peleas o asaltos a las propias lonjas. A modo de ejemplo: “Vecinos de

Berango se unen contra los ruidos de cinco lonjas juveniles” (Molano, 2013).

No obstante, se ha identificado alguna noticia en la que se plasma una convivencia positiva entre diferentes agentes comunitarios como se ejemplifica a continuación “(...) una comunidad de propietarios de la calle Luzarra, donde se encuentra el local amenazado, han manifestado que no tienen ningún motivo de queja en relación a las actividades del Gaztetxe, ni en cuanto a ruidos, ni al comportamiento social de sus miembros”. Por el contrario, han señalado que “el Gaztetxe permite a los jóvenes desarrollar actividades e iniciativas sociales que vienen bien a los jóvenes y al barrio” (Goikoetxea, 2017).

El interés humano/dramatización/emoción aparece relacionado con el deseo de dar mayor peso al contenido informativo, incluyendo en la noticia testimonios o hechos que generan una visión más dramática del fenómeno como, por ejemplo, declaraciones de vecinos afectados “Ponen la música a tanto volumen, es tan exagerado, que hasta vibra la cuna de la niña que tiene un año” (Izagirre, 2014).

Las noticias sobre consecuencias económicas hacen referencia tanto a medidas coercitivas (multas y sanciones) como a los presupuestos municipales destinados a la regulación de las lonjas.

En el caso del sistema categorial de INJUVE, la mayor proporción de noticias se sitúa en la categoría “Convivencia y diversidad” que acoge un 31.9% (n=61) de noticias emitidas en los años estudiados, no encontrándose noticias enmarcadas en la categoría de “Emancipación, empleo y vivienda”.

Asimismo, la información recogida en las noticias relacionadas con “Convivencia y diversidad” coinciden con la categoría de “Conflictos individuales/grupos/instituciones” anteriormente descrita.

Con relación a la participación de las y los jóvenes que hacen uso de locales autogestionados, la mayoría de las noticias muestran un discurso centrado en una visión de las lonjas como espacios que aíslan a las y los jóvenes del resto de la sociedad, resaltando la imagen general de las y los jóvenes como poco participantes a nivel social y político. Por otro lado, aparecen noticias sobre el interés de las y los jóvenes en participar en los procesos de toma de decisiones que tienen que ver con la regulación de los locales y en la resolución de conflictos con los vecindarios. También se dan ejemplos de buenas prácticas entre lonjas juveniles que se coordinan entre sí y organizan actividades de interés social común como se aprecia en el siguiente ejemplo:

Deustuko Gazte Lokalaren Aldeko Plataformak 2.000 sinadura baino gehiago bildu ditu Gazte Lokala Bilboko hirigintza plan orokorreko eraikinen katalogora gehitzeko eskatzeko. Atzo arratsaldean aurkeztu zituzten sinadura guztiak, Bilboko Udaletxean. Plataformak ezinbestekotzat jo du eraikina babestutako eraikinen katalogora gehitzea, Gazte Lokalaren «balio historikoa» eta «erabilera kolektiboa» babesteko [La Plataforma por el Local Juvenil de Deusto ha recogido más de 2.000 firmas para pedir que el Gazte Lokala se incorpore al catálogo de edificios del plan general urbanístico de Bilbao. Todas las firmas fueron presentadas ayer por la tarde en el Ayuntamiento de Bilbao. La plataforma considera imprescindible incorporar el edificio al catálogo de edificios protegidos para proteger el “valor histórico” y el “uso colectivo” del Gazte Lokala] (Berria, 19/02/2018)

Un aspecto por destacar en este punto es la tendencia a resaltar los procesos de regulación de locales juveniles en los que participan todas las partes involucradas en el fenómeno: “El plan para regular las lonjas juveniles de Portugalete da el salto a Internet (...) se han incorporado las opiniones de todos los agentes que intervienen en el mundo de las lonjas como espacio de ocio” (Domínguez, 2008).

Asimismo, la información relacionada con “Hábitos de vida saludable y medio ambiente”, aparece relacionada con aspectos negativos de la conducta de los y las jóvenes tales como el consumo de sustancias ilegales, especialmente cuando se trata de menores de edad: “¿Qué hace tu hijo en su lonja?” El psiquiatra García San Cornelio advierte de que «puede ser el lugar donde los chavales se inician en el consumo de alcohol y otras drogas» (Apezteguia, 2010).

En relación al “Ocio, cultura y tiempo libre”, mayoritariamente, se describe a las lonjas como espacios de ocio negativo, que no están acondicionados ni preparados para ofrecer un ocio positivo y donde concurren actividades ilegales. Por otro lado, en ocasiones, aparece un discurso que identifica las lonjas juveniles como espacios de ocio positivo, dentro de los cuales raramente se producen actividades ilegales, y donde los jóvenes se sienten menos controlados por parte del mundo adulto. También en este punto la juventud denuncia la falta de oferta de actividades de ocio y tiempo libre para ellos, por lo que, en busca de una alternativa barata apuestan por las lonjas como espacios de encuentro:

“Los jóvenes necesitan su lugar y se han acercado a nosotros más de una vez para pedirlo. La ludoteca del pueblo se utiliza muy poco, cada vez menos. Solo lo aprovechamos tres o cuatro veces al año, por eso hemos decidido mantener el Castillo allí”, explicó el alcalde de Elantxobe (Monasterio, 2016).

Siendo estas reivindicaciones una tendencia al alza en los últimos años como apunta el Observatorio Vasco de la Juventud (2017):

El 20.3 % de la juventud de Euskadi de entre 15 y 29 años dice pertenecer a alguna lonja o local juvenil. Además, otro 29.6 % señala que anteriormente fue miembro de alguna lonja o local, pero ya no y un 49.9 % afirma que nunca ha sido miembro de ninguna lonja o local juvenil. El porcentaje de miembros actuales es ligeramente superior al registrado en 2012 (19.5 %).

Cabe destacar, que a pesar de que la formación es un tema muy importante en la edad adolescente, no se han encontrado noticias que vinculen este tema con el fenómeno de las lonjas, lo cual también muestra el escaso interés que hay desde los medios de relacionar ambos fenómenos y la poca atención que se está dando a la formación de la juventud fuera de los espacios educativos formales.

Para finalizar, subrayar la tendencia de los últimos años en la incorporación de la perspectiva de género relacionado con el uso de las lonjas “Además se observa una gran diferencia entre los hombres y las mujeres jóvenes: el 28.3 % de los chicos de 15 a 29 años son miembros de alguna lonja o local actualmente, mientras que en el caso de las chicas se trata de un 11.9%” (Observatorio Vasco de la Juventud, 2017), reflejando una diferenciación por género en el uso de las lonjas juveniles.

Las **desigualdades de género** siguen estando latentes en la población joven vasca. El Instituto Vasco de la Mujer (Emakunde) ha señalado a las lonjas como un elemento diferenciador de

género, siendo las cuadrillas de chicos mayoritarias a las de chicas en estos locales. Del mismo modo, estos espacios contribuyen a un modelo de masculinidad tradicional que, en consecuencia, no facilitan la incorporación de las chicas a estos espacios (Atxa, 2018).

Discusión y conclusiones

El período de noticias analizado refleja un crecimiento y evolución dispares a lo largo de los años, existiendo una relación directa entre el número de noticias y la aparición de ordenanzas y normativas relacionadas con la gestión y/u ordenación de estos espacios de ocio. En aquellos años en los que ha habido una mayor tipificación de leyes por parte de Ayuntamientos, Diputación y/o Gobierno Vasco, principales medidas asumidas desde estas instituciones como respuesta ante las quejas vecinales, también ha existido un mayor número de noticias. Este tipo de actuaciones derivan hacia una percepción social generalizada de las lonjas juveniles desde el conflicto (Alonso *et al.*, 2016), coincidiendo con las investigaciones que sostienen el poder de los MMCC en la conformación de los imaginarios sociales y su capacidad para representar la imagen popular de los distintos colectivos (Hernández-Santaolalla, 2018; Loscertales & Núñez, 2008; March, 1997; Masterman, 2013)

Si bien, asoma una evolución en la que se aprecia un giro desde la propuesta de control hacia la de participación y promoción juvenil, incorporando figuras educativas que puedan impulsar y facilitar estos procesos. De este modo, se va materializando un reconocimiento de las lonjas como una realidad municipal e incluso se perciben como una oportunidad para repensar y mejorar las políticas de juventud.

La mayoría de noticias provienen desde la perspectiva del mundo adulto y en gran proporción toman como fuente de información contenido procedente de las instituciones políticas y de los servicios de seguridad. Llama la atención que la perspectiva de las y los protagonistas principales del fenómeno de las lonjas, la juventud, aparezca infrarrepresentada, por lo que falta una visión holística del conjunto de la comunidad.

Por un lado, la prensa analizada en esta investigación ofrece generalmente una mirada homogénea de las lonjas juveniles relacionándolas con un uso del ocio nocivo acompañado de conductas como consumo de sustancias ilegales, peleas, ruido, incendios, aislamiento, etc. (Alonso *et al.*, 2018; Cruz *et al.*, 2020). Sin embargo, es necesario matizar que existe una diversidad de tipologías de lonjas y que, en función de la edad y las características de sus integrantes, éstas ofrecen sentidos

diversos a la participación. En este sentido, las lonjas también evolucionan, siendo las lonjas que generan más conflictos aquéllas cuyos integrantes son más jóvenes por lo que se debería incidir en un acompañamiento educativo en las lonjas con integrantes más jóvenes. El estudio más amplio de Alonso y Gezuraga (2017), al que pertenece esta aportación, muestra datos que respaldan que el nivel de conflictividad es mucho menor que la percepción general sobre el fenómeno y difiere de la imagen que se desprende de la prensa.

De hecho, es llamativa la escasez de noticias relacionadas con aspectos que implican una mirada más positiva frente al fenómeno lonja. Solo algunas noticias incorporan elementos positivos relacionándolas con ser espacios autogestionados, y muy pocas hacen referencia al trabajo socioeducativo que se desarrolla en las mismas.

Por otro lado, cuando se da voz a las y los jóvenes, éstos trasladan una imagen diferente: rechazan que la realidad de las lonjas sea la que suele mostrarse sobre ellas, quieren participar en la comunidad y muestran interés en colaborar con las instituciones en la regulación de locales y elaboración de ordenanzas municipales. En este sentido, Alonso y Gezuraga (2017) subrayan que la comunidad tiene que conocer la realidad de las lonjas y que los medios de comunicación deben cuidar el tratamiento de la información relativa a la juventud y a las lonjas juveniles, tratando el tema con respeto y desde un punto de vista positivo. Esta necesidad de una representación más positiva de la juventud en los MMCC se corresponde directamente con la importancia de la alfabetización y la educación mediática como parte de los currículos educativos: los y las jóvenes se encuentran inmersos en las dinámicas de los MMCC, y esto otorga un papel protagonista no solo a los ámbitos educativos formales, sino también a los ámbitos no formales e informales y sus profesionales como agentes clave para consolidar una ciudadanía informada, crítica y participativa en la construcción de los imaginarios colectivos.

Según el estudio de Alonso y Gezuraga (2017), uno de los retos es lograr mayores niveles de confianza entre jóvenes lonjeros, ayuntamientos, medios de comunicación y la comunidad en general. Es necesario intervenir de una forma educativa y trabajar tanto con el colectivo juvenil, como con toda la comunidad. Otro reto identificado es trabajar la igualdad de género real y efectiva: la ocupación de los espacios sigue reproduciendo desigualdades y las mujeres se ven limitadas por los estereotipos y modelos clásicos donde se ejerce control sobre ellas. Un elemento clave es el miedo que les limita en su disposición de los tiempos y los espacios siendo menos frecuente el disfrute

de las lonjas por parte de éstas (Esteban *et al.*, 2016; Rodo & Estivill, 2016).

Por último, los educadores y educadoras, que trabajan en este ámbito, están convencidos de que las lonjas juveniles son espacios posibilitadores de crecimiento pero que, dependiendo de la cuadrilla, necesitan de un proceso de acompañamiento (Alonso *et al.*, 2018). Desde su experiencia, los equipos educativos señalan que en muchos casos las personas jóvenes muestran aceptación ante una figura adulta que les respete, medie ante ciertas situaciones que se producen en el municipio y les ofrezca seguridad.

En este punto se considera oportuno señalar que el desarrollo de esta investigación se ha visto marcado por una enorme limitación a la hora de establecer algunas relaciones, contrastes entre lo que la prensa estaba mostrando y la generación de literatura en torno a este ámbito. Cabe destacar que entre los años 2013 y 2016 se generan la mayoría de los trabajos de investigación en este campo, pero a partir de esa fecha resulta muy difícil acceder a datos actualizados.

Una segunda limitación o quizá una futura línea de investigación es el tipo de medio de comunicación que ha sido analizado. Siendo la prensa escrita y digital el objeto de estudio, la cantidad de noticias analizadas se reduce a un número determinado, que podría aumentarse, diversificando y enriqueciendo la investigación, de haber incorporado el análisis del fenómeno de las lonjas juveniles en otros medios de comunicación.

Otra limitación identificada de la investigación recae en la diversidad de discursos identificados en el contenido de las noticias, pudiendo presentar algunas noticias más de un carácter (positivo, negativo o neutro), lo cual ha conducido a tener que definir el carácter de la noticia a partir del tinte predominante en el discurso.

Asimismo, no tanto como limitaciones del estudio, pero si como aspectos a tener en cuenta que pueden afectar en caso de futuras líneas de investigación a partir de este trabajo, en los últimos dos años a causa de la situación pandémica, ha habido numerosas restricciones que han afectado directamente a la agrupación de jóvenes en lonjas prohibiendo directamente su uso (Gobierno Vasco,

2021). Otra futura línea de investigación puede enfocarse en que la juventud en los últimos años, y más aún en la era Covid-19, está cambiando a un ritmo muy acelerado sus hábitos de socialización: cuando hace apenas unos años el grupo de iguales era un gran agente influenciador, hoy en día nos encontramos con que estos espacios de socialización se están viendo sustituidos por el mundo virtual, especialmente por las redes sociales. Por lo tanto, es muy posible que la visión problemática de la juventud en los MMCC asociada al fenómeno de las lonjas juveniles presente una tendencia a la baja, pero ello tendrá más que ver con las opciones de socialización elegidas por los y las jóvenes y no tanto con que los MMCC estén favoreciendo una imagen más positiva de este colectivo.

No obstante, a pesar de las limitaciones mencionadas, nos encontramos con un espacio y una oportunidad de intervención socioeducativa que no hay que desaprovechar. Las educadoras y los educadores sociales deberán estar atentos a los nuevos espacios de socialización como son las lonjas juveniles, pero además también deberán atender a la metodología de acompañamiento a la que ya varios estudios apuntan.

Debemos reflexionar sobre cómo generar procesos educativos en estos espacios y trabajar en la sensibilización y concienciación sobre la importancia de no reproducir y alimentar una imagen negativa y distorsionada de las lonjas juveniles, incidir en el trabajo comunitario y en un trabajo conjunto con los profesionales de los medios de comunicación, cuestión que ya se está abordando en relación a otros colectivos como las personas migrantes, las personas mayores o las mujeres, entre otros. Poniendo el foco en la intervención con jóvenes más allá de los espacios de ocio y tiempo libre, reconsiderando la educación formal como futura línea de actuación que fomente la prevención de conductas disruptivas y dote de herramientas a los y las jóvenes hacia una participación activa en la comunidad; entre ellas las habilidades y competencias necesarias para comprender y deconstruir los discursos mediáticos, especialmente de aquellos que les interpelan directamente y que requieren de una posición crítica y participativa de la juventud.

Referencias bibliográficas

- Alcoceba, J.A. & Mathieu, G. (2007). *Manual de buenas prácticas para el tratamiento de los jóvenes en los medios de comunicación. Guía elaborada a partir de un análisis de noticias de prensa, radio y TV*. Madrid: INJUVE.
- Alonso, I. & Gezuraga, M. (Coords.). (2017). *Prácticas de éxito en participación y crecimiento juvenil en lonjas de Bizkaia. Algunas claves para la intervención*. [Informe inédito]
- Alonso, I., Berasategi, N. & Crespo, F. (2018). Claves metodológicas para la acción socioeducativa en lonjas juveniles, *Zerbitzuan*, 67, 105-117.
- Alonso, I., Legorburu, I. & García, I. (2016). Jóvenes, locales autogestionados y uso de redes sociales. En Rosabel Roig-Villa (Coord.) *Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza-aprendizaje* (pp. 2335-2342). Barcelona: Octaedro.
- Apezteguia, F. (17 de diciembre 2010). ¿Qué hace tu hijo en su lonja?. El Correo digital. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20101217/sociedad/hace-hijo-lonja-20101217.html>
- Arnon, S., Shamai, S. & Ilatov, Z. (2008). Socialization agents and activities of young adolescents. *Adolescence*, 43 (170), 373-397.
- Atxa, E. (6 de julio del 2016). El fútbol sigue siendo un mundo de hombres para los jóvenes vascos. El Mundo. Disponible en: <https://www.elmundo.es/pais-vasco/2016/07/06/577d2bf9ca4741ab3b8b462f.html>
- Ayarza, E., Fernandez, A.M. & Mendia, R. (2014). *Aisialdiaren ikuspegi hezitailera hurbilpena XXI. mendean*. Bilbao: Aisi Hezi Fundazioa.
- Bartolucci, M. & Favero, B. (2018). Historia de la juventud en el siglo XX: aportes metodológicos e historiográficos para su estudio, Pasado abierto. *Revista del CEHis*, 7, 2-8.
- Bateson, G. (1972). A theory of Play and Fantasy. En G. Bateson, *Steps to an Ecology of Mind* (pp. 177-193). Chicago: University of Chicago Press.
- Batlle, R. (2010). Aprendizaje-servicio y entidades sociales. *Revista Aula de Innovación Educativa*, 192, 66-69.
- Batlle, R., García-Villatorio, M., Parpal, C., & García, M. (2015). Dibujando caminos: el aprendizaje-servicio en la educación en el tiempo libre. *Revista de currículum y formación del profesorado*, 19(1), 60-77.
- Bendit, R. (2004). La Modernización de la Juventud y Modelos de Políticas de Juventud en Europa: Análisis Comparativo de Políticas Nacionales de Juventud en los Estados miembros de la Unión Europea. En G. Muñoz (Comp), *Construcción de Políticas de Juventud. Análisis y Perspectivas* (pp.13-75). Manizales, Colombia: U. de Manizales-GTZ-UNICEF.
- Berria (09 de febrero 2018). Deustuko Gazte Lokala babestutako eraikin izendatzeko eskatu diote udalari [Piden al ayuntamiento que declare edificio protegido el Gazte LOKALA de Deusto]. Berria. Disponible en: <https://www.berria.eus/paperekoa/5001878/010/003/2018-02-09/deustuko-gazte-lokala-babestutako-eraikin-izendatzeko-eskatu-diote-udalari.htm#deustuko-gazte-lokala-babestutako-eraikin-izendatzeko-eskatu-diote-udalari.htm>
- Carretero, C. (2018). "Los jóvenes de hoy en día", una conceptualización no azarosa: construcción de estereotipos sobre "la juventud" desde la prensa escrita. *Estudio de caso-El País y La República entre marzo y junio del 2016*. Universidad de la República. Facultad de ciencias sociales.
- Castrechini, Á., Pestana, J. V. & Codina, N. (2015). El ocio juvenil en las imágenes de la prensa: entre la estereotipia y la ambigüedad. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 25, 91-118.
- Corcuera, N., Bilbao, M. & Longo, O. (2013). *Lonjas y locales juveniles en la CAPV*. Vitoria - Gasteiz: Servicio Central de publicaciones del Gobierno Vasco.
- Cruz, E., Gezuraga, M., Ordeñana, B. & Legorburu, I. (2020). Educational support in self-managed youth spaces. Key principles for intervention, *Social Work Education*, DOI: 10.1080/02615479.2020.1789090
- Cuervo, S. (2013). Alfabetizar en los medios de comunicación: más allá del desarrollo de competencias. *Teoría de la Educación: Revista Interuniversitaria*. 25, 2, 2013, 111-131.
- De Los Ríos, M. & Figueras, M. (2012). Juventud y discurso mediático. El tratamiento periodístico de las personas jóvenes en los medios de Cataluña. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 3(1), 39-58.
- Diputación Foral de Bizkaia. (2017). "Gaztedi Bizkaia 2020" Programa de legislación. Bilbao: Diputación Foral de Bizkaia.
- Doistua, J., Pose, H.M. & Ahedo, R. (2016). Espacios, experiencias de ocio y participación de la juventud: contribución a los modelos de gestión e intervención a partir del análisis de buenas prácticas. *Contextos educativos*, 19, 133-145.
- Domínguez, J. (20 de agosto 2008). El plan para regular las lonjas juveniles de Portugalete da el salto a Internet. El Correo digital. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/vizcaya/20080220/margen-izquierda/plan-para-regular-lonjas-20080220.html>
- Doutor, C. (2016). Una mirada sociológica sobre los conceptos de juventud y prácticas culturales: perspectivas y reflexiones. *Última década*, 24(45), 159-174.
- Du Bois-Reymond, M. & López, A. (2004). Transiciones tipo yo-yo y trayectorias fallidas: hacia las políticas integradas de transición para los jóvenes europeos. *Revista de Estudios de Juventud*, 65(04), 11-29.

- Escobar, S., & Pezo, H. (2019). Más allá del concepto: experiencias y reflexiones en torno a la participación juvenil estudiantil. *Ultima década*, 27(52), 65-79.
- Esteban, M.L., Bullen, M., Díez, C., Hernández, J.M., & Imaz, E. (2016). Continuidades, conflictos y rupturas frente a la desigualdad: jóvenes y relaciones de género en el País Vasco. Emakunde: Vitoria-Gasteiz.
- Estivill, J., & Rodó, M. (2016). ¿La calle es mía? Poder, miedo y estrategias de empoderamiento de mujeres jóvenes en un espacio público hostil. Emakunde: Vitoria-Gasteiz.
- Europa Press (12 de febrero 2013). El Ayuntamiento de Bilbao pone en marcha un servicio de mediación para las lonjas juveniles. El Correo digital. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/vizcaya/20130212/local/ayuntamiento-bilbao-pone-marcha-201302121823.html>
- European Union. (2015). *Empowering young people to participate in society. European good practice projects*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Francés, J.F. (2008). El laberinto de la participación juvenil: estrategias de implicación ciudadana en la juventud. *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*, (2), 35-51.
- Funes, J. (2010). *Documento base para la definición del "Servicio Polivalente para Adolescentes" en el espacio local*. Donostia-San Sebastián: Diputación Foral de Guipúzcoa.
- García, A. (2005). La juventud en los medios. *Revista de Juventud*, 68, 45-52.
- Goikoetxea, A. (12 de septiembre 2017). Deustuko Gazte Lokala defenderá su proyecto de autogestión frente a los ataques del Consistorio. Naiz. Disponible en: <https://www.naiz.eus/es/info/noticia/20170912/deustuko-gazte-lokala-defendera-su-proyecto-de-autogestion-frente-a-los-ataques-del-consistorio>
- Gómez, A., Novomisky, S. & González, L. (2019). La construcción mediática de la juventud y el delito. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 5, 2.
- Gobierno Vasco (2021). *Plan de Protección Civil de Euskadi-Medidas preventivas excepcionales ante la COVID-19*. <https://www.euskadi.eus/normativa-de-medidas-excepcionales-adoptadas-por-el-nuevo-coronavirus-covid-19/web01-a2korona/es/>
- Grosso, L.A. (2017). Juventudes y políticas públicas: comentarios sobre las concepciones sociológicas de juventud. *Desidades*, 14, 9-17.
- Gutiérrez, A. & Tyner, K. (2012) Alfabetización mediática en contextos múltiples. *Comunicar*, 38, 10-12.
- Hernández-Santaolalla, V. (2018). *Los efectos de los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Izagirre, T. (7 de febrero 2014). Ponen la música a tanto volumen que hasta vibra la cuna de nuestra niña. El Correo digital. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20140207/margen-derecha/ponen-musica-tanto-volumen-20140207.html>
- Laespada, M.T., Arostegi, E., Martínez, I. & Sarabia, I. (2008). *Las lonjas: ¿una participación ciudadana efectiva? La experiencia de Portugalete*. Bilbao: Universidad de Deusto - Instituto Deusto de Drogodependencias.
- Loscertales, F. & Núñez, T. (2007-2008). *Influencia Social de los Medios de Comunicación: de la información a la persuasión*. Seminario de Doctorado. Departamento de Psicología Social. Universidad de Sevilla. Disponible en: <https://kurtlewin.files.wordpress.com/2008/04/syllabus-media.pdf>
- March, M. X. (1997). Los medios de comunicación social como agentes de comunicación social. *Educación Social. Revista Interuniversitaria*, 7, 21-38.
- Maropo, L. (2014). Youth, identity, and stigma in the media: From representation to the young audience's perception. *Journal of Audience and Reception Studies*, 11(1), 199-212.
- Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*, 28. Ediciones de la Torre.
- Molano, E. (4 de agosto 2013). Vecinos de Berango se unen contra los ruidos de cinco lonjas juveniles. El Correo digital. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/vizcaya/v/20130704/margen-derecha/vecinos-berango-unen-contra-20130704.html>
- Monasterio, A. (13 de octubre de 2016). Elantxobeko Udalak lokal bat egokituko du herriko gazteentzat. [El Ayuntamiento de Elantxobe habilitará un local para los jóvenes del municipio] Hitza. Disponible en: <https://lea-artibaietamutriku.hitza.eus/2016/10/13/elantxobeko-udalak-lokal-bat-egokituko-du-herriko-gazteentzat/>
- Morduchowicz, R. (2001). Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible. *Revista Iberoamericana de Educación*, mayo-agosto, 026, 99.
- Muros-Ruiz, B., Aragón-Carretero, Y., & Bustos-Jiménez, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 20(40), 31-39.
- Observatorio Vasco de Juventud (3 de abril del 2017). Una de cada cinco personas jóvenes en Euskadi es miembro de alguna lonja o local juvenil. Euskadi .eus. Disponible en: <https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/-/noticia/2017/una-de-cada-cinco-personas-jovenes-en-euskadi-es-miembro-de-alguna-lonja-o-local-juvenil/>
- O'Loughlin, M. (2001). The development of subjectivity in young children: theoretical and pedagogical considerations. *Contemporary issues in early childhood*, 2(1), 49-65.
- Ortega, C. & Bayón, F. (Eds.). (2014). *El papel del ocio en la construcción social del joven*. Bilbao: Universidad de Deusto.

- Ortega, C. & Lazcano, I. (2015). Espacios de ocio para jóvenes, de la monitorización a la autogestión. *Pedagogía Social. Revista interuniversitaria*, 25, 69-89.
- Ortega, C., Lazcano, J. & Baptista, M. M. (2015). Espacios de ocio para jóvenes, de la monitorización a la autogestión. *Pedagogía social: revista interuniversitaria*, (25), 69-90.
- Ortega, C., Lazcano, I., & Manuel, M. (2015). Espacios de ocio para jóvenes, de la monitorización a la autogestión. *Pedagogía social: revista interuniversitaria*, (25), 69-90.
- Pérez, L. (1 de noviembre 2018). El 30% de las lonjas juveniles de Basauri genera problemas vecinales. El Correo Digital. Disponible en: <https://www.elcorreo.com/bizkaia/nervion/lonjas-juveniles-basauri-20181101200118-nt.html>
- Pinto, M. C. (2009). Análisis de la construcción mediática sobre la juventud en España. El tratamiento en las noticias de prensa, radio y televisión durante el 2006. *Mediaciones Sociales*, 4, 247-275.
- Revilla, J.C. (2001) La construcción discursiva de la juventud: lo general y lo particular. *Papers*, 63/64, 103-122.
- Rodríguez, E. & Megías, I. (2007). *Jóvenes en los medios. La imagen mediática de la juventud, desde su propia mirada*. Madrid: INJUVE-FAD.
- Sádaba, M. T. (2001). Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 14(2), 143-175.
- Segovia, B., Mérida, R., Olivares, M. & González, M.E. (2016). Procesos de socialización con redes sociales en la adolescencia. *RELATEC*, 15(3), 155-167.
- Semetko, H. & Valkenburg, P. (2000). Framing European Politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Scolari, C. A. (Ed.) (2018). Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula. *Trasliteracy*.
- Smith, F.M; Blazek, M.; Brown, D.M. & Van Blerk, L. (2016). It's good but it's not enough': the relational geographies of social policy and youth mentoring interventions. *Social and Cultural Geography*, 17(7), 959-979. DOI: 10.1080/14649365.2016.1147059.
- Tejerina, B., Carbajo, D. & Martínez, M. (2012). *El fenómeno de las lonjas juveniles. Nuevos espacios de ocio y socialidad en Vitoria-Gasteiz*. Leioa: UPV/EHU. Informes del CEIC, 004.
- Trilla, J. (2005). Lleure i activitats extraescolars. Gómez Granell, c. et al. *Infància, families i canvi social a Catalunya* (pp. 295-344). Barcelona: Institut Infancia y MonUrba. Recuperado de: http://www.ciimu.org/images/stories/CIIMU/Informes_Infancia/Informe_2004/volum1c
- Urresti, M. (2000). Paradigmas de participación juvenil: un balance histórico. *La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo*, 15(26), 177-206.
- Vallone, F. P. (2018). ¿Todo tiempo pasado fue mejor? Representaciones sociales sobre prácticas juveniles pasadas y presentes desde una mirada adultocentrista. *Actas de las IX*, 28(a30), 58.
- Vallone, F.P. & Zapata, J.E. (2018). ¿Todo tiempo pasado fue mejor? Representaciones sociales sobre prácticas juveniles pasadas y presentes desde una mirada adultocentrista. *Actas de las IX*, 28(a30), 58. Disponible en: http://jjassw.com.ar/wp-content/uploads/2017/01/Actas_IXJIAS-t4-gt-18a20a.pdf#page=58
- Van-Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 23-36.
- Van-Dijk, T. (2016). Análisis Crítico del Discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, 203-222.
- Varela, L., Gradaïlle, R., & Teijeiro, Y. (2016). Ocio y usos del tiempo libre en adolescentes de 12 a 16 años en España. *Educação e Pesquisa*, 42(4), 987-1000.
- Vecina, C.; Alomar, P; Segura, A. & Efedaque, J. (2016). Promoviendo la participación juvenil desde la comunidad. *Tra-bajo Social Global. Revista de Investigaciones en Intervención social*, 6(11), 121-142.
- Villa, M.E. (2011). Del concepto de juventud al de juventudes y al de lo juvenil. *Revista de Educación y Pedagogía*, 23(69), 147-157.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO

Hernández, I., Gezuraga, M., Picaza, M. & Eiguren, A. (2022). Las lonjas juveniles: Espacios de ocio autogestionados y su tratamiento en prensa. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 40, 149-166. DOI:10.7179/PSRI_2022.40.09

DIRECCIÓN DE LOS AUTORES

INÉS HERNÁNDEZ. Fundación INTERED C/Alameda, 22, 28014 Madrid. E-mail: ines.hh92@gmail.com

MONIKE GEZURAGA. Facultad de Educación de Bilbao-UPV/ Bizkaiko Campusa - Campus de Bizkaia. Sarriena, z/g, 48940 LEIOA. E-mail: monike.gezuraga@ehu.eus

MAITANE PICAZA. Facultad de Educación de Bilbao-UPV/ Bizkaiko Campusa - Campus de Bizkaia. Sarriena, z/g, 48940 LEIOA. E-mail: maitane.picaza@ehu.eus

AMAIA EIGUREN MUNITIS. Facultad de Educación de Bilbao-UPV/ Bizkaiko Campusa - Campus de Bizkaia. Sarriena, z/g, 48940 LEIOA. E-mail: amaia.eiguren@ehu.eus

PERFIL ACADÉMICO

INÉS HERNÁNDEZ HIDALGO

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1013-9682>

Graduada en Educación Social (2014), con especialidad en Dinamización Social y Trabajo Comunitario por la Universidad de País Vasco (EHU-UPV). Con Máster Universitario en Cooperación al Desarrollo, Gestión Pública y de las ONGDs (2017) con énfasis en investigación en Migración y Estudios Transnacionales por la Universidad de Granada (UGR). Se desempeñó durante 3 años como técnica de proyectos de educación para el Desarrollo Sostenible y Educación para la Ciudadanía Mundial (entre otros) en la Oficina Regional de la UNESCO para Centroamérica. Actualmente se desempeña como técnica y coordinadora de proyectos educativos en la ONGD Fundación InteRed, realizando trabajo de investigación para la construcción de metodologías y materiales educativos dirigidos a profesorado de educación formal, para promover la inclusión educativa de alumnado en situación de riesgo de abandono escolar, facilitar la cooperación entre el alumnado y una cultura escolar de cuidado colectivo por las personas y por el planeta.

MONIKE GEZURAGA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0756-1858>

Doctora en Educación (2014), Pedagoga y Máster en Educación Especial. Profesora Laboral Interina (estatus que pasará a "agregada" en el primer trimestre de 2022) del Departamento de Didáctica y Organización Escolar. Imparte su docencia en el Grado de Educación Social. También viene impartiendo docencia en diversos postgrados. Ha realizado diversas estancias investigadoras y formativas en Chile y Argentina. Ha participado como investigadora en proyectos de I+D+i del MINECO y proyectos europeos de investigación Erasmus +. También ha tomado parte en diferentes investigaciones como Co-IP e investigadora impulsadas a través de la colaboración entre el Grado de Educación Social y entidades e instituciones sociales dentro de la CAPV. Entre sus líneas principales de investigación están el Aprendizaje-Servicio y los procesos de inclusión en el ámbito socioeducativo. Desde mayo del 2018 es Vicedecana de Practicum y TFG de la Facultad de Educación de Bilbao.

MAITANE PICAZA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5419-8356>

Doctora en Educación por la Universidad de Deusto. Master Universitario en educación por la Universidad de Deusto. Especialista universitaria en Derechos Humanos por la Universidad de País Vasco (EHU-UPV). Diploma de especialización en Igualdad de Mujeres y Hombres por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Diploma Cooperation and Development Programme (Ulster University). Graduada en Magisterio por la Universidad Camilo José Cela. Licenciada en Derecho Jurídico por la Universidad de Deusto. Estancias en Edimburgo y en la Universidad de Al Ain (UEAU). Profesora adjunta en la Facultad de Educación de la Universidad del País Vasco, en el departamento de Didáctica y Organización Escolar. Ha participado en diferentes congresos internacionales y participa en proyectos de investigación vinculados a la educación y el ámbito social. Actualmente miembro del grupo de investigación KideOn.

AMAIA EIGUREN MUNITIS

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5960-9994>

Actualmente profesora laboral del Departamento de Didáctica Organización Escolar de la Facultad de Educación de Bilbao (Leioa, UPV/EHU). Diplomada en Trabajo Social (2005), maestra especializada de Educación Primaria (2013) y graduada en Educación Social (2017) por la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Con Máster Universitario en Psicodidáctica. Psicología de la Educación y Didácticas Específicas (2018). Doctora en Psicodidáctica con mención Cum Laude (2021) y miembro del equipo de investigación KideOn. (grupo consolidado por el Gobierno Vasco IT1342-19 categoría A), tiene experiencia docente e investigadora en la Universidad del País Vasco en diversas materias relacionadas con el ámbito de la inclusión social y educativa, concretamente con jóvenes y niños/as, personas mayores y personas en riesgo de exclusión. Ha escrito más de 20 artículos para revistas científicas, libros y capítulos relacionados, las relaciones intergeneracionales, la infancia y la adolescencia y la intervención socioeducativa. Consta con amplia experiencia como Educadora Social con diferentes colectivos, en especial con infancia en situación de vulnerabilidad y desprotección.