

**Marta CASTILLO-GONZÁLEZ**

Universidad Autónoma de Madrid. España. castilloglezmartha@gmail.com

## **Precariedad cool: La trendinización discursiva de la precariedad juvenil en la prensa digital española**

### **Cool Precariousness: The Discursive Trendinisation of Youth Precariousness in the Spanish Digital Press**

**Fecha**s | Recepción: 06/05/2020 - Revisión: 07/06/2020 - En edición: 14/06/2020 - Publicación final: 01/07/2020

#### **Resumen**

El objetivo de este artículo es analizar la construcción discursiva en torno a la *trendinización* de la precariedad juvenil en la prensa digital española, donde la emergencia de prácticas alternativas y estrategias adaptativas en la esfera del consumo es representada ya no como un problema o una controversia pública, sino como una moda inscrita en los estilos de vida juveniles. Desde una aproximación crítica y a partir de una muestra de 24 artículos publicados en prensa digital entre 2014 y 2019 se explora esta desproblematización a partir de dos herramientas analíticas: la relexicalización y el reenmarque. La sustitución estratégica de ciertos términos por otros con menor carga connotativa posibilita un cambio de marco que da lugar a una nueva interpretación del fenómeno. Finalmente, la apelación al bienestar y su presentación como una oportunidad para la transformación personal contribuye a esta naturalización, potenciando la eficacia simbólica de estos discursos.

#### **Palabras clave**

Trendinización; precariedad juvenil; análisis del discurso; discurso mediático; prensa digital

#### **Abstract**

*This paper analyses the discursive construction around the trendinisation of youth precariousness in the Spanish digital press. Within this context, the emergence of both alternative practices and coping strategies in the field of consumption is no longer represented as a problem or a public controversy, but as a trend embedded in youth lifestyles. From a critical approach and based on a sample of 24 articles published in the digital press between 2014 and 2019, this de-problematisation was explored employing two analytical tools: relexicalisation and reframing. The strategic replacement of certain terms by others which are less connotative affords a new frame creating a new interpretation of the phenomenon. Finally, the appeal to welfare and its presentation as an opportunity for personal transformation contributes to this naturalisation, enhancing the symbolic effectiveness of these discourses.*

#### **Keywords**

Trendinisation; youth precariousness; discourse analysis; media discourse; digital press

## 1. Introducción

1. Friganismo: la última dieta hípster es coger comida de la basura (*El País – Tentaciones*, 24.03.2016).
2. Tiny House, el nuevo concepto de vivienda que ha llegado a Europa y que ya arrasa Estados Unidos (*El Mundo*, 23.11.2017).
3. Dumpster diving, la moda de buscar 'tesoros abandonados en los contenedores de basura' (*El Mundo – Cinco*, 03.06.2018).

El *friganismo*, las *tiny houses* y el *dumpster diving* son solo tres ejemplos de la ubicuidad, apuntada por Bourdieu (1999), respecto a la expansión de la precariedad y sus manifestaciones contemporáneas. Una precariedad que "está presente en todo momento, en todas las mentes" (1999: 121) y que en nuestros días se expresa a través de discursos muy heterogéneos y de trayectorias y prácticas muy diversas. Precisamente por su carácter multidimensional y multiforme, la precariedad constituye una "categoría en expansión" (Somoza, 2016: 248) que afecta no solo a la esfera del trabajo, sino que se extiende sobre la totalidad de la vida y cuyo efecto no se restringe únicamente a las clases populares, sino que adquiere un impacto cada vez más evidente en los estilos de vida de las clases medias juveniles (Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, 2017). Desde comer de la basura hasta habitar *minipisos* o escudriñar los contenedores en busca de objetos desechados, todas estas prácticas ilustran la mediatización de procesos de precariedad juvenil traducidos en modelos de tendencia. El objetivo de nuestro artículo es precisamente examinar este proceso de *trendinización* (Martín Rojo, Fernández-González y Castillo-González, 2020: 98) acometido por los medios de comunicación durante los últimos años por el que se conceptualiza el empobrecimiento de las clases medias juveniles en términos de una "adaptación no conflictiva" (Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, 2011: 357) y como un estilo de vida deseable.

Unida a lógicas mediáticas como la espectacularización <sup>[1]</sup> (Debord, 1967; Peñamarín, 2017) y la estetización (Pardo, 1998), esta *trendinización* presenta las prácticas descritas a la luz de una tendencia en auge, como una oportunidad y una elección personal que se imbrica en sus estilos de vida y que, como veremos más adelante, se presenta como beneficiosa para su bienestar emocional. Como se advierte en los titulares anteriores, esta *trendinización* se construye en el discurso mediático y se manifiesta en el despliegue de recursos y estrategias discursivas que minimizan los aspectos más lesivos del proceso de precarización, mientras conceden preminencia a otros, circunscritos al terreno de lo anecdótico. En este sentido, los medios de comunicación, considerados activos generadores de "enmarcados" (Tarrow, 1997: 57), y en particular la prensa digital, se han hecho eco de estas prácticas de manera recurrente durante los últimos años, dando lugar a un incremento de la producción mediática en torno a estas cuestiones. Los profundos cambios producidos en la estructura social durante los años posteriores a la crisis económica de 2008 junto a la expansión de políticas de corte neoliberal de la última década han situado los procesos de empobrecimiento, precarización y desclasamiento como objetos de atención recurrente en el establecimiento de la agenda mediática del último lustro (McCombs y Shaw, 1972). Este interés periodístico ha discurrido en paralelo a la emergencia de un cambio discursivo que ha subvertido el tratamiento informativo de la precariedad como problema social — despojándola de la categoría de problema público — (Gusfield, 1991), y convirtiéndola, por tanto, en una nueva normalidad que promulga "nuevas tendencias para nuevas formas de vida" (Moruno, 2018: 22).

En este trabajo pretendemos examinar la mediatización de estos procesos de precariedad juvenil que afectan a las clases medias descendentes desde una aproximación discursiva. Para ello, se propone analizar, por un lado, cómo se construye discursivamente la *trendinización* y qué mecanismos participan de este proceso, para abordar posteriormente las potencialidades performativas de estos discursos en la normalización de la precariedad, más allá de la práctica específica de estas tendencias. En todo caso, no se pretende llevar a cabo un análisis socioafectivo del fenómeno con base en la sociología de las emociones (Bericat, 2000; Hoschild, 1975, 1979), sino ilustrar cómo opera esta *trendinización* a nivel discursivo y en qué medida este giro discursivo actúa como un elemento estratégico al servicio del propio disciplinamiento (Alonso et al., 2011), capaz de producir además altos niveles de autosatisfacción en contextos de alta precariedad. Mostraremos en primer lugar el cambio discursivo sobre el que se sustenta la *trendinización* de la precariedad, presentaremos, a continuación, el dispositivo metodológico y las herramientas para su análisis y en último término reflexionaremos críticamente sobre el papel que juegan las emociones, y más específicamente, el pensamiento positivo (Ehrenreich, 2011) y el optimismo autoinducido en la mediatización del fenómeno.

## 1.1 Pluralizar las precariedades: de la vergüenza a la tendencia

La precariedad se ha instalado en los últimos años como un elemento central de nuestras sociedades contemporáneas y se ha consolidado como un objeto de estudio preferente en las ciencias sociales desde abordajes y dimensiones muy diferentes (Santamaría, 2018). Su creciente interés académico la sitúa como un "tema inagotable" (Santos y Muñoz, 2017: 240) cuyo análisis no se restringe ni agota únicamente en estos circuitos académicos, sino que dada su centralidad en nuestro modelo de organización social, acapara además gran atención en los medios de comunicación. Este interés periodístico se ha revelado central en relación con las prácticas de consumo y los estilos de vida desplegados por la población joven como respuesta ante las "nuevas precariedades" (Maurin, 2006; Muñoz y Santos, 2018, 2019) que atraviesan ya no solo la esfera del trabajo sino que actúan sobre la totalidad de la vida (Alonso, 2008; Lorey, 2016; Zubero, 2006). Desde este plano experiencial, la precariedad "se equipara a la incertidumbre, a la inseguridad y a la falta de protección" (Santamaría, 2009: 35). Y este carácter total del fenómeno nos sitúa, en línea con Foucault, ante una "precariedad biopolítica" (Santos y Muñoz, 2017: 241) que "se despliega *in extenso* en la vida de los jóvenes, en la política de la vida" (2017: 240) y va conformando sus trayectorias vitales. Al afectar a una capa social tradicionalmente protegida frente a un eventual empeoramiento de sus condiciones de vida (Alonso et al., 2017; Marí-Klose, Martínez-Losa, Cordero y Marí-Klose, 2016), el alcance de estas formas de precariedad sobre los jóvenes de clases medias ha gozado de gran consideración en el discurso público de la última década (Gil Rodríguez y Rendueles, 2019).

Esta "desestabilización de los estables" (Castel, 1997) ha tenido efectos poderosos sobre el consumo, en cuanto elemento estructurador de la identidad (Alonso, 2005). Y, paralelamente, ha dado lugar a una reacomodación de las pautas y los hábitos de consumo (Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, 2011) que se ha materializado de formas muy diversas en función de los segmentos afectados y del tipo de capitales (Bourdieu, 2001) que moviliza y compromete. Puesto que "la condición precaria implica un modelo de consumo completamente desligado del acceso a la propiedad" (Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, 2016: 361), asistimos en los últimos años al desarrollo de prácticas no convencionales en el ámbito del consumo que dan cuenta de este impacto y muestran vías y estrategias alternativas de acumulación. Entre ellas, se encuentran, por ejemplo, nuevas pautas de alimentación, como comer (*friganismo*) o cocinar con restos de basura (*trashcooking*); así como fórmulas habitacionales como el *coliving*, el uso de locales comerciales con fines residenciales o la emergencia de las llamadas *tiny houses*.

Todas estas prácticas remiten a múltiples dimensiones y a sentidos diversos <sup>[2]</sup> de la precariedad, de ahí nuestra necesidad de pluralizar el concepto (de precariedad a precariedades) (Cingolani, 2014: 49) a la luz de las nuevas "expresiones" (Santos y Muñoz, 2017) y "modalidades" (Tejerina, Cavia, Santamaría y Carbajo, 2012) con que se manifiesta. Esta multidimensionalidad ya ha sido puesta de manifiesto por autoras como Lorey, que a través de categorías como "heterogéneos precarios" (2016: 23) llama la atención sobre la variedad de trayectorias y perfiles que esta condición muestra en nuestros días. Desde esta perspectiva, proponemos un estudio multidisciplinar de la *trendinización* con base en un concepto amplio de precariedad y desde una aproximación discursiva crítica que revele las estrategias que la producen.

## 1.2 Nuevos discursos para nuevas precariedades

Esta *trendinización*, como apuntábamos al inicio, lleva aparejados importantes cambios discursivos que contribuyen a construir una determinada interpretación del fenómeno de estudio y tiene asimismo efectos performativos que trascienden la materialidad del discurso. Desde este prisma, la emergencia de estas prácticas, consideradas a priori como novedosas, ha discurrido en paralelo a la circulación de nuevos discursos que desproblematizan sus aspectos más lesivos, presentándolas, en cambio, como una cuestión individual y fundamentalmente electiva. A ello se suma además un componente ético que, en ocasiones, vincula estas prácticas con el reciclaje, la reutilización y el consumo sostenible (Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, 2014) y las hace, por tanto, más atractivas, placenteras y asimilables.

Así, frente a la dimensión conflictiva y/o punitiva que habitualmente atraviesa o tamiza los discursos en torno la carencia (Wacquant, 2010) y la recurrencia de la vergüenza (Sennett, 2003) o la culpa como elementos estigmatizantes vinculados a la situación de pobreza, encontramos un entramado discursivo que subvierte el tratamiento informativo convencional de los procesos de precarización como problema público. En su lugar, asistimos a una desdramatización del fenómeno en la esfera pública a partir del despliegue de un nuevo orden discursivo que conceptualiza la privación y sus estrategias adaptativas como una cuestión de estilo y sublima su experiencia.

## 2. Metodología

Con el objetivo de caracterizar la formación discursiva y analizar los rasgos constitutivos en torno a esta nueva comprensión mediática —y social— de la precariedad de los jóvenes de clase media, proponemos una aproximación crítica al estudio de los discursos que integran nuestro objeto de estudio. Para ello, hemos recopilado *ad hoc* un corpus integrado por 24 artículos periodísticos <sup>[3]</sup>, publicados en prensa generalista digital (nativa y no nativa) en el periodo comprendido entre 2014 y 2019. Puesto que el propósito de este trabajo reside precisamente en analizar un conjunto de casos que por su naturaleza presentan un interés intrínseco para descubrir significados, la selección de la muestra se ha llevado a cabo de manera gradual y de acuerdo con los principios del muestreo teórico (Glasser y Strauss, 1967), de modo que las unidades de análisis han sido seleccionadas con arreglo a la relevancia de los casos descritos y no según su representatividad (Flick, 2012) hasta alcanzar la saturación discursiva.

Desde la línea de análisis crítico de discurso (ACD) que tomamos en este trabajo, nuestra posición se aparta tanto de una visión premoderna del discurso como reflejo de la realidad, como de una visión solipsista que solo reconoce la existencia del discurso. En cambio, nuestro planteamiento reúne, por una parte, tanto el reconocimiento del poder generador del discurso, en el que se construyen representaciones de los acontecimientos, los grupos, actores y prácticas sociales, como, por otra, la consideración de cómo no todos los discursos son posibles, sino que existen unas condiciones de posibilidad en cada tiempo y lugar que permiten su aparición y circulación. Esta posición, basada en una perspectiva foucaultiana, conecta el surgimiento del discurso con las distintas formas de gobierno. Así, los discursos que emergen en un tiempo y lugar determinados, como los que estamos estudiando, son una parte esencial de las racionalidades políticas, esto es, generan conocimientos y se vinculan a formas de poder (Martín Rojo, 2020). Desde este posicionamiento, consideramos que

Los discursos no reflejan la "realidad", no son un espejo fiel de ésta, sino que construyen, mantienen, refuerzan interpretaciones de esa "realidad", es decir, construyen representaciones de la sociedad de las prácticas sociales, de los actores sociales y de las relaciones sociales que entre ellos se establecen (Martín Rojo, 1997a: 1-2).

De ahí que nuestro trabajo preste particular atención a rastrear aquellas marcas o recursos discursivos que participan en la construcción de estas interpretaciones en el discurso mediático (Van Dijk, 1990). En línea con los presupuestos del ACD, y desde una mirada atenta al contexto y a la capacidad performativa de estos discursos, este acercamiento nos permite "desmitificar los discursos" (Wodak, 2003: 30), es decir, interrogar, problematizar y desnaturalizar lo que se nos (re)presenta como dado (Fernández-González, 2019), como parte de un imaginario que se ancla en lugares comunes compartidos, poniéndolos en relación con los procesos sociales en que son producidos. En el caso que estamos examinando, este cambio discursivo entronca con una determinada visión de la precariedad y construcción de la agencia que se hace evidente a través de cuatro procedimientos discursivos. Si bien únicamente nos centraremos en el análisis de los dos primeros, conviene señalar que en él participan:

1. Un proceso de relexicalización en el que, como veremos, se sustituyen "palabras viejas por nuevas" (Halliday, 1998: 214). Esta sustitución afecta a determinadas áreas del vocabulario vinculadas con la forma de vida (como la alimentación, la vivienda, el trabajo, el ocio, etc.), transmitiendo así diferentes experiencias subjetivas e interpretaciones de la realidad.
2. Un encuadre diferente que se activa, en línea con la teoría de los marcos cognitivos de Lakoff (2007), mediante la selección léxica y permite una reinterpretación de la acción (Goffman, 2006). Por ejemplo, en este caso en lugar del rasgo de pobreza que evoca la expresión "rebuscar en la basura", la relexicalización, al hablar de "buscar tesoros", permitiría una interpretación del fenómeno en cuanto que una tendencia (el *friganismo*).
3. Una notable heterogeneidad discursiva que contribuye a construir una imagen positiva del fenómeno mediante la hibridación de discursos hegemónicos con otros alternativos, dando lugar a una ambivalencia discursiva, como muestra el ensamblaje de préstamos (inter)discursivos procedentes de ámbitos tan diversos como el activismo, el ecologismo y la empresarialización. Así, por ejemplo, las aplicaciones que distribuyen sobras de restaurantes activan argumentos ecologistas, contra el desperdicio y a favor de la sostenibilidad, para convertirse en un negocio que rentabiliza esa reutilización.
4. Esta combinación de elementos diferentes permite, en último término, la emergencia de nuevos géneros discursivos en el ecosistema mediático que transgreden las convenciones narrativas y estilísticas y circunscriben el relato a la experiencia, en ocasiones confesional (Inoue, 2006), del propio periodista para lograr así la identificación del lector. Así ocurre, por ejemplo, en el artículo titulado *Todo lo que he aprendido comiendo de la basura*, donde la periodista hace uso de un registro coloquial, expresado en el uso de la primera persona, y juvenil para narrar la experiencia subjetiva de quien ha incorporado esta

nueva práctica a su estilo de vida. Este nuevo registro, alejado de la reivindicada objetividad mediática, está caracterizado, como sucede con cualquier *trending*, por el uso estratégico del inglés (*friganismo*, *dumpster diving*, etc.), y resulta, además, fuertemente convincente ya que cumple dos funciones fundamentales: por un lado, permite difundir el cambio de marco y, por el otro, tiene una función legitimadora de las prácticas descritas.

### 3. Resultados

A partir de este momento, mostraremos algunos de los resultados del análisis de nuestro corpus. Para ello, y debido a las limitaciones de espacio, nos centraremos en dos de las estrategias discursivas (la relexicalización y el *reframing*) que consideramos cruciales a la hora de operar el cambio discursivo al que nos hemos referido.

#### 3.1 La relexicalización

El proceso de relexicalización es fundamentalmente una operación selectiva, es decir, afecta a unas áreas del vocabulario, a unos términos y no a otros. En ella convergen tanto la elección de aquellos aspectos de la realidad social que se harán enfatizables, como el lenguaje que se empleará para su representación. En los ejemplos siguientes vemos cómo esta selección léxica, mediante un uso reflexivo del lenguaje, se expresa a través de términos, como "ventajas" (ejemplo 1), "furor" (ejemplo 2) o "molar" (ejemplo 3), cuya interpretación imprime un sesgo positivo a las distintas prácticas y experiencias de precariedad a las que acompaña y permite asimismo una inversión del significado. En el ejemplo 1, vemos cómo la periodista relata su mudanza (forzosa) a la periferia y para calificarla selecciona el término "ventaja" en lugar de otro más habitual y esperable dentro del marco de referencia aún vigente que señale y enfatice sus efectos negativos.

1. Estas son las ventajas de vivir lejos del centro por culpa de la gentrificación  
(*El País – Tentaciones*, 01.04.2018)
2. El furor de las minicasas  
(*El País – Negocios*, 04.11.2017)
3. Manifiesto de los 'treinteenagers' o por qué los 30 molan más que los 20  
(*El Mundo – Cinco*, 29.05.2016)

En este sentido, la selección léxica juega un papel decisivo en el proceso de *trendinización* y permite un cambio en la construcción de las representaciones en la medida en que atenúa los elementos peyorativos que generalmente acompañan a estas prácticas. Desde esta óptica, los procesos de precarización vinculados al ámbito de la vivienda se desproblematizan hasta el punto de que la imposición de mudarse a la periferia por efecto de la gentrificación es percibida como una "ventaja" (ejemplo 1). De igual manera, la proliferación de viviendas con una superficie inferior a cuarenta metros cuadrados causa "furor" (ejemplo 2), lo que da cuenta de la intensidad afectiva que generalmente acompaña a este tipo de prácticas. En el último ejemplo (3) encontramos, no obstante, una relexicalización algo diferente, ya que en lugar de una sustitución de lo que sería el término habitualmente seleccionado, se crea una categoría nueva, los "*treinteenagers*", un término híbrido entre el español y el inglés, enunciado sobre otro, el de *teenager* (adolescente en inglés), con el que se representa la vida de los treintañeros como una forma de adolescencia. La creación de esta unidad léxica permite asimilar la vida de los treintañeros a la de los adolescentes, sin tener en cuenta, entre otras, sus dificultades de emancipación, que solo permiten independizarse a uno de cada cinco jóvenes menores de 30 años (Consejo de la Juventud de España, 2019). Esta positivización se declara, de ahí el uso del término "manifiesto", como un fenómeno que "mola" (ejemplo 3).

Como se desprende de este último ejemplo, el uso de *blendings*, como *treinteenager*, y su homólogo en español "*adolestreinta*" <sup>[4]</sup>, resultante de la combinación de treintañero y *teenager* (adolescente en inglés) es otro procedimiento relexicalizador habitual que contribuye a sublimar los acontecimientos de los que da cuenta, como sucede con el término *trabacaciones* (ejemplo 4), donde la combinación del tiempo de ocio y de trabajo es presentada como una nueva estrategia para la gestión de la carrera profesional.

4. Trabacaciones en retiro: otros turismos emergentes  
(*El País – Retina*, 08.10.2018)

Y lo mismo sucede con el empleo del vocablo *friganismo*, formado a partir de la combinación de las voces inglesas *free* (gratis, libre) y *veganism* (veganismo), utilizado para designar a la práctica de alimentarse de restos de comida en buen estado encontrados en la basura.

5. Friganismo: la última dieta hípster es coger comida de los contenedores de basura  
(*El País – Tentaciones*, 24.03.2016)

Este término, que remite al movimiento *freegan* (véase [freegan.info](http://freegan.info)) y promueve estrategias para "una vida sostenible más allá del capitalismo", ha sido *trendinizado* mediante la selección estratégica de algunos términos. Así, a esta "dieta", a priori estigmatizada, se asocian valores positivos, entre los que se encuentra su carácter actual como demuestra el uso del sintagma "la última dieta" y se vincula a una subcultura juvenil prestigiada como la "hipster". Este uso intencional y reflexivo del lenguaje indexa posiciones de clase en relación con un estilo de habla joven, urbanita y educado y permite la construcción de un nuevo punto de vista en torno a prácticas socialmente reprobadas como comer de la basura.

La acronimia constituye, junto con las palabras maleta observadas en los dos ejemplos anteriores, otra de las estrategias de nominación más eficaces para revertir esta desaprobación y lograr así un cambio de sentido que haga posible el encantamiento. Una muestra de ello es el uso del vocablo *sinkies* en el siguiente ejemplo (6):

6. Llegan los "sinkies", jóvenes en pareja pero sin planes de tener hijos  
(*ABC*, 09.12.2017)

Esta categoría, acuñada por Cáritas Europa (2017), aglutina a parejas jóvenes cuyos salarios apenas cubren la cuantía de un ingreso único decente (*Single Income*), de ahí su imposibilidad para desarrollar proyectos de vida autónomos como la formación de una familia (*No Kids*). No obstante, en vez de llamar la atención sobre el riesgo de exclusión que amenaza a este colectivo, este acrónimo es utilizado a la luz de su novedad, como explicita el uso del verbo "llegar" y en línea con la retórica de la elección, como sugiere el término "planes".

En última instancia, el empleo de neologismos resulta sustantivo para resignificar como novedosas la emergencia o recuperación de algunas prácticas tradicionalmente vinculadas a situaciones de miseria. Este procedimiento permite la sustitución de palabras y/o expresiones como por ejemplo "comer de la basura" por otras con una menor carga connotativa como "practicar el *friganismo*" (ejemplo 5). En este contexto, surgen nuevas voces que dan cuenta de cómo la incertidumbre y empeoramiento de las condiciones de vida se inscriben en los estilos de vida juveniles, conformando trayectorias cada vez más inestables. Esta discontinuidad se refleja en el uso de términos como "*homo nomadus*" (ejemplo 7) que, en línea con el paradigma neoliberal de la movilidad, ensalza las virtudes de la arquitectura móvil.

7. 'Homo nomadus': así es vivir con la casa a cuestas  
(*El Mundo – EME*, 16.03.2018)

Esta positivización se traslada hasta el ámbito de las pautas alimentarias, donde asistimos a la aparición de anglicismos como "*trash cooking*" (ejemplos 8 y 9) que ilustran el fenómeno de cocinar con desperdicios o restos de basura.

8. Cocina de aprovechamiento: trucos para sacar al Trash Cooking  
(*El Confidencial – Alimento*, 01.11.2018)
9. Diez modos de practicar el trash cooking vegano en casa  
(*Eldiario.es – Consumo Claro*, 26.05.2018)

Estas estrategias de designación basadas en el empleo de anglicismos son habituales para legitimar y presentar como deseables los mecanismos adaptativos desplegados por las clases medias juveniles. Dado el uso deliberado que hacen del inglés, actúan a su vez como un elemento de distinción social, como se infiere del siguiente ejemplo, donde el término "*nesting*" (del inglés "*nest*" = nido) remite al hábito de quedarse en casa, esto es, en el nido, durante el fin de semana. Al ser importadas desde países anglosajones, principalmente Estados Unidos, las tendencias, (el *trending*), se nombran en inglés.

10. Nesting, como en casa en ningún sitio  
(*El Mundo*, 24.04.2017)

En este caso, la presentación positiva del fenómeno se manifiesta tanto en el uso del neologismo "*nesting*" como en la evocación de un lugar común mediante el modismo "como en casa en ningún sitio". Esta apelación al imaginario social compartido permite su descontextualización y naturaliza la práctica representada al evitar ahondar en sus causas y consecuencias, lo que favorece una lectura acrítica del fenómeno y contribuye así a su aceptación social. A su aprobación se suma además el hecho de que

estos titulares incorporan en no pocas ocasiones la dimensión afectiva en la mediatización, de cara a lograr una mayor eficacia simbólica como se observa en el ejemplo 11.

11. No salir de casa en todo el fin de semana rebaja la ansiedad e ilumina la mente  
(*El País – BuenaVida*, 29.03.2017)

En línea con el ejemplo anterior, el hecho de quedarse en casa aparece intrínsecamente unido al bienestar psicológico, confiriendo de nuevo una orientación positiva a este conjunto de prácticas. De esta manera, la selección concede primacía a los aspectos más originales, extravagantes y anecdóticos del proceso de precarización, que funcionan asimismo como criterios de noticiabilidad, mientras oculta las condiciones y los procesos sociales que permiten la emergencia de este nuevo orden discursivo. Esta relexicalización posibilita, en última instancia, la construcción de una interpretación diferente de la pobreza. En este sentido, la relexicalización se vincula con la construcción discursiva de una interpretación alternativa de la situación, de las prácticas y de quienes las realizan o experimentan. En ella la representación de aquellos elementos peyorativos vinculados al estigma y la exclusión, producto de una mirada punitiva hacia los sujetos precarizados, se ve transformada en otra que los presenta como moda y/o oportunidad y que distingue, en lugar de avergonzar, a quienes las viven. La pregunta que surge entonces es qué hace posible esta interpretación y el hecho de que se difunda persuasivamente. Y es en este punto donde el concepto de *marco* nos ofrece algunas respuestas.

### 3.2 El reframing

Como señala Lakoff (2007), apoyándose en los trabajos sobre la semántica del marco de Fillmore, basta la evocación de un término, o más bien la sustitución de un término por otro, para que activemos un *frame* que haga posible una interpretación diferente de los acontecimientos. El marco es, por tanto, un modelo cognitivo compartido, una estructura mental que engloba, tomando la expresión de William Thomas, una definición de la situación y/ o de los participantes que intervienen en ella. Como hemos visto, la relexicalización permite un reencuadre, reenmarque o *reframe* de las prácticas descritas. Así, la selección de un término (por ejemplo, "*nesting*" en el ejemplo anterior) es clave para evocar otro marco que permite interpretar estas precariedades juveniles en clave de tendencia. El reenmarque constituye otro de los procedimientos que más activamente contribuyen a la *trendinización* y, por tanto, a la construcción de la precariedad juvenil y su vivencia como un acontecimiento informativo. Dado que el reencuadre está inextricablemente unido a la relexicalización, la sustitución de unos términos por otros con menor carga connotativa permite el reenmarque de la acción y, por tanto, el cambio en la representación. Así, a través del análisis de marcos observamos que subyace un principio organizativo común a todos los artículos analizados que encuadra estas prácticas como una tendencia en boga, de acuerdo con los "nuevos estilos de vida y consumos distintivos" que caracterizan los "nuevos tiempos del consumo postfordista" (Alonso, 2004: 30), privilegiando además sus aspectos positivos. Esta transformación se evidencia a través del uso de *frame terms* que evocan el léxico de la tendencia y de la novedad, como se desprende de los siguientes titulares (ejemplos 12 y 13):

12. La moda de convertir un local en vivienda regresa a las calles  
(*El País – Negocios*, 24.02.2018)
13. Dumpster diving, la moda de buscar "tesoros abandonados" en los contenedores de basura  
(*El Mundo – Cinco*, 03.06.2018)

La estabilización de este marco viene dada por el uso de la palabra "moda" que evoca inmediatamente un *frame* en el que las personas en lugar de estar condenadas a una situación siguen voluntariamente una tendencia. Así una única palabra orienta los términos en los que se discuten y (re)presentan estas prácticas y moviliza una determinada interpretación de los acontecimientos que se narran, demarcando así los límites de lo decible. Desde esta perspectiva, vivir en un local comercial y escudriñar los contenedores de basura en busca de objetos desechados constituyen fenómenos actuales, cuyo anclaje se basa precisamente en la novedad que acompaña a tales prácticas, como revela el uso de verbo "regresar" (ejemplo 12) y "plantar" (ejemplo 15). Esta apelación a la novedad es precisamente otro de los atributos que descodifica este marco de la tendencia, muy habitual en los artículos analizados, y considerado además como un criterio de noticiabilidad que justifica la creación de este tipo de contenidos y su tratamiento informativo como acontecimientos de interés público.

14. Tiny House, el nuevo concepto de vivienda que ha llegado a Europa y que ya arrasa Estados Unidos  
(*El Mundo*, 23.11.2017).

15. El 'co-living', la nueva moda de casa compartida se planta en Madrid  
(*El Mundo*, 10.11.2018)

Así, fórmulas residenciales como las *minicasas* (*tiny houses*) o la vivienda compartida (*coliving*) son objeto de una renovada atención en este tipo de discursos, donde ambas iniciativas son conceptualizadas positivamente como una "tendencia" (ejemplo 16). Y lo mismo sucede con la proliferación de aplicaciones móviles que, a través de modelos de negocio basados en el emprendimiento social, permiten obtener a un precio más económico los excedentes de bares y restaurantes (ejemplo 17).

16. Coliving: la nueva tendencia entre emprendedores  
(*El Mundo*, 21.11.2018)
17. Nueva tendencia: apps para comprar las sobras de los restaurantes  
(*El Confidencial – Alimento*, 09.03.2019)

En línea con la movilidad, la "ideología del emprendimiento" (Rendueles y Sádaba, 2019: 344; Santos Ortega, 2014) constituye otro de los elementos vertebradores de la racionalidad neoliberal y su inscripción en los procesos de subjetivación, muy celebrada en este tipo de discursos. Este esquema se apoya a su vez en el despliegue de un universo socioafectivo, donde tanto el pensamiento positivo (Ehrenreich, 2011) como el optimismo autoinducido o "cruel" (Berlant, 2011) funcionan como elementos estratégicos llamados a lograr una transformación creativa y una asimilación no conflictiva ante un escenario cambiante, dejando a un lado las diferencias de clase. Así, en oposición a la vergüenza, la culpa y la responsabilización que frecuentemente permean estos discursos, encontramos otros cargados con una gran resonancia afectiva donde la felicidad (ejemplo 18), el placer (ejemplo 19), y el humor (ejemplo 20) hacen posible el (auto)disciplinamiento y la adaptación hacia un progresivo empeoramiento de las condiciones de vida.

18. 40 m2 de felicidad  
(*El País*, 23.05.2014)
19. 'Nesting': el placer de no hacer nada  
(*El Mundo – Zen*, 22.06.2017)
20. ¿Treintañeros o adolescentes? Sin casa, hijos o nómina pero con humor  
(*El País – BuenaVida*, 25.05.2016)

Este último caso contrasta con la etiqueta "ni-ni", popularizada durante la última década, para designar de manera estereotipada (INJUVE, 2011) y a menudo peyorativa a aquellos jóvenes que ni estudian ni trabajan. Frente a la descalificación que subyace a este concepto y que responsabiliza a los jóvenes de su condición (García-Fuentes, 2019), el "humor" actúa en este ejemplo (20) como un elemento que mitiga la imposibilidad de acceder a una vivienda, un trabajo estable o un proyecto familiar. Su presentación como solución o alternativa se halla asimismo encapsulada en estos discursos y actúa además como un elemento legitimador de la propia práctica, como se observa en los siguientes ejemplos. En ambos casos, el *nesting* no se experimenta como coerción, sino que evoca más bien una opción, individual y electiva (ejemplo 21), que neutraliza la culpa y tiene efectos positivos sobre el bienestar (ejemplo 22).

21. Seis cosas que puedes hacer debajo de una manta  
(*El País*, 13.12.2017)
22. Una manera de quedarse el fin de semana en el sofá y no sentirse culpable  
(*El País – BuenaVida*, 25.10.2018)

Esta acomodación y el despliegue de estrategias adaptativas de diversa índole son vistas como un proceso de aprendizaje (ejemplo 23), cuya asimilación celebra la desposesión, el desprendimiento material y el minimalismo (ejemplo 24). Estas formas de vida promueven, en último término, la adaptación hacia un ascetismo autoimpuesto y la internalización de pautas de consumo más sostenibles y responsables.

23. Todo lo que he aprendido comiendo de la basura  
(*El País – Tentaciones*, 26.09.2016)
24. La tiny house: donde menos es más  
(*El País – Alterconsumismo*, 05.09.2017)



Como se aprecia en los ejemplos anteriores, esta nueva orientación —o *trendinización*— revisa y actualiza la conceptualización negativa y estereotipada que acompañaba a estos discursos, dotando a la condición precaria de una significación distinta y estilizada. La experiencia precaria de los jóvenes de clase media se convierte así en un territorio desde donde promover inclinaciones, usos o hábitos llamados a configurar un estilo de vida singular y sostenible. Esta propensión a la novedad (manifestada, entre otros, en el uso de neologismos con una acusada presencia del inglés), a la originalidad (con la introducción de nuevos registros) y a la autenticidad (con la incorporación de testimonios en primera persona) contribuye a conformar un patrón —una tendencia a seguir y proporciona una orientación distintiva, un modo de hacer alternativo que se presenta como atractivo, facilitando así su asimilación. Esta transformación —de controversia pública a tendencia— opera sobre la base de un cambio discursivo en el que el despliegue de esta nueva terminología propicia un nuevo *frame* que populariza y difunde los fenómenos mencionados. Esta nueva comprensión como “moda” o “tendencia” cobra sentido en el marco de una cultura de consumo capitalista y revela además una trivialización periodística del fenómeno (Díaz Nosty, 2015) por el que éste es presentado como un asunto menor o *soft news*. Esta banalización prioriza los elementos novedosos y superficiales en detrimento de las causas estructurales y los efectos desintegradores del fenómeno.

#### 4. Discusión

Una vez analizadas las estrategias y los recursos discursivos que participan de esta construcción, y en línea con los fundamentos establecidos por el ACD como programa de investigación, consideramos esencial dirigir nuestra mirada a los efectos que esta *trendinización* supone para el orden social. A partir de las herramientas analíticas utilizadas en el epígrafe anterior, identificamos, en primer lugar, un cambio significativo a nivel de discurso. Éste se articula en gran medida a través de un léxico novedoso que como sostiene la tradición lingüística crítica (Fowler, Hodge, Kress y Trew, 1979) permite una transformación de las representaciones y los puntos de vista y hace posible la configuración de un nuevo sistema de significados (Martín Rojo, 1997b). Este ejercicio precisa, por tanto, de nuevos términos, desprovistos de las connotaciones negativas que tradicionalmente acompañan a la representación de la precariedad y la pobreza y que les permite “significar con limpieza” (de Santiago Guervós, 2015: 500) bajo este nuevo prisma de la tendencia. Esta regulación de la práctica discursiva por la vía de la selección léxica remite a una operación de “higiene verbal” (Cameron, 1995) por la que los medios de comunicación depuran algunos términos y expresiones marcadamente connotativas, como por ejemplo “comer de la basura,” con objeto de minimizar sus efectos oprobiosos y atenuar así su dimensión conflictiva. Asimismo, se trata de vincular estos fenómenos con emociones positivas tales como la felicidad, el placer o el humor, no tanto para promoverlas sino para neutralizar o anular el estigma, la ansiedad o la culpa que tradicionalmente acompañaba a estas prácticas. Así, al ser silenciada en el discurso mediático a través de la *trendinización*, la vergüenza pierde su potencial como motor de acción (Sedgwick, 2018) y la fuerza que como revulsivo podría llegar a alcanzar, promoviendo en su lugar el disciplinamiento.

Sobre la base de este cambio lingüístico se construye, estabiliza y pone en circulación un nuevo marco interpretativo en torno a los procesos de precarización (Serrano, Parajuá y Zurdo, 2013). Este reenmarque se concreta a través de un nuevo *frame* que atraviesa y estructura estos discursos y permite una resignificación en las representaciones. De este modo, las estrategias adaptativas mencionadas a lo largo del artículo ya no aparecen como un asunto controvertido o como una controversia pública sino que, contrariamente al sentido común dominante, lo hacen como una moda o tendencia inscrita en los estilos de vida juveniles. A ello contribuye además la reconstrucción de un entramado de emociones que circula en torno a estas prácticas y que insta a estos jóvenes precarizados a mantener cierta posición de clase pese al empeoramiento de sus condiciones de vida. El discurso mediático contribuye así a la creación de un capital emocional para estos jóvenes de clase media en la medida en que desvincula la vergüenza de sus cuerpos e identidades, asociando estas prácticas a “emociones elevadas”, ligadas a la moda y la cultura de consumo, que actúan como “señales de refinamiento” (Ahmed, 2015: 23).

A este cambio de marco subyace además, como sostiene Lakoff, un cambio social (2007: 4), cuyos efectos alcanzan tanto la agencia como la subjetividad de los sujetos representados de acuerdo con una racionalidad neoliberal. De este modo, al presentar este conjunto de prácticas como un *trending*, es decir, como una opción disponible, esta *trendinización* presume y moviliza un acto de agencia. Sumarse a esta corriente, que además goza de reconocimiento social, e incorporar estos usos en los hábitos de vida comporta una elección por la que se insta al sujeto a actuar, evaluar y decidir sobre sus propias inclinaciones. Y lo hace a través de un proceso de deliberación guiado por un ejercicio reflexivo, propio de la agencia neoliberal (Gershon, 2011), donde la búsqueda del rendimiento (Friedrich et al., 2018; Han, 2014) y la lógica coste-beneficio adquieren una centralidad sin precedentes. Así, frente a la coerción que los procesos de precarización imponen sobre los estilos de vida juveniles, la *trendinización* se presenta, en

cambio, como una cuestión fundamentalmente electiva. En otras palabras, en lugar de "llamar la atención sobre la gravedad de la condición juvenil" (Ortega y Martín, 2012: 94), alaba y promueve un tipo particular de subjetividad neoliberal: la del sujeto hecho a sí mismo, que precisa de la valentía y el orgullo suficientes para llevar a cabo su elección frente a la dimensión paralizante (Tejerina et al., 2012: 126) que en ocasiones comporta la precariedad.

De acuerdo con este paradigma, la amenaza ante el desclasamiento por abajo (Bourdieu, 1988) se experimenta en clave de tendencia, a saber, como una forma de hacerse a uno mismo, hasta el punto de que esta optimización se vive como una técnica de disciplinamiento para no sentirse perdedor en el marco de una sociedad de consumo. La internalización de este estilo constituye a su vez una forma de autocapitalización en la medida en que favorece el incremento y la valorización del propio capital humano y se vincula con una forma de bienestar subjetivo en la que intervienen tanto el pensamiento positivo como la resiliencia. Ambos contribuyen a la desdramatización e imprimen un giro afectivo que moldea este conjunto de prácticas y permite su naturalización.

## 5. Conclusiones

En conclusión, este trabajo realiza una primera aproximación discursiva <sup>[5]</sup> a la cuestión juvenil en un contexto donde la precariedad manda, pero se imbrica en sus estilos de vida de muy diferentes maneras. Esta desestabilización ha sido extensamente abordada en la agenda mediática de los últimos años, especialmente en el caso de la prensa digital, donde asistimos a la emergencia de nuevos discursos, ambivalentes y heterogéneos, y donde esta condición se representa no ya como una controversia pública, sino que deviene una tendencia. Esta *trendinización* constituye, por tanto, una de estas rutas de precariedad y genera un estilo de vida donde esta condición se desconflictiva y positiviza, dando lugar a una precariedad débil o preexcluyente. Esta sublimación opera sobre la base de un cambio discursivo sustentado sobre cuatro estrategias: la relexicalización y el reencuadre, analizados en este artículo, así como la heteroglosia y la emergencia de nuevos géneros discursivos. En este sentido, la selección estratégica de términos junto con la sustitución de palabras con mayor carga connotativa por otras voces hacen posible un cambio de marco y, por tanto, una nueva interpretación del fenómeno.

El hecho de que las prácticas descritas se conceptualicen como una tendencia implica una adhesión por parte del sujeto y las sitúa directamente en el terreno de la elección personal. Por su carácter electivo, éstas son (re)presentadas como una oportunidad para la transformación y el bienestar individual, promoviendo así un tipo de subjetividad de corte neoliberal, por la que se insta a la autorrealización, autoconstrucción y autocapitalización de uno mismo. Estas estrategias permiten sortear la percepción de fracaso personal y actúan a su vez como un dispositivo de autodisciplinamiento. Los medios de comunicación naturalizan estas precariedades mediante el despliegue tanto de un nuevo discurso que las desproblematiza como de un universo socioafectivo que aumenta su eficacia simbólica. Esta dimensión emotiva permea los discursos mediáticos analizados en torno a la precariedad juvenil de las clases medias y promueve una interpretación positiva y estetizada de la misma. La movilización afectiva – a través de la felicidad, el placer, el humor o la resiliencia – vincula las diferentes prácticas al bienestar subjetivo y refuerza, además, el marco de la tendencia que liga estas prácticas con un estilo de vida inédito. Al insistir precisamente en su carácter positivo y potencial transformador, esta representación genera una desestigmatización que contrarresta la vergüenza, el miedo, la ansiedad o la culpa asociadas normalmente a estos procesos de desestabilización. Y la desvincula, además, de fenómenos como la pobreza vergonzante, mostrando diferentes formas o estrategias de vivir los modos de consumo, donde el goce, el orgullo y la diversión dan forma a esta experiencia afectiva.

## 6. Referencias bibliográficas

- [1] Ahmed, S. (2015). *La política cultural de las emociones*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género.
- [2] Alonso, L. E. (2004). Las políticas del consumo: transformaciones en el proceso de trabajo y fragmentación de los estilos de vida. *Revista Española de Sociología*, 4(1), 7-50. <https://bit.ly/2UxLiDv>
- [3] Alonso, L. E. (2005). *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI.
- [4] Alonso, L. E. (2008) Jóvenes: precariedad laboral, precariedad de vida. *Gaceta sindical: reflexión y debate*, 10, 67-84. <https://bit.ly/37n91vh>
- [5] Alonso, L. E.; Fernández Rodríguez, C. J. e Ibáñez Rojo, R. (2011). Del consumismo a la culpabilidad: en torno a los efectos disciplinarios de la crisis económica. *Política y Sociedad*, 48(2), 353-379. <http://doi.org/b98f5p>

- [6] Alonso, L. E.; Fernández Rodríguez, C. J. e Ibáñez Rojo, R. (2014). Crisis y nuevos patrones de consumo: discursos sociales acerca del consumo ecológico en el ámbito de las grandes ciudades españolas. *Empiria Revista de metodología de ciencias sociales*, 29, 13-38. <http://doi.org/dx82>
- [7] Alonso, L. E.; Fernández Rodríguez, C. J. e Ibáñez Rojo, R. (2016). De la moral del sacrificio a la conciencia de la precariedad. Un análisis cualitativo de los discursos sobre la evolución de la crisis en España. *Política y Sociedad*, 53(2), 353-379. <http://doi.org/dx83>
- [8] Alonso, L.E.; Fernández Rodríguez, C.J. e Ibáñez Rojo, R. (2017). Juventud y percepciones de la crisis: precarización laboral, clases medias y nueva política. *Empiria Revista de metodología de ciencias sociales*, 37, 155-178. <http://doi.org/dx84>
- [9] Bericat, E. (2000). La sociología de la emoción y la emoción en la sociología. *Papers: Revista de Sociología*, 62, 145-176. <http://doi.org/dx85>
- [10] Berlant, L. (2011). *Cruel Optimism*. Durham: Duke University Press. <http://doi.org/dx86>
- [11] Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- [12] Bourdieu, P. (1999). *Contrafuegos. Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*. Barcelona: Anagrama.
- [13] Bourdieu, P. (2001). *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- [14] Cameron, D. (1995). *Verbal Hygiene*. London: Routledge.
- [15] Cáritas Europa (2017). *Europe's Youth Between Hope and Despair*. <https://bit.ly/37qnTt2>
- [16] Castel, R. (1997). *La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*. Buenos Aires: Paidós.
- [17] Consejo de la Juventud de España (2019). Observatorio de Emancipación Juvenil (OBJOVEM). <https://bit.ly/2XPLekz>
- [18] De Santiago Guervós, J. (2015). La relexicalización en el discurso político actual: el ejemplo de populismo a través de la prensa española. *Boletín de la Real Academia Española*, 95(312), 471-500. <https://bit.ly/2AWwHKS>
- [19] Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.
- [20] Díaz Nosty, B. (2015). La banalización del periodismo. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, (31), 9-17. <https://bit.ly/3cSypKo>
- [21] Ehrenreich, B. (2011). *Sonríe o muere. La trampa del pensamiento positivo*. Barcelona: Turner.
- [22] Fernández-González, N. (2019). *El cercamiento neoliberal de la escuela pública en Madrid. Un estudio del discurso y la gubernamentalidad*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- [23] Flick, U. (2012). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- [24] Fowler, R.; Hodge, B.; Kress, G. & Trew, T. (1979). *Language and Control*. Londres: Routledge.
- [25] Friedrich, S.; Klopotek, F.; Distelhorst, D.; Hartmann, D.; Wagner, G.; Fisher, M.; Diehl, S. & Schürmann, V. (2018). *La sociedad del rendimiento. Cómo el neoliberalismo impregna nuestras vidas*. Pamplona: Katakak.
- [26] García-Fuentes, J. (2019). La visibilidad de los jóvenes 'Ni-Ni' en el contexto económico español. *Psicoperspectivas*, 18(3), 52-64. <http://doi.org/dx87>
- [27] Gershon, I. (2011). Neoliberal Agency. *Current Anthropology*, 52(4), 537-555. <http://doi.org/dcqcvh>
- [28] Gil Rodríguez, H. y Rendueles, C. (2019). Entre el victimismo meritocrático y la resignación. Dos percepciones antagónicas de la precariedad juvenil en España. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 37(1), 31-48. <http://doi.org/dx88>
- [29] Glasser, B. & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. New York: Aldine Publishing.
- [30] Goffman, E. (2006). *Frame Analysis. Los marcos de la experiencia*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- [31] Gusfield, J. R. (1991). *The Culture of Public Problems*. Chicago: The University of Chicago Press.
- [32] Halliday, M. A. K. (1998). *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. Colombia: Fondo de Cultura Económica.
- [33] Han, B. C. (2014). *Psicopolítica: neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder. <http://doi.org/dx89>

- [34] Hoschild, A. R. (1975). The Sociology of Feeling and Emotion: Selected Possibilities. In M. Millman & R. Moss Kanter (Eds.), *Another Voice* (pp. 280-307). Garden City NY: Anchor Books. <http://doi.org/fxd4xw>
- [35] Hoschild, A. R. (1979). Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. *American Journal of Sociology*, 85(3) 551-575. <http://doi.org/cqs7dp>
- [36] INJUVE (2011). *Desmontando a 'nini'. Un estereotipo juvenil en tiempos de crisis*. Madrid: Instituto de la Juventud. <https://bit.ly/3cSzySz>
- [37] Inoue, M. (2006). *Vicarious Language. Gender and Linguistic Modernity in Japan*. Berkeley: University of California Press.
- [38] Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.
- [39] Lorey, I. (2016). *Estado de inseguridad: Gobernar la precariedad*. Madrid: Traficantes de sueños.
- [40] Marí-Klose, P.; Martínez-Losa, L. F.; Cordero, A. L. H. y Marí-Klose, M. (2016). Las clases medias en crisis: una aproximación sociológica a procesos de empobrecimiento y amenaza de desclasamiento. En *XII Congreso Español de Sociología*. Federación Española de Sociología: Gijón.
- [41] Martín Rojo, L. (1997a). El orden social de los discursos. *Discurso*, 21-22, 1-39. <https://bit.ly/3faQrcy>
- [42] Martín Rojo, L. (1997b). Jargon. En J. Verschueren; J.O. Ostman & J. Blommaert (Eds.), *Handbook of Pragmatics* (pp. 2-19). Amsterdam: John Benjamins.
- [43] Martín Rojo, L. (2020). Michel Foucault: Discurso y política. *Anuario de Glotopolítica*.
- [44] Martín Rojo, L.; Fernández-González, N. y Castillo, M. (2020). Discurso y gubernamentalidad neoliberal. *Viento Sur: Por una izquierda alternativa*, (168), 93-113. <https://bit.ly/3fhSiwl>
- [45] Maurin, É. (2006). Las nouvelles précarités. En AA.VV, *La nouvelle critique sociale*. París: Seuil.
- [46] McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <http://doi.org/dnd7p4>
- [47] Moruno, J. (2018). *No tengo tiempo. Geografías de la precariedad*. Madrid: Akal.
- [48] Muñoz, D. y Santos, A. (2018). *En las cárceles del capital humano. Nuevas precariedades y formas de subjetivización de los procesos contemporáneos de precarización*. Málaga: Zambra-Baladre.
- [49] Muñoz, D. y Santos, A. (2019). Precariedad en la era del trabajo digital. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 24(1), 1-13. <http://doi.org/dx9b>
- [50] Ortega, A. y Martín, P. M. (2012). La juventud española en tiempo de crisis. Paro, vidas precarias y acción colectiva. *Sociología del trabajo*, (75), 93-110. <https://bit.ly/3fe7lSi>
- [51] Pardo, M. L. (1998). La estetización y espectacularización de la pobreza: análisis crítico del discurso posmoderno televisivo en la Argentina. En T. Ortiz y M. L. Pardo (Eds.), *Desigualdades sociales y Estado. Un estudio multidisciplinar desde la posmodernidad* (pp. 139-164). Buenos Aires: Departamento de Publicaciones, Facultad de Derecho, Universidad de Buenos Aires.
- [52] Peñarín, C. (2017). Mediación y mediatización de la comunicación pública. Una perspectiva pragmática. En M. Alvarez-Peralta; G. Fernandez y L. Mazolli (Eds.), *La mediación fragmentaria. Mediatización y controversia en la nueva esfera pública* (pp. 11-36). La Laguna: Latina.
- [53] Rendueles, C. y Sádaba, I. (2019). Digitalización y cambio social. De las expectativas apocalípticas a la tecnopolítica del presente. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 37(2), 331-349. <http://doi.org/dxmx>
- [54] Santamaría, E. (2009). Precariedad laboral: apuntes para una aproximación sociológica a sus formas contemporáneas. *Papeles del CEIC*, 1(6), 34-41. <https://bit.ly/3faQHLz>
- [55] Santamaría, E. (2018). Jóvenes, crisis y precariedad laboral: una relación demasiado larga y estrecha. *Encrucijadas-Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 15, 1-24. <https://bit.ly/2XVGZUR>
- [56] Santos Ortega, J. A. (2014). La política en manos de los empresarios: el imparable ascenso de la ideología del emprendedor. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 127, 29-43. <https://bit.ly/3febZVA>
- [57] Santos, A. y Muñoz, D. (2017). Más allá de la precariedad laboral. Los nuevos rasgos de la precariedad juvenil. *Gaceta Sindical*, 29, 235-252. <https://bit.ly/2Uw2Vnl>
- [58] Sennett, R. (2003). *El respeto. Sobre la dignidad del hombre en un mundo de desigualdad*. Barcelona: Anagrama.
- [59] Serrano, A.; Parajuá, D. y Zurdo, Á. (2013). Marcos interpretativos de lo social en la vivencia de la nueva pobreza. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 31(2), 337-382. <http://doi.org/dxmx>

[60] Serrano, A. y Zurdo, Á. (2013). Representaciones audiovisuales de las personas sin hogar: entre la espectacularización de la exclusión social extrema y la culpabilización de las víctimas. *Revista Española de Sociología*, (20), 105-137. <https://bit.ly/2MKDpXb>

[61] Somoza, A. J. (2016). Culturas desde la precariedad y la resistencia. 452°F. *Revista de Teoría de la literatura y Literatura Comparada*, (15), 248-258. <https://bit.ly/3hiWa1K>

[62] Tarrow, S. (1997). *El poder en movimiento. Movimientos sociales, acción colectiva y política*. Madrid: Alianza.

[63] Tejerina, B.; Cavia, B.; Santamaría, E. y Carbajo, D. (2012). *Precariedad vital y juventud vasca: condiciones sociales y estrategias biográficas para llevar una vida normal*. Vitoria: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.

[64] Valera, L. (2016). El sesgo mediocéntrico del framing en España: una revisión crítica de la aplicación de la teoría del encuadre. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, 21 (41), 13-31. <http://doi.org/dxmw>

[65] Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.

[66] Wacquant, L. (2010). *Castigar a los pobres: El gobierno neoliberal de la inseguridad social*. Barcelona: Gedisa.

[67] Wodak, R. (2003). De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos. En R. Wodak y M. Meyer (Eds.), *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 17-34). Barcelona: Gedisa.

[68] Zubero, I. (2006). Las nuevas relaciones entre empleo e inclusión: flexibilización del trabajo y precarización vital. *Revista de Fomento Social*, (143), 11-30. <http://doi.org/dx9c>

## Agradecimientos

Gracias a la Fundación Banco Sabadell la concesión de una Ayuda a la Investigación en Ciencias Sociales en el marco de su convocatoria para predoctorales (2018).

## Notas

1. Para un análisis más extenso sobre el discurso de la "espectacularización de la miseria" en las representaciones audiovisuales, véase Serrano y Zurdo (2013).

2. Para una revisión de los tres sentidos atribuidos a este término en la sociología francesa ("empleo y trabajo precario", "los precarios" y "la precariedad-pobreza"), véase Cingolani (2014).

3. Los 24 artículos analizados corresponden a piezas informativas publicadas en los principales diarios de información general en España (*ABC*, *El Confidencial*, *Eldiario.es*, *El Mundo* y *El País*), y en los suplementos o revistas de estas cabeceras. Se trata, en su mayoría, de noticias y crónicas que dan cuenta de estas prácticas y donde prima la perspectiva testimonial, de ahí su interés para esta investigación.

4. Este neologismo ya ha sido recogido en otros artículos como, por ejemplo, la columna "Treinta" publicada en *El País* (04.12.2015) y "Ellos son adolestreinta", en *La Voz de Galicia* (11.03.2019).

5. Puesto que este trabajo supone una primera aproximación al análisis del universo discursivo descrito, los resultados alcanzados constituyen solo una parte de la investigación, que se inscribe en un proyecto más amplio en curso. En este sentido, sostenemos que el discurso periodístico participa de un sistema de discursos más complejo que articula este sistema de representaciones. Por esta razón, y a fin de incurrir en el "sesgo mediocéntrico" (Valera, 2016), se hace necesario rastrear y considerar un conjunto más extenso de influencias extramediativas que participan de esta *trendinización*, hacen posible la emergencia de estos discursos y contribuyen a su legitimación. De ahí, la necesidad de reforzar este estudio con otras vías de indagación que permitan abordar la complejidad del fenómeno, muestren la pluralidad de discursos que participan de este sistema y dé voz a los actores sociales implicados.

