

# El conocimiento malogrado frente a las nuevas generaciones

por **Maritza López de la Roche**

## Resumen

La autora problematiza las categorías **información y conocimiento**, tomando como referentes episodios y textos de prensa y TV de 2012 sobre las luchas indígenas en Colombia. Plantea problemas acerca de la socialización política de las nuevas generaciones, poniendo en relación **significado, conocimiento, poder y placer**. Reconozcamos el gusto de los niños, adolescentes y jóvenes por la oferta mediática, pero asumamos el reto de "reencantar la enseñanza" para que la escuela estimule el diálogo crítico sobre las funciones y contenidos de los medios.

## Palabras clave

Información - noticia - educación en medios - audiencias infantiles

## Abstract

*The author refers to newspaper and TV's coverage of the Colombian Indigenous people's struggles in 2012. She problematizes the terms **information and knowledge** focusing on the political socialization of children and young people. She calls for a recognition of the pleasure that the new generations derive from commercial media products, which must be met by the challenge teachers face: to "re-enchant the school" in order to allow a critical dialogue about the functions and contents of media texts. The issues at stake are **knowledge, meaning, pleasure and power**.*

## Key Words

*Information - news - media education - child audiences*

¿Qué sentiría y haría usted si en el andén de su casa o apartamento el ejército monta una trinchera y su antejardín se convierte en paso de personajes armados que agreden, atemorizan y matan a hombres, mujeres y niños en el vecindario? Los horrores a los que han estado sometidas las familias indígenas Nasa, que sobreviven en el Cauca, en el Suroccidente de Colombia, no podemos siquiera imaginarlos ni ustedes ni yo, que vivimos cómodamente en las ciudades y sólo vemos la guerra a veces, por algunos segundos, en la pantalla del televisor.

Puedo comprender las acciones de las comunidades indígenas, que siguen pidiendo a los diferentes ejércitos que salgan de las zonas donde ellos han nacido y crecido. Ocurrió un episodio singular en la región Nasa citada: los indígenas sacaron a empujones, agarrando de los pies y las manos a los soldados que ejercían guardia en la cima de un cerro.

Voy a referirme aquí al caso *Caracol*: cómo construyó y presentó la noticia uno de los dos canales comerciales de cobertura nacional en Colombia, que a la vez son los

## Maritza López de la Roche

maritzaldelar@gmail.com

Profesora de la Universidad del Valle, Colombia. PhD en Ciencias Sociales, Universidade Estadual de Campinas, Brasil. MA en *Film and TV for Education*, Universidad de Londres. Investigadora sobre procesos de recepción de medios por públicos infantiles y adolescentes.

## Artículo:

Recibido: 26/02/2013

Aceptado: 14/10/2013

que convocan mayores audiencias. El canal *Caracol* mostró el episodio una y otra vez, de manera simplista y gritona, el mismo día y durante el período inmediatamente posterior al 17 de julio de 2012, cuando ocurrió: con artimaña contraria a la argumentación razonada exhibió repetidamente, como si fuera un *videoclip* de propaganda, un “recorte” del material audiovisual, el segmento donde los indígenas golpeaban y abucheaban a los soldados para que despejaran el cerro. Presentó el acontecimiento sin contextualizar las condiciones de vida a las que están sometidos los seres humanos en ese escenario afectado por la guerra; le faltó describir a los indígenas como individuos y grupos que en Colombia, durante años, nos han dado ejemplo de civilidad en la formulación de sus demandas sociales al Estado, y que han demostrado sus valores humanos y la búsqueda del interés colectivo por encima del individual. Tampoco *Caracol* arguyó que las luchas y aspiraciones de los pueblos indígenas en este país son justas y urgentes.

Durante la misma semana del hecho, un columnista de *El Espectador*, uno de los dos principales diarios nacionales, en la edición del domingo 22 de julio escribió que “ningún colombiano vacilaría en calificar a los indígenas como **turba despreciable**”. En contraste, el editorial del mismo día pedía evitar las polarizaciones simplificadoras sobre cuáles son los buenos y cuáles los malos, -os soldados o “los indios”, dependiendo de quién los pone bajo su lupa. Los argumentos fáciles son inaceptables para cualquier analista social responsable y guiado por la ética.

Volviendo a los hechos aludidos, repuebo los empellones que el grupo de indígenas Nasa dio a

miembros del ejército nacional. Registro la prudencia con la que actuó dicho colectivo del ejército, que bajó del cerro sin oponer resistencia violenta, evitando así agresiones mayores y acciones sangrientas. Fue inusitado el llanto de un joven sargento durante la evacuación de ese pedazo de territorio, nos hizo ver a un ser humano que estaba sufriendo. La TV nos permitió reconocerlo como un individuo único, descripción que los noticieros no ofrecieron ni ofrecen de los indígenas, usualmente representados en grupo, sin rasgos personales ni historias de vida que los distingan; retratados como los sin cara, la turba imaginada por el columnista citado al comienzo. El desenlace de los conflictos de esa semana fue más inhumano y brutal que los empujones: asesinaron a dos jóvenes indígenas de la zona, a quienes los noticieros de *Caracol* insistieron en llamar “campesinos”, para disimular que pertenecían al pueblo Nasa. En contraste con la conmovedora imagen del sargento llorando, que la televisión comercial creyó oportuno mostrar repetidamente durante la semana de los hechos, el portal de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca (ACIN), describe detalles de la delicada situación para los hombres, mujeres y niños que viven en este poblado de Colombia: “La comunidad de Toribío aprendió a la fuerza a vivir en medio del conflicto. Han soportado los atentados guerrilleros y los ataques del ejército. Sus hijos deben transitar en medio de retenes de la policía y en las escuelas deben recibir clases ‘custodiados’ por las trincheras de la guerra. Sus casas destruidas y familias llorando a sus muertos. Es un pueblo semidestruido, es una comunidad que sufre la desgracia de una guerra por el poder”.

Ya desde 1899 advertía el sociólogo francés Gabriel Tarde que la eficacia de los periódicos consistía en las conversaciones que provocan. Siglo y medio después reinterpretemos su tesis enfocando el conjunto de medios informativos de los que disponemos. Vale la pena preguntarnos, no sólo de qué nos pone a hablar la televisión, sino en función de cuáles fines construye los relatos e imágenes que propaga. Los noticieros de *Caracol*, además de hacer un recuento falseado de las acciones indígenas en Colombia, pecando por omisiones, convirtieron los episodios de conflicto en el Cauca, la semana mencionada, en lo que un equipo de comunicólogos ingleses han llamado “*tabloidización*” del hecho: transmutar un conflicto en un espectáculo, despojándolo no sólo de su densidad histórica y política, sino de los mínimos datos para que sus audiencias puedan convertir la información que la TV les ofrece en un proceso de conocimiento.

En contraste, medios impresos como *El Espectador* y la revista *Semana* ofrecieron abundante documentación y una gama de perspectivas. Incluso también lo hizo así la edición impresa, varios días sucesivos, del diario local de Popayán, la capital del Departamento del Cauca. ¿Pero cuántos colombianos leemos estos medios impresos u *online*? La baja cobertura comparativa de la prensa y los altos *ratings* de los canales comerciales plantean problemas relativos a la deuda social de la televisión privada nacional en cuanto a la información y a los programas de debate, situados éstos a las 11 de la noche, en los dos canales comerciales nacionales, los de mayores audiencias.

Actualmente, la producción de la cantidad de información que

existe y circula ha hecho que estar informado sea una ventaja para el gobierno, los negocios y para la vida personal. El error es no diferenciar “información” de “conocimiento”. La primera consiste en paquetes aislados (discretos) de datos sobre el mundo. Los noticieros de la televisión privada colombiana –*Caracol* y *RCN*– no ofrecen los marcos conceptuales que permitan a un individuo ver patrones y conexiones: entender lo que las estadísticas financieras nos dicen acerca del presupuesto nacional que se gasta en la guerra, o sobre los bajos indicadores de acceso a los servicios básicos en las comunidades indígenas; y cómo esto, a su vez, puede afectar o modificar las formas de lucha política de dichos grupos. Tales hilos conectores son la sustancia del conocimiento social, pero provienen de fuentes diferentes de los noticieros comerciales, como el sistema educativo. Por esto, es posible tener una sociedad con abundancia de información, pero en la cual la mayoría de los ciudadanos sean pobres en conocimientos. Principalmente porque su educación precaria, –aún en casos en los que tienen un título universitario– no les ha dado los recursos para establecer vínculos entre fenómenos aparentemente sin relación.

Pero lo que interesa en esta exposición es imaginar los sistemas de medios en función de las nuevas generaciones. Entonces, recordemos que en el Caribe de la saga de García Márquez el telegrafista del pueblito de Aracataca era su padre y, además, era el tatarabuelo de los niños y niñas internautas hoy. Ellos buscan informaciones, archivan, hacen *remixes* y recirculan contenidos. Muchos “*postean*” trabajos artísticos,

fotografías o videos. Otros crean *blogs* o defienden algún tipo de derecho humano o de su mascota. Hay incluso adolescentes que desarrollan habilidades de programación y hasta gerencian un negocio *online*. Se producen comunidades de aprendizaje constituidas por *fans* o por jugadores. Compartir e intercambiar mensajes significa no sólo interactividad, sino también socialización y participación. La interacción medios–niños continúa mudando cualitativamente y cada semana más niños, incluso los excluidos, entran a Internet. Hoy los menores interactúan con tecnologías caracterizadas por la movilidad, el tiempo real, lo instantáneo y la conectividad permanente. Pero es fundamental preguntarnos si niños con acceso a cantidades enormes de información es una realidad que equivale a niños con mayor capacidad de discernimiento.

Hoy buscamos comprender cómo operan **significado, conocimiento, poder y placer** en los niños y adolescentes. Ellos y ellas están actuando dentro de un escenario instituido por las tecnologías, los medios, el consumo y el entretenimiento. La “cultura internacional popular” ofrece los cimientos para que la mayoría de los menores construyan sus esperanzas y expectativas, el sentimiento de comunidad y la percepción de las diferencias. Nosotros, los educadores, pensamos que el mercado explota a los niños y saca provecho de ellos. Aunque el consumo y los medios no los cautiven a todos en la misma medida, sí seducen y agradan a la mayoría de niños y niñas una y otra vez. Y es que los medios están a años luz de la escuela, percibida por casi todos los

chicos como pesada y soporífera. El placer mediático tiene que ver con consumir más que con interpretar. Pero quizá podemos cultivar en los niños y adolescentes el placer del conocimiento reflexivo y el sentido de **agencia**.

Nos interesa comprender de qué formas los niños y las niñas producen, en compañía de los otros y de los medios, algunos de los significados con los cuales interpretan la realidad. Los siguientes enunciados sintetizan hallazgos de investigaciones empíricas realizadas en Colombia con diversos grupos de niños:

- diferentes representaciones sociales revelan los rasgos de distintos grupos socioculturales, en una comunidad determinada;
- la “mediación” del capital escolar interviene en los consumos diferenciados de medios, en las relaciones con los noticieros y los géneros informativos, y en los diferentes usos de la computadora;
- otras mediaciones son las de etnicidad, género, localización urbana o rural y características de la escolarización;
- los sectores pobres de la sociedad consumen mayoritariamente la “cultura internacional popular”, lo que marca diferencias en el tipo de conocimientos y en las habilidades intelectuales que desarrollan;
- la televisión y otros medios de comunicación no tienen eficacia por sí solos, requieren de procesos de intercambio lingüístico para ejercer su influencia en la percepción de la realidad o en la construcción de conocimientos;
- las tecnologías de la comunicación y la información simbolizan

prestigio entre los niños y entre los adultos. La disponibilidad de ellas es hoy tanto un insumo para las competencias que la escuela y el mercado de trabajo exigen, así como otro elemento de distinción social;

- las capas pobres de las nuevas generaciones, que no poseen formación artística ni recursos para las artes “cultas”, usan varias tecnologías como la radio, el video, la fotografía o los textos multimedia para procesos creativos y de expresión personal y colectiva;
- Los grupos de niños indígenas y afrocolombianos muestran particularidades en sus interpretaciones de la realidad y evidencian las consecuencias de la exclusión social y la discriminación.

En Colombia tenemos un escenario de conflicto armado, con 46% de pobreza extrema mezclada con violencia casera y en las calles. Los episodios crueles aparecen repetidamente en las conversaciones de los niños y niñas de sectores populares urbanos entrevistados. Las familias de Bogotá y Cali que tienen parientes en las áreas rurales han sufrido los asesinatos de sus hermanos o padres, el reclutamiento forzado de sus hijos y ya oyeron hablar sobre el horror de los adultos y niños al experimentar la guerra en el propio vecindario. Además de esta preocupación sobre mi país, mi análisis se refiere a las condiciones globalizadas dentro de las cuales los niños actúan hoy. Estamos frente a la colonización corporativa de la psiquis popular desde la infancia. En contraste, cada vez más niños y adolescentes ingresan a la esfera pública, a edades más tempranas. La escuela y las políticas públicas deben intervenir en la hegemonía

del circuito medios-consumo como sistema simbólico y como estilo de vida, que aparece no sólo en la publicidad, sino también en las convenciones estéticas de los programas populares. Para no ser aún más debilitada por los pedagogos corporativos la escuela tiene el desafío de re-encantar los ambientes de aprendizaje y, principalmente, las relaciones entre los que formamos y los que aprenden.

Los analistas de la comunicación afirmamos que las “audiencias” son fundamentales para la vida cultural y política. Pero, en la realidad, casi todos los espectadores y oyentes están callados en lo que tiene que ver con los “ogros mediáticos hegemónicos”. Necesitamos de las audiencias, lectores y espectadores para revigorizar el diálogo público y las decisiones sobre los sistemas de medios. Los investigadores debemos examinar los detalles de los usos de los medios, describir los modos como las nuevas generaciones se relacionan con los contenidos y las estéticas, y descubrir las características específicas de determinados públicos. En el caso de los niños y las niñas, tenemos que dejarlos hablar. No solamente para enriquecer la investigación y obligarnos a hacer cambios no previstos, sino para motivar a los niños y las niñas a asumir un papel activo en la búsqueda de conocimientos y a discutir algunas temáticas con más osadía.

¿Cuáles son las habilidades necesarias en la cultura de los nuevos medios, más allá de la tecnología, para participar en la vida pública de la sociedad? El telegrafista de Aracataca desapareció en el olvido. Pero las nuevas telegrafías tienen una magia y una promesa de acción social muy fuertes. El potencial de construir con los niños y niñas

una cultura mediática crítica que promueva la expresión, las artes, la ciudadanía y las conexiones sociales vale la pena, y es el propósito que me anima.