

**Medios, infancias y derechos:
la construcción de nuevos sentidos políticos
estratégicos para el ejercicio de la ciudadanía**

**Media, childhood and rights:
the construction of new strategic political meanings
for the exercise of citizenship**

Cielo Salviolo
Directora Canal Pakapaka
E-mail: cielosalviolo@cpse.gob.ar

Fecha de recepción: 25 de Noviembre 2023 • Aceptado: 11 de Diciembre 2023

SALVIOLO, C (2023). Medios, infancias y derechos: la construcción de nuevos sentidos políticos estratégicos para el ejercicio de la ciudadanía *Virtualidad, Educación y Ciencia*, 26 (14), pp. 63-80.

Resumen

Pensar hoy las infancias y adolescencias exige tener en cuenta el lugar que ocupan en la sociedad, su estatus político y ciudadano, su visibilidad social, su inclusión o exclusión de la agenda de las políticas públicas y el ejercicio de sus derechos comunicacionales. Disfrutar de contenidos de calidad, participar en el diseño de esos contenidos, ser representados y representadas de manera honesta y respetuosa, opinar y decidir sobre los asuntos que le atañen y que sus voces y miradas estén presentes en los medios audiovisuales y digitales amplían sus capacidades de contribuir a lo común y enriquecen la vida de toda la sociedad. Este artículo explora cómo hacer efectivo el derecho a la comunicación y, también, cómo ello exige que el Estado desarrolle políticas de equidad que garanticen el reconocimiento social y cultural de todas las sensibilidades y narrativas.

Palabras clave: medios; infancias; derechos; televisión; comunicación

Abstract

Thinking about childhood and adolescence today requires taking into account the place they occupy in society, their political and citizen status, their social visibility, their inclusion or exclusion from the public policy agenda and the exercise of their communication rights. This segment of the population does not have instances of social representation, it is not considered a social actor on par with the others, with its ability to contribute to the group that it integrates and to get involved, give its opinion and decide on matters that concern it. For this reason, this article refers to how to make the right to communication effective and, also, how it requires the State to develop equity policies that guarantee the social and cultural recognition of all sensitivities and narratives.

Keywords: media; childhood; rights; television; communication

Pensar hoy las infancias y adolescencias exige tener en cuenta el lugar que los niños y las niñas tienen en la sociedad, su estatus político y ciudadano, su visibilidad social, su inclusión o exclusión de la agenda de las políticas públicas y el ejercicio de sus derechos comunicacionales. Ningún actor político, social o económico del país podría pensar, en estos tiempos, sus estrategias de inserción en la sociedad y de defensa de sus derechos, sin tomar en cuenta la necesidad de tener una voz propia para comunicarse con la sociedad a la que pertenece.

La evolución de los modos y los instrumentos de interacción humana permite ver que la comunicación de los medios masivos es uno de los recursos principales, tanto por su importancia para acceder a la información, como por la necesidad —obvia— de conseguir un espacio imprescindible para generar y dar a conocer voces y opiniones (Muleiro, 2013).

Más aún: si reconocemos que lo propio de la ciudadanía es que está asociada al “reconocimiento recíproco”, esto es, al derecho de informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, será importante pensar las decisiones que conciernen a lo colectivo. La desposesión del derecho a ser visto y oído, que equivale al derecho de existir y contar socialmente tanto en el terreno de lo individual como en el de lo colectivo, es una forma de exclusión. Una de las prioridades de nuestras sociedades, para profundizar la vida democrática, es fortalecer los derechos a la participación y a la comunicación desde las infancias: de ese modo funcionan como una puerta de entrada para el ejercicio de otros derechos humanos.

Las niñas y los niños no tienen las mismas oportunidades ni los mismos recursos que otros grupos sociales para intervenir en la vida pública. Por lo general, no se los toma en cuenta a la hora de hacer aportes a la sociedad a la que pertenecen, incluso cuando se trata de los temas que, de manera más estrecha, les conciernen. Este segmento de la población, prácticamente, no tiene instancias de representación social. No se lo considera un actor social en paridad con los demás, con su capacidad de contribuir al conjunto que integra e involucrarse, opinar y decidir sobre los asuntos que le atañen. Por este motivo, hacer efectivo el derecho a la comunicación exige que el Estado desarrolle políticas de equidad, que garanticen el reconocimiento social y cultural de todas las sensibilidades y narrativas.

En ese sentido, el rol de los medios de comunicación audiovisuales y digitales es clave. Las imágenes no solo nos rodean: también nos configuran. Forman parte del proceso cultural, constituyen nuestro universo simbólico y, también, pertenecen a nuestra realidad interna, es decir, a nuestra subjetividad (Ardèvol y Muntañola, 2004).

Los medios nombran, visibilizan, interpelan y construyen representaciones sobre las infancias y las adolescencias. Esas imágenes, esas formas en que la infancia se hace visible, indican modos de presencia de las niñas y los niños en la sociedad (que tienen impacto en las subjetividades infantiles). Los medios de comunicación reproducen y refuerzan ciertas ideas predominantes sobre qué implica ser niño o niña y, además, qué se espera de ellos. Quizás, las representaciones más fácilmente identificables sean aquellas que se construyen en las noticias dirigidas a la audiencia adulta. En estas, las niñas, los niños y los adolescentes suelen estar invisibilizados, representados como víctimas o victimarios de hechos violentos. Se los retrata con una mirada compasiva o, bien, como una amenaza que es necesario “controlar” cuando pertenecen a un sector de bajos recursos económicos.

Sin embargo, al mismo tiempo, los medios de comunicación producen sentido, en particular a través de los modos en que interpelan a la audiencia y los contratos que establecen con ella cuando

diseñan y programan los contenidos. Las infancias son parte del entramado simbólico que desarrollan los medios de comunicación: las interfaces digitales, los videojuegos, las redes y los múltiples espacios públicos y privados de “participación” en los cuales construyen hoy sus identidades y sus vínculos.

Las niñas y los niños habitan espacios físicos, presenciales, pero también espacios virtuales y mediáticos. Transitan experiencias en un continuum, en línea y fuera de internet sin hacer distinciones ni establecer fronteras claras. La televisión analógica e interactiva, los videojuegos y la simulación virtual, las redes sociales, las búsquedas y recorridos en la nube o en internet, las aplicaciones de celulares y tabletas, y las variantes de la web participativa conviven y se entrelazan: constituyen un entorno cultural fluido —muchas veces vinculado al consumo— donde las niñas y los niños tienen experiencias significativas.

En este momento histórico y cultural, la lucha por el reconocimiento de las infancias también se da en los espacios virtuales, contiguos a los espacios físicos donde se desenvuelven de manera cotidiana.

En este sentido, observamos que las chicas y los chicos están presentes en los espacios digitales, se apropian de sus prácticas sociales, les confieren significado dentro y fuera la red y producen ese continuo fluido, que pasa de la conexión a la desconexión, que tiene un lugar central en sus vidas.

Por su parte, en la escuela, las infancias contemporáneas arreglan encuentros para jugar en red, o bien conversan e intercambian sus opiniones y evaluaciones sobre videojuegos. Así, en cuanto espacios convocantes de fuerte visibilidad, se erigen también como lugares donde se reconfigura la relación entre lo público y lo privado también para las infancias.

Este artículo se propone hacer un aporte al análisis de estos cruces entre infancias, representaciones y comunicación, desde una perspectiva de derechos que contempla las conflictividades de esos vínculos. Esas relaciones, de diversa índole, también abren posibilidades y oportunidades para visibilizar y representar a las infancias, promover su participación, y estimular la creatividad y el pensamiento crítico.

La comunicación como derecho

El reconocimiento de los derechos de las niñas, los niños y los adolescentes es el resultado de un largo proceso que se fue consolidando al calor de la evolución de las relaciones entre el mundo adulto y las infancias. Sin embargo, ese reconocimiento no se produjo, a lo largo del tiempo, de manera uniforme o pareja.

Las primeras luchas en el campo de los derechos pusieron en agenda, entre sus objetivos prioritarios la educación, la salud, la vivienda, la identidad, la no discriminación. Quizás porque, probablemente, en nuestras sociedades y en el mundo adulto resultaba más fácil aceptar aquellos derechos que Philippe Meirieu (2010) denomina “derechos créditos”.

Meirieu refiere a los “derechos créditos” como aquellos derechos que implican obligaciones para los adultos (para la sociedad y el Estado): derecho a un nombre y a una nacionalidad, a conocer a los padres, a tener una familia, a la educación, a la alimentación, a la vivienda, a la salud, a cuidados especiales, a la protección contra toda forma de violencia y explotación. y a las garantías judiciales en

caso de una infracción de la ley penal. Se trata, sin dudas, de un reconocimiento que las sociedades aceptaron con una mayor facilidad, lo que no significa que en la práctica se garantice su acceso o su ejercicio. Es decir, una buena parte del problema conlleva las divergencias, por un lado, entre el reconocimiento de los derechos y, por otro, su cumplimiento efectivo.

Sin embargo, los “derechos-libertades”, es decir, aquellos que les reconocen a las niñas, los niños y los adolescentes la posibilidad de ejercer por sí mismos varias libertades, que les permiten incidir en el mundo y actuar por sí mismos, plantean más dificultades a la hora de reconocerlos, aceptarlos y ponerlos en práctica. Podemos ubicar, en este grupo, al derecho a la libertad de pensamiento, de asociación y reunión; a ser escuchados y expresar opiniones libremente; a buscar, recibir y difundir informaciones de todo tipo; a compartir con el mundo ideas que la sociedad debería tener en cuenta.

Tal como señalan Silva Baleiro y Perdernera (2007), pensar la infancia y pensar con la infancia no solo remite a una mirada simbólica de problemas, carencias, ausencias o faltas, aquello que debe protegerse o solucionarse. También implica ubicarse en el terreno de la posibilidad de producir, participar y hacer aportes por parte de las niñas, los niños y los adolescentes, de su capacidad de acción en las relaciones familiares y sociales, en su interacción con el mundo, en la producción simbólica de una comunidad, en la producción de cultura.

Pensar las infancias hoy en clave de derechos implica analizar el efecto de estos derechos en la vida cotidiana, reflexionar sobre sus capacidades de acción, participación, visibilidad y transformación como actores sociales y productores de cultura en las comunidades que integran.

Por todo esto, es preciso mencionar algunas preguntas-clave que emergen para el debate, a la luz de esta dificultad de nuestras sociedades para reconocer los derechos de las niñas y los niños, y que se vinculan directamente con su capacidad de influir y afectar a otros mediante el pensamiento, es decir, con las ideas, los derechos que remiten a su participación social y política: ¿qué pueden los niños?, ¿cuál es la dimensión de su participación?, ¿cuál es su capacidad real para actuar y producir efectos concretos?, ¿qué tan auténtica es su participación en los medios de comunicación y en los espacios digitales?, ¿qué derechos tienen en esos espacios digitales?

Estas preguntas adquieren una nueva potencia y una dimensión en el contexto actual de explosión de las redes sociales y espacios digitales donde participan las infancias que exige repensar el ejercicio de la participación.

Las personas adultas precisamos preguntarnos por el reconocimiento de esas potencias en nuestra interacción con los niños y las niñas y, en particular, por las condiciones que proporcionamos o no para que se desarrollen.

¿Hasta qué punto las personas adultas nos sentimos interpeladas por los chicos y las chicas en nuestros vínculos cotidianos como padres, madres, familiares, educadores, cuidadores, promotores de derechos, operadores sociales, enfermeras, pediatras?, ¿cuál es la participación real de los chicos y las chicas en la escuela, la familia, las organizaciones sociales, culturales o religiosas?, ¿cuánto se los ve y se los escucha en los medios de comunicación?, y, por último, ¿qué formas adquiere hoy esa visibilidad?

Una mirada a los productos culturales

Es aquí donde las propuestas audiovisuales y digitales pensadas para las infancias pueden marcar la diferencia tanto en el plano de la producción como en el de la apropiación y la interpelación a la infancia. Una mirada sobre los productos culturales que están a disposición de las niñas y los niños puede decirnos mucho sobre los modos en que la cultura los interpela.

Reconocer que la participación en la cultura es un derecho de todos los grupos sociales y en particular de las infancias supone, desde esta perspectiva, pensar a las chicas y los chicos como sujetos sociales, seres históricos que participan de la producción cultural, dialogan desde ese lugar con otros actores sociales y, en ese proceso, se inscriben en la sociedad como todos los ciudadanos y las ciudadanas.

Fundamentalmente, implica que no es posible pensar la cultura sin su participación, su mirada ni sus aportes. Tal como plantea Gaitán Muñoz (2006), “prescindiendo de la infancia se observa solamente una parte del conjunto, mientras que asumiendo la existencia de la infancia como grupo social es posible analizar las relaciones de poder e intercambio que se producen entre ella y la sociedad adulta, la distribución generacional de roles, la atribución diferenciada de recursos sociales, así como los conflictos de intereses que se producen en consecuencia de todo ello”.

Hace unos años pensábamos cómo garantizar el derecho a la comunicación y a la participación de las infancias desde y con la televisión como medio predominante: hoy, ese escenario, incluye redes sociales, interfaces digitales, plataformas y videojuegos, en un contexto donde el acceso a contenidos, dispositivos y conectividad es profundamente desigual.

Las infancias en escena

Las infancias interactúan hoy en su vida cotidiana, en entornos digitales y audiovisuales donde configuran sus maneras de ser y estar en el mundo de forma heterogénea y con diferentes oportunidades de acceso, porque el reparto de bienes simbólicos y materiales también es desigual en este aspecto.

Los celulares, las redes, los videojuegos, las tabletas, la televisión —y las posibilidades de interactividad de cada uno de estos soportes— brindan, a las chicas y los chicos que pueden acceder a estos dispositivos, nuevas experiencias de lo cotidiano, espacios de visibilidad para conformar sus identidades que, a su vez, reconfiguran sus formas de sociabilidad. Sus construcciones operan, con fuerza, en la definición acerca de qué es ser niño o niña, qué se espera de ellos y ellas, y los modos en que el mundo adulto se relaciona con las infancias.

Las pantallas de Disney Channel, Cartoon Network, Pakapaka o Discovery Kids, los canales de YouTube, TikTok, los perfiles de Instagram o los videojuegos como Minecraft, Just Dance, Fortnite o Free Fire, entre otras opciones, crean maneras de representar y percibir el mundo, ponen en circulación imágenes y relatos, generan nuevas formas de comunicarse y establecer vínculos con los otros y nuevos espacios de sociabilidad y visibilidad para quienes los usan. Las identidades creadas en la red construyen sentidos de pertenencia y elaboran un nuevo “común” que les permite conocer a otros/as, interactuar y crear “cultura” tanto dentro como fuera como dentro del universo digital.

En este contexto, las nuevas infancias y juventudes habitan —gran parte del día— los espacios

Las desigualdades

Sin embargo, estos procesos y posibilidades no se dan —de la misma manera— para todas las personas, ya que no todas ni todos tienen las mismas oportunidades. Este entramado simbólico de contenidos ludificados, canales de YouTube y experiencias de “participación” en la red, conviven con una inmensa porción de la población que no tiene conectividad ni acceso a dispositivos móviles.

Imagen 2: Imagen recibida por el programa educativo *Seguimos Educando*, emitido en la Televisión Pública y Pakapaka en 2020.



Fuente: Archivo institucional del Canal Paka Paka

La revolución digital no llega de la misma manera a todas las infancias. Una gran cantidad de chicas y chicos no accede a ningún tipo de tecnología —cabe, sin dudas, una reflexión urgente sobre la brecha digital—: “La brecha digital ya no es meramente una cuestión de acceso a equipos: también tiene que ver con la calidad del equipo (y de las conexiones a internet) y con las habilidades y el ‘capital cultural’ que se requieren para usarlo” (Buckingham, 2008).

Por ese motivo, y aunque en algunas ocasiones suene trillado volver a mencionarlo, es necesario remarcar que los contextos sociales, económicos y culturales condicionan no solo las posibilidades de acceso a dispositivos y conectividad, sino también las posibilidades de visibilización, participación y opinión de las chicas y los chicos en el espacio público. Sin contar, además, que inciden en las representaciones que construyen los medios de comunicación sobre las infancias.

No se trata solo de la inequidad en el acceso a dispositivos tecnológicos o a una conexión a internet de calidad: también referimos a un entramado de variables que determinan la experiencia. Es decir, desde con quiénes se comparte el dispositivo, dónde puede usarse, si ese uso está mediado o no por una mirada adulta, si son familiares o no los contenidos que aparecen en esas pantallas, si la niña o el niño reconoce los riesgos y los peligros que conlleva el espacio virtual.

En 2020, la pandemia de COVID-19 reveló, por ejemplo, que el 18 por ciento de los adolescentes de Argentina no cuenta con internet en su hogar y el 37 por ciento no tiene una computadora disponible para hacer trabajos escolares. Entre las familias beneficiarias de la Asignación Universal

por Hijo (AUH), la brecha se profundiza aún más: el 28 por ciento de los consultados no tiene internet y el 53 por ciento estudia sin computadora (UNICEF, 2020).

La representación de las niñas y los niños como personas autónomas con capacidad de decisión

Ya mencionamos anteriormente que los canales de televisión infantiles, los contenidos de YouTube, los perfiles de Instagram y los videojuegos conforman un entramado cultural diverso atravesado por representaciones de las infancias, las clases sociales y los géneros que en algunos casos son sutiles y, en otros, más evidentes.

El mercado y las pantallas han sido y son grandes aliados; podemos observar este fenómeno tanto en las publicidades de los canales infantiles o las series realizadas para vender un juguete, hasta en los contenidos unboxing de las redes sociales (aquellos donde el YouTuber abre cajas o paquetes para presentarlos ante el público espectador).

En estos tiempos, el mercado también se fue adaptando. De hecho, construyó modos más eficaces de interpelar a las niñas y los niños como consumidores y hoy abundan, en canales de YouTube, una serie de contenidos hechos enteramente con juguetes. En general, se trata de videos enfocados por completo en los productos, donde se describen tamaños, texturas y funciones de los juguetes o se crean historias a partir de estos.

El exceso de publicidades en las aplicaciones y los juegos también entrena a las chicas y los chicos en el consumo. El mercado promueve espacios audiovisuales y digitales para que las nuevas generaciones tengan autonomía y decisión sobre sus consumos y, por esto mismo, los constituye en protagonistas. Pero ese protagonismo está asociado, en estos casos, casi exclusivamente a decidir sobre sus propios consumos (sin la mediación de un adulto o adulta).

Imagen 3: Canal de YouTube Andre Se Hace Gamer



Fuente: Captura de pantalla. Elaboración propia

El canal de Youtube Andre se hace Gamer tiene 6.5 millones de suscriptores (septiembre 2022).

Imagen 4: Canal de YouTube Mejores Juguetes



Fuente: Captura de pantalla. Elaboración propia

El canal de youtube Mejores Juguetes tiene 10,8 millones de suscriptores. (septiembre 2022)

La construcción de los géneros

En los últimos años, los contenidos audiovisuales infantiles han dado pasos interesantes hacia la inclusión de la perspectiva de género. Disney, por ejemplo, fue modificando los relatos tradicionales: la narración ya no gira en torno a princesas que necesitan de un príncipe que las rescata de sus penosas vidas, las salve y las despose. Las nuevas princesas que propone el emblemático canal son fuertes, valientes, ágiles, seguras, amigables e imperfectas.

Los valores “propios” de la masculinidad y la feminidad comienzan a entrelazarse de un modo más democrático. Las princesas de las películas comenzaron a expandir sus posibilidades: ahora, nos encontramos con heroínas que se salen de los roles convencionales que las ataban a una larga espera del “amor verdadero” encerradas en una torre o sumergidas en ensueños.

Las protagonistas de *Frozen* (2013) y *Frozen 2* (2019) son representativas, en este sentido, de estos cambios: se trata de dos personajes femeninos fuertes, heroínas capaces de controlar la situación, tener sus propias metas, pensar por sí mismas y tomar sus propias decisiones, aún cuando entran en conflicto con sus propias historias o tradiciones. En estos filmes, el amor fraternal y el amor propio tienen más protagonismo que el amor romántico.

Por todo esto, desde las princesas de los cuentos tradicionales representadas por Disney – como Blancanieves, Cenicienta, Aurora y Ariel (sumisas, amas de casa, ingenuas, vulnerables, y cuya única motivación primera era el amor)— se pasó a otra serie de modelos y protagonistas como la mencionada *Frozen* o bien la protagonista de la serie *Medialuna y las noches mágicas* (2012-2015), que emite la señal infantil Pakapaka.

Esto significa que, hoy, en el repertorio cultural de las infancias argentinas, estas princesas de

Disney conviven también con Juana Azurduy –arraigada en el universo cultural de las infancias a través de la serie La asombrosa excursión de Zamba (2010- presente)—en la señal infantil Pakapaka.

Imagen 5: La asombrosa excursión de Zamba con Juana Azurduy



Fuente: Archivo institucional del Canal Paka Paka

Imagen 6: "El río de la risa", capítulo de Medialuna y las noches mágicas



Fuente: Archivo institucional del Canal Paka Paka

Medialuna es una princesa aventurera, exploradora. La serie se propuso poner en valor elementos de las culturas originarias de América Latina.

En el mundo de los videojuegos, la problemática de la representación de la feminidad es una de las más analizadas y debatidas tanto por el énfasis que estos entramados ponen en el cuerpo femenino representado sobre todo a través de sus rasgos sexuales, como por la escasez de protagonistas femeninas. La mujer en los videojuegos suele representarse como la “damisela en apuros” que necesita que el héroe la rescate.

Sin embargo, es preciso mencionar que esa situación también está mudando. En los últimos años, sobre todo de la mano de comunidades de mujeres desarrolladoras de software, se están haciendo esfuerzos visibles para hacer de los videojuegos un sector menos hostil para las mujeres, más abierto, más diverso y con perspectiva de género. Sin embargo, las representaciones de los personajes femeninos como accesorio o recompensa son —por ahora— los que predominan.

Los contenidos audiovisuales dirigidos a las infancias están experimentando, de a poco, con la representación de expresiones de género no binarias. En este sentido, aún hay varias cuestiones para explorar. Por un lado, es muy escasa la representación de personajes no binarios, transgénero o travestis. Por el otro, cuando aparecen, suelen estar asociados únicamente a conflictos relacionados con su género.

La ilusión de “la participación”

Hasta no hace demasiado tiempo, los programas de televisión interpelaban a las audiencias y les solicitaban que emitieran respuestas simulando con la posibilidad de ser escuchadas. Un caso icónico, quizás, de estas experiencias es la serie *Dora, la exploradora* (2000-2019). En este programa de televisión, la protagonista formulaba una serie de preguntas y les solicitaba a las chicas y los chicos que “gritaran” las respuestas desde sus casas, mientras ella esperaba —desde la pantalla— en posición de escucha.

Sin embargo, por estas horas, la participación y la interactividad cobran otras formas, menos engañosas o simuladas, y se despliegan con una fuerza inusitada en las redes sociales (para quienes pueden acceder y participar de estas). Entre “dar un like” (poner “me gusta” en una publicación) o producir un contenido o un mensaje y enviarlo a las redes, hay un gran abanico de posibilidades de participación, en algunos casos con una escasa o nula capacidad de producir un efecto concreto, más allá de la ilusión de participación que genera.

En la lógica comercial, la interactividad produce movimiento en el mundo de una marca. En ocasiones, esa participación está condicionada por la misma compra del producto o de un servicio que, a su vez, será el resultado del vínculo emocional que se genere entre el contenido y el consumidor en cuestión.

Si bien los recursos se van modernizando, los medios —la sociedad— aún tienen una deuda pendiente con la participación de las infancias en la creación de estos contenidos: en lo que respecta a la posibilidad real de incidir en lo que se ve en pantalla. Pero, sobre todo, la deuda o el desafío en lograr una democratización en el acceso seguro a las redes, donde hoy parecen concentrarse los movimientos participativos más fuertes de las infancias y las adolescencias.

La representación de la diversidad

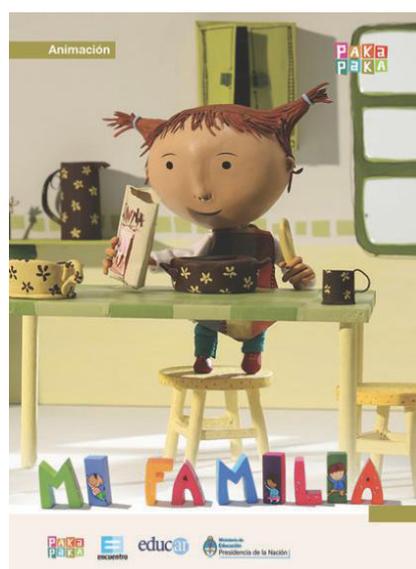
La experiencia de ser una niña o un niño en Argentina o bien en América Latina, difiere según los contextos sociales y culturales. La cultura infantil se caracteriza por la mixtura y la existencia de múltiples vivencias, con diferentes sustratos y estéticas diversas: el desafío de los medios audiovisuales, en general, y de la televisión, en particular, es transmitir al público esa multiplicidad de experiencias y sus manifestaciones para estimular, de ese modo, la posibilidad de ver las cosas desde otras perspectivas.

Las infancias contemporáneas son difíciles de representar si no nos proponemos comprenderlas en sus múltiples experiencias. Además, hay una enorme variedad de representaciones visuales que los medios de comunicación generan, en especial, que se transforman en signos universales y homogéneos, y que neutralizan —justamente— toda la diversidad. La mayor parte de las representaciones visuales de las chicas y los chicos que llevan adelante los medios masivos de comunicación son universalistas, dejan a un lado todo el espectro de la diversidad, los diferentes modos de ser una niña o un niño, un alumno o alumna, una hija o hijo, y, además, reducen sus múltiples formas de divertirse, aprender, sufrir, comunicarse y habitar el mundo que los rodea.

En esos modos esquemáticos y homogéneos de representación se corre el riesgo permanente de generar y producir estereotipos: esto suele suceder, por ejemplo, al mostrar el contexto socioeconómico y cultural de los personajes o protagonistas de un programa de televisión. En este aspecto y, casi sin distinción, es muy difícil encontrar configuraciones familiares y personajes — masculinos o femeninos— que no respondan al estereotipo de la clase media urbana. No solo eso: cuando aparecen personajes vinculados con contextos socioeconómicos desfavorables, siempre cumplen el propósito de tematizar la pobreza.

Uno de los grandes desafíos de los contenidos audiovisuales y digitales será, por esto, profundizar en la representación de la diversidad: visibilizar las diferentes formas de ser niño y niña para ponerlas en diálogo, para que las chicas y los chicos reconozcan las propias y conozcan otras distintas.

Imagen 7: Micros animados mi familia



Fuente: Archivo institucional del Canal Paka Paka

El juego como simulación de la vida¹

La variable del juego también atraviesa a las nuevas infancias con otros modos: de la noción de “juego”, acotado, en un determinado horario y lugar (“para jugar está el recreo”) se pasó a pensar el juego en todas las áreas de la vida. Esta nueva noción del juego como algo que todo lo permea fue denominada “ludificación”. Es decir, una adaptación —al español— de la palabra gamification (en inglés). El término, que surgió en los entornos digitales, generó la expectativa de dinámicas lúdicas, participativas e inmersivas en múltiples áreas de la vida.

Sin embargo, también, esa “ludificación” tiene su contracara: está teniendo un fuerte impacto en la redefinición del concepto de “juego” asociado al auge de los videojuegos de simulación. Esto ocurre porque muchos de los videojuegos que usan y comparten las nuevas generaciones siguen una lógica bélica, requieren la formación de equipos para ganar o lograr objetivos, obtener más poderes y matar a los adversarios. La idea de muerte simulada es fundamental, en esta experiencia, para llevar adelante esta aventura. Se juega sin pausa: es decir, quien deja de jugar pierde energía o, bien, la vida. También es posible que el clan o el equipo excluyan a quien interrumpe el juego. Esto se juega en línea y sin interrupción con un nuevo modo de juego llamado “batalla real” donde todos juegan contra todos y gana el último que sobrevive.

La desaparición de la pausa en los videojuegos actuales y las maratones de series son ejemplos concretos de una transformación de la cantidad de tiempo, energía y desgaste físico que exige el consumo de contenido digital. Al mismo tiempo, esas energías gastadas por un cuerpo conectado a una consola o un dispositivo digital se transforman en datos que luego monetizan las industrias de telecomunicaciones.

Otras apuestas

Desde hace algunos años, en diferentes regiones de América Latina, se inició una búsqueda por pensar y diseñar productos culturales para las infancias. De este modo, la industria audiovisual comenzó a crecer de manera sistemática, con los esfuerzos y voluntades de las políticas públicas que se desarrollaron en algunos países, y que, claro está, se sumaron a las apuestas que realizaron los canales, las productoras, las instituciones y los individuos preocupados por estas temáticas.

La explosión de contenidos audiovisuales en Brasil, Chile, Argentina, México, Cuba y Colombia da cuenta entonces de una tendencia y un estilo propiamente latinoamericano. Por todo esto, será necesario entender este estilo, esta forma de hacer, sentir y ver desde un concepto y un contexto propio, con las particularidades de la región, la sociedad y la cultura, teniendo en cuenta que se propone responder a las necesidades, gustos e intereses de las chicas y los chicos de América Latina. Quizás, aún, de modo desparejo, pero con contenidos con una identidad propia, tanto en lo que se refiere al concepto como a la estética.

La pionera TV Cultura, en Brasil; la señal infantil pública Pakapaka, en Argentina; Señal Colombia o Canal Once, en México, son algunos de los referentes de una televisión para las infancias que combina la calidad en la producción, los contenidos y las estéticas con el reconocimiento y la puesta

1 Si bien el mundo de las propuestas de juegos digitales es amplio y vasto hay algunas tendencias hegemónicas que marcan el escenario actual. Este apartado analiza algunas de ellas, sin pretensión de generalizar.

en valor de nuestros propios relatos. Se trata, justamente, de producciones audiovisuales que intentan establecer una conexión emocional con las chicas y los chicos de este lado del mundo.

Estas experiencias, sin dudas, comenzaron a instalar otros sentidos en los medios de comunicación acerca de qué significa ser un niño o una niña en América latina, y, además, generan otros modos de dialogar con las infancias, como audiencia, con el respeto por sus intereses, sus voces y sus demandas. En ese sentido, la señal infantil pública Pakapaka se inscribe en estas mismas demandas.

La experiencia de Pakapaka

Pakapaka (que significa “el juego de las escondidas” en quechua) surgió inicialmente como la franja infantil del Canal público y educativo “Encuentro”, pero nació como señal autónoma el 17 de septiembre de 2010 durante la gestión de Cristina Fernández de Kirchner en la Presidencia de la Nación y de Alberto Sileoni como Ministro de Educación.

Es el primer canal público y educativo para las infancias en Argentina con transmisión de 24 horas para niños y niñas de 2 a 12 años y con su creación y puesta en funcionamiento, el Estado Nacional cumplió con las normativas que establecen los derechos de la infancia y, en particular con la LSCA, creando espacios de visibilización y participación de niños y niñas desde una mirada federal, plural y multicultural.

Desde su génesis Pakapaka consideró algunos aspectos clave de la relación entre medios, infancias y derechos como ejes para construir la pantalla. Esto se traduce en una propuesta estética, artística y educativa con contenidos de alta calidad. En el siguiente apartado, mencionaremos algunos de los aspectos más relevantes:

El conocimiento y reconocimiento de las infancias

Pakapaka concibe las infancias como una forma de estar en el mundo, una relación particular con las cosas y con el entorno, con una intensidad y una fuerza especial, y no como una mera fase de transición hacia la vida adulta. Por este motivo, apuesta a que las chicas y los chicos conozcan —y reconozcan— en las pantallas toda la diversidad de experiencias infantiles: en sus casas, sus escuelas, sus calles, sus barrios, sus familias y sus grupos sociales para conocer sus intereses, inquietudes, dinámicas, emociones y alegrías, pero también para darles lugar a sus preocupaciones, sus conflictos, sus luchas, sus demandas y sus angustias.

Una mirada de los medios en clave de derechos

Todos las chicas y los chicos tienen derecho a disfrutar de contenidos de alta calidad que las y los entretengan, estimulen, diviertan, los ayuden a aprender, abran ventanas a la cultura de todos los sectores de nuestro país y, también, a nuevos mundos. Será importante que representen un aporte a la construcción de su identidad y su ciudadanía.

Pakapaka entiende que eso constituye un enorme desafío: es necesario imaginar y crear contenidos con propuestas, estéticas y formatos que reflejen otra concepción de las infancias, en lo que respecta a sus posibilidades y necesidades a partir de un respeto profundo por esta etapa de la vida; que apunten a enriquecer el mundo de las niñas y los niños; que las y los representen y contemplen sus perspectivas, voces, opiniones, capacidades, intereses y puntos de vista; que promuevan su integridad

y el respeto por la identidad; que fomenten la creatividad y despierten la curiosidad necesaria para investigar, experimentar y buscar el conocimiento.

La experiencia de este canal infantil da cuenta de este modo amplio e integral de pensar la relación entre las chicas, los chicos y las pantallas, al formular un discurso que visibiliza la niñez de una manera propia, donde convivan lo universal y lo particular, al acercarlos otros mundos con los cuales no están en contacto. Se trata de una televisión que además de los programas, plantea un modo de dirigirse a las infancias, quizás muy distinto del que se construye desde el mercado.

Pakapaka crea contenidos educativos que apoyan el proceso de aprendizaje en el aula y apuesta a la riqueza del lenguaje audiovisual (el uso del ritmo, la música, el color, las estructuras dramáticas) como herramienta al servicio de la función educativa y cultural que puede tener la televisión. De este modo, estimula el desarrollo de la capacidad de razonamiento y crítica de su audiencia promoviendo diálogos y debates constructivos entre culturas, generaciones y géneros diversos, y personas provenientes de distintos contextos sociales que reflejan una multiplicidad de modos de vida.

El canal también apuesta a recuperar la asociación entre lo educativo y lo poético; vincula el aprendizaje con la transmisión de emociones y sentimientos y con el despliegue de la imaginación. La educación está asociada con los afectos, el diálogo, el juego, las preguntas, el descubrimiento, la curiosidad y la investigación.

Por último, la señal promueve la educación a partir de una variedad de recursos (palabras, sonidos e imágenes) que permiten acercarse a otros diálogos, otros tiempos, otros temas y otras posibilidades para enriquecer los procesos de aprendizaje. Sus logros, su aceptación, su incorporación al repertorio cultural y educativo de las chicas y los chicos del país radica, precisamente, en que el canal entendió desde sus inicios la responsabilidad ética y política que implica diseñar contenidos audiovisuales infantiles como estrategia para expandir el mundo social y cultural de los niños y las niñas, garantizarles oportunidades para expresarse, participar y enriquecer sus experiencias.

imagen 8: Derechos de infancias



Fuente: Archivo institucional del Canal Paka Paka

La construcción de lo común

Los espacios donde buena parte de las nuevas generaciones circulan hoy son, en su mayoría, aquellos ofrecidos por corporaciones mediáticas contemporáneas: Google, Facebook, Twitter y las comunidades de videojuegos, entre muchas otras. Se trata de una serie de propuestas del mercado que ofrecen a las nuevas generaciones los recursos necesarios para crear, producir y expresarse. Si bien estas plataformas digitales se promueven como de acceso gratuito, no es realmente el caso, porque el uso comercial de los metadatos por parte del mercado es lo que en verdad hace posible esa gratuidad.

Pero, además, en esos entornos, no están todas las personas. Si lo público es el terreno de la lucha por el reconocimiento de la diversidad, con su variedad de narrativas, conflictos, demandas e intereses, ¿a quienes visibiliza este espacio “público” que ofrece el mercado? ¿Y cómo garantizamos los derechos de las chicas y los chicos en estos espacios? ¿Qué nuevos derechos tenemos que exigir en los entornos digitales?

Por otro lado, ¿cómo demandan el reconocimiento de sus voces y sus experiencias quienes no acceden a esos espacios? ¿Cómo ponen en escena sus conflictos, intereses, deseos, voces? Estas preguntas nos interpelan a quienes trabajamos en el campo de la comunicación y la cultura para y con las infancias, y nos desafían a construir otros sentidos políticos estratégicos desde la producción de contenidos. Esto implica repensar el espacio público en el que se mueven y se expresan las infancias.

Tenemos una responsabilidad ineludible: constituir un espacio público donde todas las personas se sientan representadas en una historia, un paisaje, un escenario, un personaje, una pregunta. Un espacio que reconozca y aloje todas las narrativas y experiencias. Dar cuenta de la multiplicidad de perspectivas y experiencias infantiles es un acto político que repone lo común e invita a pensar lo colectivo con las infancias al poner en escena sus preguntas, demandas, angustias y alegrías. Pensar lo colectivo significa desarrollar experiencias y productos culturales para todas las maneras de ser niño o niña, abordar los objetos culturales como lugares de conexión con las infancias.

Nos desafía el contexto, nos desafían las infancias. Las chicas y los chicos demandan experiencias significativas que construyan memoria, sentidos y marcas, que los y las acompañen en el proceso de crecimiento y expandan sus repertorios culturales y estéticos. Las infancias requieren contenidos en los que sean protagonistas, que reafirmen en las redes y en las pantallas de televisión sus formas ver el mundo. Sus preguntas, sensaciones y emociones inciden en la construcción de la realidad y la transforman, es decir, tienen un impacto real. No solo en su propio mundo, sino el mundo que nos pertenece a todos y todas.

Para hacer públicas sus ideas y sus perspectivas, es necesario que todos los sujetos sociales tengan acceso a espacios en los que puedan producir sentidos que los conformen y los posicionen como grupos influyentes en la toma de decisiones sobre la vida en común. Esto demanda que las personas adultas garanticemos las condiciones para que las chicas y los chicos encuentren en las pantallas y en las redes espacios de participación pero, de manera fundamental, de escucha, como ejercicio de construcción de ciudadanía.

Referencias bibliográficas

ARDÉVOL, E., MUNTAÑOLA, N. (Coord.) (2004). Representación y cultura audiovisual en la sociedad

- contemporánea. Barcelona: Editorial UOC.
- ARIES, P. (1987). *El niño y la vida familiar en el Antiguo Régimen*. Madrid: Taurus.
- BALERIO, D. y PEDERNERA, L. El protagonismo de las infancias y las adolescencias. Recuperado de Bustelo, E. (2007). *El recreo de la infancia. Argumentos para otro comienzo*. Buenos Aires, Editorial Siglo XXI.
- BARATTA, A. (1999). *Infancia y democracia. En derecho a tener derecho. Infancia, derecho y políticas sociales en América Latina*, t. 4. Montevideo: UNICEF, pp. 207-236.
- BARBERO, J. M. (2001). *Claves de debate/ televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención*. Bogotá: Fes-Prometeo.
- BENEDICTO, J. (2003). *Infancia y juventud: nuevos sujetos de ciudadanía. Un reto para la sociología de la infancia*. En *Red por los Derechos de la Infancia*. En línea http://www.derechosinfancia.org.mx/Temas/temas_sociologia2.htm (01/08/2013)
- BUSTELO, E. (2007). *El recreo de la infancia. Argumentos para otro comienzo*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- CARLI, S. (1999). *De la familia a la escuela: infancia, socialización y subjetividad*. Buenos Aires: Santillana.
- CARLI, S. (2009). *La cuestión de la infancia en América Latina: tiempo pasado, tiempo presente. Los dilemas de la educación contemporánea*. Conferencia presentada en: *Coloquio Infancia*. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas
- COREA, C., LEWKOWICZ, I. (1999). *¿Se acabó la infancia? Ensayo sobre la destitución de la niñez*. Buenos Aires: Lumen Humanitas.
- DI PALMA, C (2020). *La pantalla no es un juego*. Revista Kine. En línea <https://www.revistakine.com.ar/la-pantalla-no-es-un-juego/> (1/10/2022).
- GATTÁN MUÑOZ, L. (2006). *La nueva sociología de la infancia. Aportaciones de una mirada distinta*. En *Política y Sociedad*, vol. 43 (1), pp. 9-26.
- GÖTZ, M. y LEMISH, D. (2012). *Sexy Girls, Heroes and Funny Losers. Gender Representations in Children's TV around the World*. Frankfurt: Peter Lang.
- MEIRIEU, P. (2010). *Una llamada de atención*. Barcelona: Planeta.
- MULEIRO, H. (2013). *Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia*. Buenos Aires: UNICEF, AFSCA, Defensoría del Público.
- RAMOS, P. y TORRES, A. (comp.) (2008). *El audiovisual y la niñez*. La Habana: ICAI.
- UNICEF (2020). *Encuesta de percepción y actitudes de la población. Impacto de la pandemia y las medidas adoptadas por el gobierno sobre la vida cotidiana de niñas, niños y adolescentes*. Buenos Aires: UNICEF. En línea <https://www.unicef.org/argentina/media/8056/file/Covid19-EncuestaRapida-InformeEducacion.pdf> (1/10/2022).