



MEGAPÍXEL: PANTALLAZO TOTAL EN LA CIUDAD DE LA MULTIPLICIDAD REPRESENTACIONES Y PERCEPCIONES DE LOS JÓVENES EN LA TELEVISIÓN EN BOGOTÁ

MEGAPIXEL: ABSOLUTE SCREEN-SHOT IN THE CITY OF MULTIPLICITY. REPRESENTATIONS AND PERCEPTIONS OF YOUNGSTERS IN THE BOGOTA TELEVISION

ALEJANDRO JARAMILLO HOYOS

Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura

Universidad Nacional de Colombia

ajaramilloh@unal.edu.co

RESUMEN

El presente artículo relata, en primera persona, las preguntas e intuiciones del autor acerca de la representación de niños y jóvenes en los medios masivos de comunicación; desde allí se propone una forma de entender la función de servicio e interés público de los medios de comunicación y se reseñan dos proyectos que tienen que ver con la construcción de maneras más amplias e incluyentes de mostrar a los jóvenes.

ABSTRACT

This article tells, in first person, its author's questions and intuitions about children and youth representations on media. Based on this topic, a way of understanding the role of mass media in public service and public interest is proposed. Also two projects involving the design of broader and inclusive ways to show youth in the media.

PALABRAS CLAVE: Representación, actores sociales, construcción de sentido, visibilidad.

KEY WORDS: Representation, social actors, making sense, visibility.



1. CONTEXTO

Colombia es un país en donde la sociedad civil ha tenido que vivir y tratar de consolidarse en convivencia permanente con el conflicto armado y la violencia; los jóvenes actuales en nuestro territorio han visto transcurrir sus vidas con la presencia constante de los enfrentamientos, las matanzas, los secuestros y el desplazamiento.

A través de la pantalla de televisión la imagen de la guerra ha entrado a los hogares y se ha venido aceptando allí como algo normal. Al ser los medios un vehículo de producción, reproducción y transformación constantes de la sociedad; es lógico exigir en este contexto que los actores sociales encuentren en las pantallas elementos de reconstrucción de los hilos que la descomposición social ha roto.

Al indagar la representación de infancia y juventud en los medios masivos, se encuentra que existen muchos vacíos y opacidades que generan representaciones sesgadas y estereotipadas. En el universo mediático colombiano es corriente que se refuerce una representación de joven como lugar del miedo; de la falta de participación, y de las pocas opciones para la construcción de un futuro.

Una función que debería tener la pantalla de televisión, en un país en donde ésta se ha convertido en el único elemento que evidencia vínculo social entre todas las regiones, es reflejar la realidad de una manera múltiple y contribuir a generar interrogantes vitales que permitan aspirar a la construcción de ciudadanos. Sería deseable una pantalla con más resolución, con la posibilidad de ampliar el campo y dar cabida a más versiones y más voces.

De ahí la analogía con el mega píxel, presente en el título de este trabajo; se trata de proponer una mayor definición que permita llenar de contenido los espacios vacíos que quedan en la representación de niños y jóvenes como actores sociales.

«Toda vez que los medios se limitan a repetir y reproducir productos estereotipados (en ficción, en las imágenes de la cobertura periodística), y rechaza los productos culturales que trazan visiones y lenguajes diferentes, está forzando actitudes y comportamientos prejuiciosos futuros, principalmente cuando son dirigidos a niños y adolescentes. En términos de la teoría de la comunicación, podríamos decir que, entre más redundante el mensaje (más estereotipado, por lo tanto), más prejuiciado será, más cargado ideológicamente en el mantenimiento de clichés. Y viceversa, cuanto mayor sea la carga de información, más nueva, más inesperada... menos conformista será, menos prejuiciosa. Una vez más, vale recordar algo que estoy diciendo con otras palabras: los medios buscan la homogeneidad y tienden a la hegemonía y al monopolio. Es natural, y propio de su carácter, pues buscan una distribución y un consumo masivo, grandes números, gusto medio, consumo uniformizado que permita economía de gran escala y abaratamiento de costos» (Machado, 2004).

La juventud colombiana se construye en el presente con referentes locales y globales que, en su mayoría, circulan por la televisión y los medios de comunicación. En Bogotá, según varias investigaciones que se han adelantado en los



centros académicos con el ánimo de comprender a la juventud y según lo que se puede observar como transeúnte, existe una multiplicidad de identidades y culturas juveniles tan compleja como se puede ver en otras grandes ciudades.

Sin embargo, los espacios que ocupan estas identidades en las pantallas son reducidos y poco visibles, a pesar de que existen algunos esfuerzos puntuales y esporádicos por darles cabida. En esa tarea de ampliar el marco de representación de la pantalla para que quepan muchas voces es imprescindible el aporte de elementos artísticos y estéticos afines con aquellos sobre los que las subjetividades y culturas contemporáneas construyen referentes culturales y visuales que las afirman e identifican.

2. APRENDIZAJE POR EXPERIENCIA

Desde hace varios años mi ejercicio de investigación y realización con los medios de comunicación se ha circunscrito al tema de la representación de la infancia y la juventud a través de los medios de comunicación.

Este ejercicio ha estado constantemente atravesado por un interrogante principal que se cristaliza en el entendimiento de la manera como los niños y jóvenes aparecen en los medios y se pone en práctica al intentar la realización de vídeos y programas de televisión en donde estos actores se muestren de maneras no tan convencionales y se puedan leer aquellos aspectos de su acción social que generalmente se ignoran o aparecen difusos.

En el último año, tuve la oportunidad de participar en dos proyectos que me permitieron, por un lado, tratar de rastrear la representación de infancia y juventud que se construye a través de los medios de comunicación masiva; y por otro, involucrarme en el proceso de diseño y producción de una estrategia mediática, orientada a la formación de ciudadanía, que presenta historias de vida de personas jóvenes de la ciudad de Bogotá y pone el foco en la visibilización de esos aspectos que, por lo general, no son visibles.

La pregunta fundamental a cuya respuesta pretendo acercarme en este artículo tiene esas dos caras: ¿cuál es la representación de juventud que está circulando en los medios? y ¿cómo impulsar rutinas de producción audiovisual que presenten una visión cercana a la realidad de los jóvenes de la ciudad de Bogotá?

El acercamiento que pretendo no es el de quien enuncia definiciones o respuestas contundentes y precisas; más bien espero poner en evidencia la incertidumbre como metodología de construcción; en ese sentido, ver la representación de infancia y juventud en los medios, y tratar de aproximarse a una construcción alternativa a esa corriente dominante es la manera de dar posición al hacer, a la creación, como vía de construcción del saber; pero no del saber académico rígido que busca la especialización y la fijación de objetos de estudio precisos sino el que reconoce la multiplicidad que habita los fenómenos sociales y los de la comunicación; fenómenos que deben ser estudiados desde la complejidad: desde una lógica que contradice la racionalidad instrumental del conocer a los actores sociales, para tratar de dejarlos ver.

Como afirma Morin (1994), los problemas de las sociedades contemporáneas se caracterizan por una complejidad creciente y demandan,





subsecuentemente, soluciones complejas: abandonar los determinismos y la búsqueda de definiciones y soluciones acabadas.

3. El tema de la infancia y la juventud

La importancia de trabajar por una representación más plural de los niños y jóvenes en los medios, en un país como Colombia y en una ciudad como Bogotá, creo que radica en el ofrecimiento de referentes para la reconciliación, la reconstrucción del tejido social y la inclusión en la sociedad. Como dice Rosana Reguillo, no es que los medios produzcan efectos inmediatos, pero sí se han convertido en dispositivos fundamentales de producción de visibilidad de ciertos aspectos y actores sociales que son claves y estos aspectos pasan por hacer visible el deterioro, el caos, los problemas (Reguillo, 2002)

Si los medios son útiles para destacar la imagen homogenizante, y a veces amenazante, de los jóvenes. Pueden ser herramientas para visibilizar y representar de formas diversas a los actores sociales. En especial a los más jóvenes que son quienes tienen más cercanía a los lenguajes, las interfaces y las pantallas: «La aparición de un ecosistema comunicativo se está convirtiendo para nuestras sociedades en algo tan vital como el ecosistema verde, ambiental. La primera manifestación de ese ecosistema es la multiplicación y densificación cotidiana de las tecnologías comunicativas e informacionales, pero su manifestación más profunda se halla en las nuevas sensibilidades, lenguajes y escrituras que las tecnologías catalizan y desarrollan. Y que se hacen más claramente visibles entre los más jóvenes: en sus empatías cognitivas y expresivas con las tecnologías, y en los nuevos modos de percibir el espacio y el tiempo, la velocidad y la lentitud, lo lejano y lo cercano» (Martín Barbero, 2002).

A pesar de este y muchos reconocimientos sobre la importancia de los medios en la construcción social, estos aún se rigen por las rutinas de la centralidad y de la marginación de lo diferente; aunque el universo empieza a mutar...

4. Infancia y juventud re-presentadas

En el 2004 tuve la oportunidad de participar por Colombia en la investigación Conocer para intervenir: Infancia, violencia y medios; este proyecto, realizado en siete países de América del Sur y financiado por la Oficina Internacional Católica de la Infancia – BICE, buscaba definir la representación de infancia y adolescencia que circula por los medios masivos. En cada país fueron estudiadas varias ficciones televisivas, telenoticieros y periódicos durante un período de dos meses. A continuación, se consignan algunas conclusiones de este estudio para el caso colombiano:

- La visibilidad de los niños, niñas y adolescentes en los medios no responde a la construcción de su representación como actores sociales. Pocas veces se les da una voz real o una responsabilidad en el manejo de sus propias vidas. La representación se asocia más bien a hechos insólitos o dramáticos, como los accidentes de tránsito, o al consumo.

- La presencia de representaciones de infancia en los medios en general es escasa y estereotipada. No da cuenta de la diversidad cultural y étnica del país.





- En los casos de accidentalidad se utiliza la magnitud de la tragedia para dar protagonismo a personalidades como el Presidente de la república y su conmisericordia para con las víctimas.

- Los niños y niñas son visibles en los dramatizados con unos atributos que corresponden más a su papel social como consumidores. Son ejes de conflicto pero son poco importantes y participativos en la resolución. Sus atributos son más pasivos y su papel más receptor que el de los adultos.

- La perspectiva de derechos humanos sólo aparece asociada a casos puntuales de maltrato, vulnerabilidad y peligro. En general, el monitoreo realizado arroja como perspectiva global de los medios una representación de infancia muy pegada a la concepción asistencialismo.

- No se hace evidente el derecho a la participación o la libre asociación. Los derechos y la ciudadanía no se asocian al tema infancia y juventud. Los medios no propician un ambiente de debate sobre estos actores como ciudadanos en formación. Esto se evidencia cuando en las noticias la voz de los niños sólo es usada para apoyar el discurso del narrador adulto, y también porque en ninguno de los medios estudiados se ve una preocupación por despertar actitudes o prácticas de responsabilidad social hacia la infancia y la adolescencia.

- Los medios informativos se preocupan más por el hecho infantil cuando éste puede conmover y atraer audiencia que a la hora de incentivar la preocupación por la ciudadanía y los derechos de la infancia.

- La violencia y el abuso sexual son tema frecuente de los medios sensacionalistas. En estos casos la intencionalidad no es conmover sino escandalizar; pero no se descubre que el escándalo quiera motivar a una actitud de prevención. Por el contrario, se representa ignorando la sensibilidad de los niños, niñas y adolescentes y sus capacidades de construcción de una cultura del autocuidado y la prevención. Aun en medios no tan sensacionalistas, el único lugar o rol asignado a la niñez es el de víctima, sin capacidad de reconstrucción, a no ser que intervenga la atención por parte de los adultos.

- En las ficciones con representación de infancia, vemos una infancia accesoría y un poco caricaturizada. Los dramas obvian o minimizan la capacidad de actuación de los sujetos niños y jóvenes; en ocasiones los presenta como objetos a los que los adultos pueden manipular o con los que pueden manipular a otros adultos. Es evidente en todos los casos la posición de poder del mundo adulto.

- En los informativos de televisión la infancia y juventud se asocian al consumo de productos y servicios con la presentación de hechos que deforman la imagen de la infancia en su papel de actores sociales. Los hechos violentos que involucran niños y niñas son espectacularizados.

- En cuanto a las representaciones de infancia y adolescencia que circulan en los medios es de anotar que, frente a la dramática situación de desprotección que emana de las cifras de los diferentes organismos encargados de la defensa de los derechos o de la recepción y atención a casos de maltrato, abandono y violencia. Estos temas no figuran como los prioritarios en la agenda noticiosa.

- Los niños y adolescentes son noticia en temas de salud o de accidentalidad pero esta situación ignora que sus derechos son vulnerados en muchas áreas.





El maltrato y la explotación y abuso sexual siguen siendo temas de aparición escasa. Esto contrasta fuertemente con la situación y puede evidenciar la necesidad de que existan fuentes sobre la misma.

- En general no se encuentra la promoción de conocimientos, actitudes o prácticas ciudadanas o democráticas en ninguno de los casos analizados. En los seriados se logra apreciar la evidencia de la fuerte influencia del contexto cultural sobre la construcción de identidad de los adolescentes; este punto podría aprovecharse para realizar una construcción de imaginarios más útiles desde los medios.

- El papel de los niños y adolescentes es pasivo y receptivo frente al mundo adulto. El papel más activo lo hemos encontrado en las series de ficción, pero allí el protagonismo de los niños y niñas está lleno de connotaciones negativas y problemáticas y siempre entran en conflicto con el mundo adulto. La representación de infancia en los medios analizados durante el periodo de observación se aleja bastante de la construcción de los niños y adolescentes como sujetos de derecho y como ciudadanos en formación. Los temas vitales para la infancia se espectacularizan o bien se convierten en temas de consumo, como ocurre con el caso de la salud.

Es importante anotar que en los dramatizados, si bien la intención de muchos es mostrar la realidad de los jóvenes frente al medio social adverso de nuestro país, lo que encontramos es una representación estereotipada de joven que dista mucho de reflejar las necesidades, gustos, carácter y situación de la juventud actual.

Lo que los discursos mediáticos ocultan, lo que queda velado, cuando se hace evidente, da la posibilidad de enriquecer el panorama comunicativo y reconocer la diversidad y multiplicidad de actores y escenarios sociales.

Ser visible y tener voz es estar vivo, pertenecer a la historia, y también posibilita el respeto a las diferentes identidades y el cambio de percepción sobre cada una de ellas.

Pero la pantalla puede decir aún más. Si bien esto nos lleva directamente al uso educativo de la televisión y de los medios, debe entenderse la posibilidad formativa no como transmisión de datos y de información sino como punto de apoyo para remover viejas estructuras de dominación y gastadas hegemonías que construyen enemigos, desconfianzas; imposibilitan la convivencia y cierran las vías para la reconciliación.

5. PANTALLA QUE CONSTRUYE IDENTIDAD

Para apoyar la generación de cambio y la construcción de sentido en la sociedad no sólo se debe aprovechar el potencial de identificación de los medios sino su capacidad de formular preguntas interesantes. El lenguaje audiovisual, con su potencial para entretener y atrapar la atención y con su comprobada influencia sobre los gustos, necesidades y preferencias de la audiencia, tiene también la posibilidad de plantear de manera efectiva preguntas significativas que motiven al debate y la argumentación en el plano cognitivo y a la resolución de dilemas en el plano moral.



La construcción de la identidad desde la teoría del desarrollo moral de Kohlberg (1981) dibuja un continuo en el cual el individuo pasa de un primer estadio egocéntrico al estadio más avanzado en el cual la descentración permite considerar los motivos y necesidades de los demás. Y construir las normas de convivencia que respetan esos motivos y necesidades como algo propio, un componente de la personalidad, superando el entendimiento de la norma como algo impuesto por un poder central y superior.

El paso del egocentrismo a la construcción de este juicio moral se da gracias a desequilibrios creados en los individuos por los dilemas morales: problemas éticos que se deben resolver para lograr de nuevo el equilibrio. Según el estadio de desarrollo moral en que se encuentre, el sujeto logrará, en mayor o menor medida, equilibrar sus deseos con el respeto a los de los demás y a las normas de convivencia.

Estos dilemas, interrogantes bien planteados, se pueden ayudar a generar en la representación polifónica de la sociedad en las pantallas. La misma pantalla debe mostrar la complejidad del mundo social y las múltiples maneras de ser persona o ciudadano, pero esa muestra, más que una solución discursiva enunciativa, cerrada y moralizante debe ser un relato inacabado que impulse a la audiencia a completar, a darle más definición y nitidez a la pantalla. De esta manera la imagen que aparece en ella es más que un reflejo de lo social; pasa a ser una recreación y reconstrucción de lo real con interrogantes que permiten múltiples respuestas y que admiten la contradicción.

La realidad así construida en la pantalla podría ser el vehículo del cambio social, aportando los elementos para el desarrollo de la identidad, que ya se señalaron arriba; para el respeto a lo diferente, y para la aceptación de lo incierto como fundamento de la búsqueda de sentido y de la edificación del futuro.

6. ANTILÓGICA DE PRODUCCIÓN

Con una orientación coincidente con estas últimas afirmaciones se construyó en la productora de televisión de la Universidad Nacional de Colombia (UNTV), en asocio con el Instituto de Investigación y Desarrollo Educativo y Pedagógico (IDEP), un proyecto de apoyo a la formación en valores y ciudadanía desde la televisión y los medios audiovisuales.

El propósito fundamental de este proyecto es diseñar un espacio de televisión sobre formación ciudadana para jóvenes y, en el camino hacia este propósito, validar una metodología de investigación para la realización de productos de televisión educativa. El proyecto partió de un proceso de investigación sobre los significados que tiene ser joven en la ciudad de Bogotá que consistió en levantar un estado de la cuestión con base en las investigaciones e investigadores sobre esta temática en la ciudad. Gracias a los resultados de este proceso se determinaron unas áreas conceptuales para una serie de televisión compuesta por 52 capítulos de media hora de duración. Estas áreas son: participación, diversidad, reconciliación y solidaridad; la orientación educativa del proyecto responde al presupuesto de escuela – ciudad – escuela, según el cual la ciudad aprende de la escuela y visceversa.





Para el diseño de la serie, el proyecto se propuso impulsar la validación de una metodología y un formato de producción que coincidiera con los objetivos principales y los resultados de la investigación. Para tal efecto se conformó un grupo de realización compuesto por los realizadores, investigadores de campo, la directora general, la directora conceptual y dos asesores pedagógicos, uno de los cuales era yo.

Este grupo se puso la tarea de presentar historias de vida de personas jóvenes de la ciudad en un formato audiovisual innovador y con una forma de relato documental que mezclara diferentes fragmentos de los personajes en diferentes técnicas y maneras de presentación. Los personajes son jóvenes de estratos populares de la ciudad, con aspiraciones y proyectos de vida y con historias diferentes a la del héroe del relato habitual. Son héroes que batallan contra la adversidad y que al mostrar lo que aprenden de su relación con la ciudad, enseñan diversas maneras de asumir la ciudadanía, aún en edades en las cuales esta no es reconocida por la política convencional.

Esta característica ha hecho que la rutina de producción también esté, de alguna manera tergiversada, para cada capítulo de la serie se definen unos objetivos pedagógicos y narrativos; de acuerdo con esos objetivos unos perfiles ideales de personajes, y de acuerdo con los perfiles, el equipo de investigación tienen la tarea de encontrar los personajes en la ciudad. Una vez encontrados, el equipo de realización, producción y postproducción se encarga de contar las historias de una manera ágil con referentes estéticos propios de la cultura y la identidad de los protagonistas.

El formato fragmentado y la estrategia de narración fueron validados en varias reuniones con un comité asesor de jóvenes que ayudó a conservar la coherencia con la edad del público objetivo.

La serie se llama «Banderas en Marte»; hasta el momento se ha realizado un capítulo piloto que fue seleccionado en el concurso de mejores prácticas de UNESCO de 2005. El proceso de realización de la serie arrancará en abril de este año.

La cristalización de las intuiciones iniciales expuestas en este artículo con este proyecto de creación evidencia que sí es posible realizar medios de calidad e interés público para jóvenes y niños; sobre temas tan difíciles y duros como los valores y los derechos humanos. Por supuesto este es un motivo de satisfacción personal para mí, y mucho más lo va a ser formar parte del equipo de investigación y guiones de los siguientes capítulos.

7. ÚLTIMA PALABRA

Hay en el tipo de experiencias que brevemente he relatado a lo largo de estas páginas un componente que es difícil de describir pero que vale la pena mencionar. Es bien reconocida la importancia, tanto para la investigación como para la realización audiovisual de la conformación de equipos de trabajo interdisciplinarios.

Tanto en la investigación «Conocer para intervenir» como en el proyecto «Banderas en Marte», el equipo de trabajo ha sido la parte fundamental. Pero no



sólo porque sea equipo ni sólo porque sea interdisciplinario. En ambos casos, los lazos afectivos, de camaradería y amistad han hecho mucho más enriquecedor el trabajo para cada uno de los participantes.

Mi ganancia con todo esto ha sido confirmar la sospecha de que cuando uno se dispone a construir mundos y realidades entra en un viaje en el que encuentra otros que lo ayudan a reconstruirse a uno mismo. La importancia de los procesos de investigación, es cada vez menos pretenciosa y académica y se deja atravesar con más desparpajo por los lazos afectivos. Puede ser que la investigación y la creación consistan simplemente en cumplir la tarea de hacer amigos.

REFERENCIAS

- KOHLBERG, L. (1981): *The philosophy of moral development: moral stages and the idea of justice*. London, Harpercollins.
- MACHADO, A. (2004): «Muchas voces y todos los ecos en el jardín –identidad y multiculturalismo», Conferencia en 4ª Cumbre Mundial de Medios para la Infancia y la Adolescencia. Río de Janeiro, en *La iniciativa de Comunicación* (www.comminit.com/la/pensamientoestrategico/lasth/lasld-864.html)
- MARTÍN-BARBERO, J. (2002): «Jóvenes: comunicación e identidad», en *La Iniciativa de Comunicación* (www.comminit.com/la/tendencias/lact/lasld-114.html).
- MORIN, E. (1994): *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona, Gedisa.
- REGUILLO, R. (2002): «Entrevista», en *La Iniciativa de Comunicación* (www.comminit.com/la/entrevistas/laint/entrevistas-75.html).

