



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

La construcción social de la niñez

Brenda Marques dos Santos

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 3, N.º 1, diciembre 2017

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

La construcción social de la niñez

Brenda Marques dos Santos

breen.16.94@gmail.com

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Pensar a la Niñez desde una *perspectiva sociocultural* implica reconocer su carácter de construcción social y variable en términos históricos, que está en puja permanente (George H. Mead, 1982; Berger y Luckmann 1968; James y Prout, 1997). Las representaciones de cada sociedad determinan de qué es ser niño/a y cómo deber ser, sus identidades y comportamientos, sus prácticas, las cuales varían histórica y socialmente.

En la actualidad, pensar a la niñez significa interpretarla a la luz de las transformaciones culturales que se fueron produciendo en las últimas décadas. Estos cambios significaron unas profundas modificaciones en los lazos sociales y los procesos de socialización.

En la configuración de la niñez se produjo una ruptura significativa con la concepción de la modernidad sobre esta etapa, transformándose así los modos de percibir, ser y estar en el universo simbólico de la niñez.

El siglo xx fue llamado como el siglo de los *derechos del niño*, uno de los hechos que consolidó esta ruptura fue la formulación de *La Convención de los Derechos del Niño* (1989) la cual mantiene jerarquía constitucional en el país, y en la mayoría de los países de Latinoamérica. Este Tratado Internacional cambió el paradigma normativo y conceptual del cual se concebía la niñez, ya no viéndola desde una visión de patronato y minoridad sino como un sujeto de derecho.

A su vez, dentro de estos cambios culturales, las formas de transitar y vivir la niñez han sido transformadas en un plano más amplio de lo que se considera las *sociedades mediatizadas*; es decir, aquellas en las que todas sus prácticas, de

manera directa o indirecta, están atravesadas por alguna dimensión de lo mediático (Martín Barbero, 1998; Saintout y Ferrante, 2006).

El avance de la tecnología, y el crecimiento de los medios de comunicación modificaron profundamente las instituciones que interpelan a la niñez, como la familia y la escuela. Sobre la última, el uso y consumo de las tecnologías en la niñez y en las juventudes produjo un fenómeno social denominado por varios autores como *descentramiento* (Martín Barbero; 2003, Verónica Tobeña; 2011), es decir, el desplazamiento de la circulación de los saberes por fuera de los lugares hegemónicos de la modernidad, la escuela y el libro; "El remplazo de cultura letrada por la cultura de la imagen del lugar dominante en la dinámica de transmisión simbólica" (Barbero en Tobeña, 2011, p. 212).

La transformación que generaron las nuevas innovaciones tecnológicas desplazaron de su lugar hegemónico a los dispositivos tradicionales como el lenguaje escrito, revolucionando el flujo de transmisión cultural, produciendo así nuevos lenguajes y alfabetizaciones dentro de los procesos de transmisión, como el lenguaje digital, mediático, y el transmedia, en los cuales la escuela mantuvo hasta los últimos tiempos una postura de rechazo.

De esta forma, la apropiación de estos nuevos dispositivos significó un rol más activo por parte de los niños y jóvenes en el intercambio cultural, reflejando procesos de migración de autoridad en donde el descentramiento cultural se podrían interpretar "como la emancipación de las amarras que unían las nuevas generaciones a las referencias simbólicas de sus padres" (Tobeña, 2011, p. 215). A su vez, también se produjo una deslocalización de los saberes, ya que estos en la actualidad "escapan de los lugares y de los tiempos legitimados socialmente para la distribución y el aprendizaje del saber" (Barbero, 2003, p. 19). Esto implicó una profunda reconfiguración de los espacios tradicionales hegemónicos en la circulación del saber, ya que ahora convive con un montón de saberes sin lugar y edades propias.

La deslocalización implicó a su vez la diseminación del conocimiento, debido a la disminución de las fronteras que separaban al conocimiento considerado como académico del saber común. El saber no se imparte de manera exclusiva de la escuela o ciertas instituciones sino que se multiplican los *agentes transmisores* de cultura, en donde los medios de comunicación ocupan un rol protagonista.

Representaciones de la niñez en los medios audiovisuales

La construcción de la niñez es un proceso que no es unívoco, sino dinámico y conflictivo. Las divisiones entre edades o etapas de la vida no sólo son arbitrarias,

sino también objeto de disputas y manipulaciones. Esto quiere decir que la forma en que se defina y caracterice la infancia es un fenómeno eminentemente político en el sentido que tiene que ver con la distribución de poder entre distintos grupos de la sociedad, dado que las clasificaciones por edad son también una forma de imponer límites, de producir un orden en el cual cada uno debe ocupar su lugar. El problema es que una vez instituida como categoría, la niñez tiende a homogeneizar y enmascarar una gran variedad de experiencias de vida por las que atraviesan los niños y las niñas, experiencias que justamente tienen que ver con la diversidad cultural y social.

En los medios de comunicación se puede visualizar la presencia de niños de diferentes edades, institucionalizados y socializados como la configuración de un repertorio mediático que significa una representación social en donde su relevancia de reside en el peso de los medios como actores sociales privilegiados, constructores de sentidos y de espacios de socialización, quienes detentan a través del poder simbólico de producir y reproducir discursos que se asientan en la constitución de imaginarios y subjetividades sociales.

Es por ello que, debido al cambio cultural del escenario actual dado en las prácticas y consumos culturales en el actor niñez, en donde pasa a ser parte del cambio de estas dinámicas y el uso de las tecnologías y medios de comunicación ocupa un rol central, que mediante las gran cantidad de contenidos de mensajes que circulan se articulan y construyen sentidos de pertenencia e identidad, reorganizan los modos de socialización y educación de los niños y niñas, fuera de las tradicionales formas. En este sentido, el espacio otorgado de la construcción de mensajes donde se configuraba específicamente el actor niñez se encontró en los programas infantiles, en una franja horaria mayoritariamente en la primera mañana, luego en los otros productos comunicacionales el actor es relegado a un segundo plano, en los otros productos es visto atravesado por la relación familiar, visto desde una imagen sobre el cuidado o desde la pasividad social.

Dentro de la diversidad de programas analizados se pueden realizar tres grandes representaciones sobre la niñez, una de ellas es la cual visualiza a los niños y niñas establecidos fuertemente en un rol de receptor pasivo, en donde su voz y su participación está relegada a un segundo plano, es el adulto el que posee la voz dominante y el protagonista de estos mensajes, este modelo es fuertemente utilizado en los contenidos de formato popular en el país de los programas infantiles de entretenimiento.

Una segunda visión es aquella que visibiliza a la niñez desde una mirada diminutiva de esta, los niños y niñas tienen voz, pero son relegadas a un segundo plano y siempre de manera funcional a un adulto, no es tomada en cuenta su capacidad y

son vistos desde su relación familiar o educativa. Esta mirada es representada fuertemente en los programas clásicos que continúan en la grilla audiovisual. El otro modelo visualizado en ciertos mensajes mediáticos es aquel que refiere al actor como un protagonista con capacidad de agencia, de decisión con voz y voto acerca de las temáticas que lo atraviesan, interesado en cuestiones sociales y educativas. Esta visión fue visualizada mayormente en los productos nacionales.

Usos y consumos de medios en niños/as y adolescentes

A partir de las nociones mencionadas anteriormente sobre las transformaciones culturales que cambiaron las formas de ser y vivir la niñez, es mediante las cuales se puede interpretar el discurso de los niños/as y adolescentes.

En los distintos talleres, ambos grupos de niños/as remarcaron el descentramiento de los saberes formativos que antes tenían su lugar hegemónico otras instituciones. Remarcando muchas veces que "la televisión los educaba más que la escuela".

Muchas temáticas que consumían a partir de productos culturales mediáticos eran abordadas tiempo después por la institución de una manera en la que expresaban que los aburría o no los interpelaba. En este sentido, se pudo observar en los sujetos la predominación de una cultura mediática y digital que irrumpe y entra en conflicto con la cultura escolar que se predomina en sus trayectorias educativas.

A su vez, dentro de sus consumos culturales en la mayoría de los casos el rol de la televisión ocupaba un lugar hegemónico en el consumo de medios de comunicación y tecnología. En algunas entrevistas surgió la noción de la *multipantalla*, es decir el consumo de múltiples pantallas en un mismo periodo de tiempo, pero el lugar de la TV siempre ocupaba un rol protagonista.

En relación a los rituales de consumo, en su gran mayoría los niños y niñas consumen programas infantiles en diversos horarios del día. Cuando se les pregunto por los diferentes programas que consumían, remarcaron que estos se repetían a la mañana, a la tarde y a la noche en su mayoría en canales de cable. En los canales de aire no se encontraban muchos consumos dirigidos a ellos.

Pero en los horarios de situaciones sociales como reunión familiar de rituales de cena o horarios del prime time, fue predominante el consumo de productos o programas elegido por los adultos, usualmente con discursos adultocéntricos donde no se encuentran niños en sus discursos y generalmente en canales de la televisión abierta.

Dentro de las diferentes edades abarcadas se encontraba en común el consumo de programas infantiles hegemónicos del mercado. En este sentido, esta información

da cuenta de la ampliación de la franja etaria que se configura en los consumos culturales de los niños y niñas.

A su vez, estos consumos producían formas de socialización entre los pares, de esta forma consumían individualmente programas infantiles, y cuando se juntaban en el taller escuchaban juntos canciones de ese mismo contenido en la plataforma de *youtube*, o compartían bromas, expresiones, o prácticas que se instalaban a partir del consumo compartido.

En este sentido, se puede sostener que "Las TIC efectivamente construyen y reconstruyen nuevas formas, espacios y tiempos de relación social, nuevas categorías de aprehensión de la experiencia personal y social, nuevas dimensiones de la cultura" (Vizer, 2007, p. 53).

A partir de estos primeros esquemas de consumos de niños/as en el caso de estudio es donde cabe preguntarse por la relación de mediación entre las pantallas y la niñez y los procesos de formación que se construyen sus consumos. En relación a esta temática, es interesante el aporte de Jorge Huergo (2008), quien destacaba que las pantallas nos interpelan, lo que configura identificaciones o reconocimientos subjetivos, con una dimensión claramente formativa.

Recepción de estereotipos y representaciones mediáticas sobre la niñez

Las representaciones dan cuenta como es concebido un determinado grupo social en un determinado momento histórico. De acuerdo a la teoría la teoría de las representaciones sociales formulada por Serge Moscovici (1961), las mismas constituyen y son constituyentes de un imaginario social en el que pueden encontrarse unos anclajes significativos determinados por eventos históricos y socioculturales que conforman la matriz de las prácticas sociales (Moscovisci, 1981; Pierre Bourdieu, 1985).

En la actualidad, el rol que ocupan los medios de comunicación es hegemónico en la construcción de dichas representaciones, si bien no es el único, tiene un papel privilegiado en la construcción de identidades y alteridades.

De esta manera, estudiar el discurso mediático significa enmarcarlo en contexto histórico en donde juegan papel en la lucha por la construcción de la realidad; "no hay nada de lo que se dice/escribe en los medios que esté por fuera de disputas y relaciones de poder, y que no sea parte de luchas en los procesos de construcción hegemónica y contra hegemónica en una determinada situación histórica" Saintout (2012).

En este sentido, las representaciones mediáticas producidas por los medios de comunicación sobre la Niñez forma parte de una disputa en la configuración de los modos de ser y representar al niño/a.

En relación a esta noción, en los procesos de recepción de las representaciones sobre la niñez fue hegemónica interpretación de un ideal de niño/a neutro/a que significaba la idea de moralidad, y modelo del éxito de niñez.

De esta forma, en la mayoría de los casos de recepción en los niños/as se construía un modelo aspiracional, es decir, que era apropiada esa "idea de éxito", generando en ellos aspiraciones y proyecciones sobre una idealización de conseguir el éxito a partir del mérito propio. En estas aspiraciones se encontraban las prácticas de baile, canto u talentos.

A partir de estas nociones, se puede analizar el rol que cumple protagonista que cumple el mercado en la construcción de la niñez como sujetos de consumo, identificándolos como pequeños clientes, fomentando su autonomía orientada solamente a la compra de materialidad. Es importante destacar el rol del mercado, tanto mediático como infantil, como agente socializador que se constituye como espacio de construcción de identidades.

En este sentido, es preciso destacar a las identidades como "Un producto evanescente de discursos múltiples y competentes, activado contingentemente en diversos contextos" (Brubaker; Cooper, 2001). Emergen y se precisan en términos de las demás identidades con las cuales establece relación en contextos de interacción y comunicación, donde cobran fuerza y visibilidad.

A su vez, se pudo observar en los discursos una predominancia a la homogenización de la niñez, en relación a la neutralidad que mostraban los consumos de programas y discursos mediáticos.

Esta homogenización era apropiada por algunos niños/as y resistida en otros que interpretaban a esos modelos de niñez muy lejos de sus experiencias, y que estos no daban cuenta de la diversidad de subjetividades que vivenciaban los niños/as. En relación a las diversas temáticas que se trataban en los distintos programas, en los mismos se presenta un universo infantil reducido a problemáticas superficiales y materialistas en donde predominan los temas de la competencia, el engaño y lo material.

Conclusiones

En las diferentes instancias de la investigación se dio cuenta de una vulneración de diversos derechos comunicacionales de niños y niñas. En las producciones y en los consumos culturales predominaban imaginarios homogéneos y neutrales que no

daban cuenta de sus entornos y la influencia de ellos en estos, ni de las distintas diversidades de niñeces que se encuentran en la sociedad. El universo social al que interpelan los consumos culturales infantiles es centralizado, reducido y estereotipado.

Ante este panorama, la niñez y la adolescencia son uno de los actores más marginados del panorama comunicacional, sus voces son muy pocas veces escuchadas y tenidas en cuenta por fuera de su relación con el consumo del mercado.

De esta forma, presenta un desafío interpelar a la niñez no como un actor social para el futuro sino como un sujeto de derecho en presente. En relación a esta noción, la *Convención de los Derechos del Niño* (1989) establece la prevalencia del interés superior de los niños, niñas y adolescentes, y ordena a los Estados a alentar a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para la niñez y a elaborar directrices apropiadas para protegerla frente a toda información y materiales que puedan resultar perjudiciales para su bienestar. En este sentido, significa una lucha de sentido interpelar a los medios de comunicación como una herramienta para instalar otros sentidos acerca de las múltiples maneras de vivir la niñez, para hacer valer sus derechos de participación y de expresión en diversos temas para hacer ejercicio de su ciudadanía.

Bibliografía

Amossy, R.; Herschberg Pierrot, A. (2001). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba.

Brubaker, R. y Cooper, F. (2001). "Más allá de 'identidad'", en Apuntes de Investigación del CECYP, Año V, N° 7, Buenos Aires. - Chiriguini, M.C. (2004) "Identidades socialmente construidas" En: Apertura a la Antropología. Proyecto Editorial. Bs.As.

Colángelo M. Adelaida, "Infancias y juventudes. Pedagogía y formación", en Serie Encuentros y Seminarios, La Plata. -Convención Universal de los Derechos del Niño (1989)- Organización de las Naciones Unidas

Huergo, J. (2008). "La relevancia formativa de las pantallas", Revista *Comunicar* N° 30, p.74.

Martín-Barbero, J. (1992). "Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad", en *Diálogos de la Comunicación* Nro. 32 - Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Lima, Perú.

- (1997). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- (2003). "Saberes hoy: diseminaciones, competencias y transversalidades", en Rev. *Iberoamericana de Educación* N.º 32, pp. 17-34. Madrid, España: Edición de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), Centro de Altos Estudios Universitarios (CAEU).
- Reguillo, R. (2000). "Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios", en *Diálogos de la Comunicación*, N° 59-60. Lima: FELAFACS.
- Saintout, F. (2006). *Jóvenes: El futuro llegó hace rato*. Buenos Aires: EDULP.
- (2013). *Los jóvenes en la Argentina. Desde una epistemología de la esperanza*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes
- Tobeña, V. (2011). "La escuela en el mundo contemporáneo. Notas sobre el cambio cultural", en *Variaciones sobre la forma escolar. Límites y posibilidades de la escuela media*. Buenos Aires: Homosapiens.
- Vizer, E. (2007). "Procesos sociotécnicos y mediatización en la cultura tecnológica", en *DE MORAES*, p. 53.