

**IMAGINARIOS SOCIALES SOBRE INFANCIA QUE TIENEN LOS  
CREADORES DE TELEVISIÓN INFANTIL DE INTERÉS PÚBLICO.**

**PRESENTADO POR:**

JULIÁN ANDRÉS GÓMEZ REYES

**DIRECTORA**

CECILIA RINCÓN VERDUGO

**ESPECIALIZACIÓN EN INFANCIA, CULTURA Y DESARROLLO**

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**

**2016**

## ÍNDICE

	<b>Pág.</b>
Resumen.....	4
Introducción.....	5
Capítulo I, planteamiento del problema.....	8
Capítulo II, marco de referencia teórica y conceptual.....	13
1. Antecedentes.....	13
2. Marco Teórico.....	20
2. 1 Los imaginarios sociales, una categoría histórico – social.....	20
2.2 Significaciones Imaginarias sobre Infancia.....	23
2.3 La infancia en la sociedad de consumo y la cultura digital.....	29
2.3.1 ¿Víctimas del consumo o sujetos autónomos?.....	30
2.3.2 La televisión infantil en el mundo contemporáneo.....	36
Capítulo III, referentes metodológicos.....	39
1. Técnicas de recolección de información.....	40
1.1 Taller iconográfico.....	40
1.2 Entrevista semi - estructurada.....	42
Capítulo IV, análisis de resultados.....	50
1. Significaciones imaginarias instituidas.....	51
1.1 El niño como sentimiento ausente.....	51
1.2 Niños y niñas como objetos del adulto.....	54
1.3 Objeto de protección y preservación.....	55
1.4 Los niños como alumnos: la infancia como promesa futura, sujetos moldeables.....	57

1.5 Víctimas del consumo.....	61
2. Significaciones imaginarias instituyentes.....	66
2.1 Sujetos de derecho.....	66
2.2 Múltiples infancias.....	71
Capítulo V, conclusiones.....	73
Bibliografía.....	77

## RESUMEN

Los imaginarios sociales son un concepto innovador, de reciente aplicación en los estudios etnográficos, que permiten identificar las acciones, deseos, afectos, ideas y representaciones que una sociedad tiene alrededor de un tema determinado. Los estudios sobre imaginarios sociales sobre infancia nos hacen reflexionar, re - pensar y discutir la noción de infancia que tenemos en la sociedad actual, para proponer y promover nuevas comprensiones sobre su mundo y las formas como ellos se relacionan con los adultos y sus pares. En este sentido, este estudio se preocupa por el imaginario social de infancia que se tiene en la televisión educativa y cultural producida en Colombia, especialmente debido a que recientes estudios concluyen que su índice de aceptación por parte de la audiencia es muy bajo, ante lo cual vale la pena preguntarse ¿cuáles son las significaciones de niño y niña que se está construyendo al interior de este medio de comunicación tan importante para el país? Y si esta significación hace parte de un imaginario social de infancia que se configuró en otras épocas y por lo tanto se encuentra alejado de las realidades que vive la niñez en la contemporaneidad. Para develar las respuestas a estas preguntas este estudio se realiza desde un enfoque cualitativo interpretativo, teniendo como marco teórico de referencia la teoría de los imaginarios sociales propuesta por Cornelius Castoriadis, que ha sido abordada y desarrollada por el grupo de Investigación INFANCIAS, en la línea de investigación Historia, Imaginarios y Representaciones sociales de Infancia, adscrita a la Especialización en Infancia, Cultura y Desarrollo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

## INTRODUCCIÓN

El presente documento expone la investigación acerca de los imaginarios sociales sobre infancia que tienen los creadores de televisión infantil educativa y cultural colombiana contemporánea, realizada en el marco de la Especialización en Infancia, Cultura y Desarrollo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en la línea de investigación: *Historia, Imaginarios y Representaciones Sociales de Infancia*.

En el año 2014, el informe de hábitos de consumo publicado por el Ministerio de Cultura de Colombia advierte que los productos educativos y culturales dirigidos a los niños y niñas colombianos, producidos por el canal Señal Colombia tienen una pobre aceptación por parte de su audiencia y la gran mayoría los desconoce. Frente a esta realidad, son varios los interrogantes que surgen para encontrar posibles explicaciones a tal situación. Uno de ellos podría ser: ¿Qué motivos tienen los niños y niñas para no consumir este tipo de programas? ¿Qué clase de contenidos preferiría consumir este tipo de audiencia? ¿De qué manera se programa la televisión infantil en el canal Señal Colombia? ¿En qué medida está alineado el contenido de este canal con las tendencias, gustos y preferencias de los niños y niñas colombianas? Dado el universo extenso de inquietudes que surgen a partir del estudio realizado por el Ministerio de Cultura, para la elaboración del presente trabajo se partió de una hipótesis central: los contenidos desarrollados para el canal Señal Colombia son el resultado de un imaginario de infancia que no responde del todo a las características y cualidades de la niñez en el mundo contemporáneo. Por tal motivo se hace pertinente indagar acerca de los imaginarios sociales sobre infancia que

tienen los creadores de dichos contenidos para así develar la significación de infancia que se tiene en la televisión pública.

El documento se presenta como una herramienta de reflexión para todo aquel que trabaje en medios de comunicación relacionados con la infancia, pues permitirá realizar preguntas sobre la noción de niño que se tiene, y a partir de allí repensar, reestructurar y rediseñar los programas de televisión dirigidos a público infantil, para que estos respondan a las necesidades, ideas y deseos de la infancia contemporánea.

El estudio se enmarca en los postulados teóricos que sobre imaginarios sociales realiza Cornelius Castoriadis (1983), a quien se atribuye en el contexto contemporáneo la producción de un marco de referencia teórico para analizar, interpretar y comprender la sociedad contemporánea como construcción humana, histórica y social. Partiendo de los postulados teóricos, que permite desde el estudio de los imaginarios sociales comprender el devenir de la infancia en la sociedad colombiana e interpretar las formas de ser y hacer de los niños y niñas, y tomando como referencia los abordajes realizados por el grupo de Investigación INFANCIAS, en torno a estas construcciones sociales, la información recogida en este estudio será interpretada desde la propuesta de tres matrices histórico sociales: la infancia pre-moderna, infancia moderna, e infancia contemporánea, desarrolladas por la Profesora Cecilia Rincón (2013) en su tesis doctoral.

El diseño metodológico se establece desde el enfoque de investigación cualitativa interpretativa, utilizando como técnicas de investigación etnográfica: el taller iconográfico

y la entrevista; las cuales se desarrollaron con los creadores de los contenidos mediáticos del canal de televisión Señal Colombia.

El proceso de sistematización y análisis se orientó desde las categorías que provienen del marco teórico, en donde los imaginarios sociales son un magma de significaciones sociales que construyen la realidad de los sujetos en un momento histórico social particular. Estas significaciones son las representaciones (ideas, nociones y conceptos), los deseos, los afectos y las acciones o actuaciones de los sujetos, con los cuales ellos orientan sus prácticas y sus relaciones con el mundo.

La fase de interpretación se sustenta a partir de las matrices históricas que sobre significaciones imaginarias de infancia realiza la profesora Rincón (2014), en este proceso se evidenció que muchos de los imaginarios sobre infancia que tienen los creadores de los programas infantiles son instituidos, y responden a una significación de infancia correspondiente a la época moderna y pre-moderna; y aunque existen algunos imaginarios instituyentes y contemporáneos, estos se presentan en menor escala.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los últimos cinco años el Estado colombiano, y particularmente la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, le han apostado a la creación y producción de contenidos infantiles de calidad dirigidos a niños y niñas de todas las edades. Dicho interés se ha materializado a través de la Dirección Nacional de Estímulos, que cada año otorga becas y reconocimientos a los mejores proyectos en radio, televisión y medios digitales dirigidos a la infancia colombiana. Los proyectos ganadores son emitidos por los distintos Canales públicos de televisión con los que cuenta el Estado, como el canal Señal Colombia, los canales públicos regionales y diferentes dominios de internet que hacen parte de la institucionalidad gubernamental.

Dichos proyectos buscan ser motivadores y enriquecedores para los niños y las niñas de Colombia, se proponen como espacios de entretenimiento, pero al mismo tiempo de reflexión, aprendizaje y reconocimiento, en los que la niñez de todos los lugares se sienta identificada y representada. A través de estas convocatorias, la Dirección apoya a los actores de la comunicación en temas, proyectos y propósitos relacionados con la construcción de relatos incluyentes sobre la realidad que abordan nuestra riqueza cultural y artística y que enriquecen la oferta de contenidos en Colombia (Mincultura, 2015, p. 17). Sin embargo, dichos objetivos en muy pocas ocasiones se cumplen, pues fallan en la premisa fundamental que debe tener cualquier producto comunicativo: ser visto por su público.



La mayoría de niños y niñas de Colombia desconocen la existencia de estos productos, y cuando los ven, les parecen aburridos o poco interesantes. Esto se evidencia en la investigación realizada por el Ministerio de Cultura de Colombia (2014), *Aproximación A Los Hábitos De Consumo De Contenidos Mediáticos Por Parte De Los Niños Y Las Niñas En Colombia*, en la que se afirma lo siguiente:

En la evaluación del canal (Señal Colombia) se encontró que ninguno de los niños o los padres asocia espontáneamente el canal con contenidos infantiles. Algunos de los niños identifican que pasan algunos de los programas que normalmente ven en los canales extranjeros, y casi ninguno de los niños ve los programas del canal con regularidad. Respecto a las producciones nacionales infantiles, el principal obstáculo con que se encuentran es que son desconocidas más que el hecho de que tengan una percepción negativa frente a las mismas. Casi ninguno de los niños entrevistados conoce alguno los tres programas que se les presentaron que habían estado al aire en el canal. En la evaluación de programas específicos se encontró que el programa que más le gustó a los niños fue La Lleva. Los niños sintieron afinidad con los que aparecían en el programa y les gustó conocer cómo viven otros niños. Del Mundo Animal de Max Rodríguez el personaje favorito fue la iguana Chambimbe, sin embargo Max no gustó a los niños. En el Quijote los niños no logran asociar al protagonista con su imaginario de héroe y en Migrópolis muy pocos niños entienden el contenido del programa (p. 79)

La hipótesis central de esta investigación es que este distanciamiento con el público objetivo se debe a que los creadores de contenidos mediáticos educativos y culturales tienen un imaginario de infancia alejado de la realidad. Teniendo como punto de partida la investigación realizada por Cecilia Rincón (2014), quien desde la teoría de los imaginarios sociales de Castoriadis (1983), y estudios historiográficos de Chartier (1982), Ariés (1991) y Demause (1991), realiza en el segundo capítulo de su tesis de grado doctoral, una historiografía de los imaginarios sociales sobre infancia en la cultura de occidente, construyéndola a partir de matrices históricas que los categorizan en imaginarios pre-

modernos, modernos y contemporáneos; para confirmar la hipótesis planteada, se buscó develar y analizar los imaginarios que sobre infancia tienen los creadores de la televisión infantil educativa y cultural en Colombia, proponiendo así la reflexión y transformación de las ideas, imágenes, deseos y sentimientos y miradas que desde la televisión pública existen alrededor de la niñez en la actualidad.

En este sentido, la pregunta problema del presente estudio es : ¿Cuáles son los imaginarios sociales de infancia que tienen los productores de contenidos mediáticos dirigidos al público infantil? Y como preguntas orientadoras se plantean: ¿Qué idea de infancia, de niño y de niña tienen?; ¿Qué incidencia y participación tienen los niños y las niñas al momento de la creación y desarrollo de estos contenidos?

Para dar respuesta a esta pregunta problema, la investigación propone como objetivos:

### **Objetivo General**

Develar y comprender los imaginarios sociales que sobre infancia tienen los creadores de contenido de la televisión pública educativa y cultural dirigida al público infantil para determinar si son instituidos o instituyentes en relación con las matrices históricas y su correspondencia con las expectativas y necesidad de los niños y niñas de la sociedad contemporánea.

## **Objetivos Específicos**

Describir los imaginarios sociales que sobre infancia tienen los creadores de contenido de la televisión infantil de interés público.

Identificar los imaginarios instituidos e instituyentes que sobre infancia tienen algunos creadores de contenido en la televisión pública y cultural.

Caracterizar según las matrices histórico - sociales de infancia, las significaciones imaginarias que sobre infancia tienen los creadores de contenido en la televisión pública y cultural.

Desentrañar los imaginarios sociales que se tienen sobre infancia es un labor que implica profundizar en las imágenes, ideas, sentimientos, deseos, acciones y representaciones que evocan niños y niñas en un contexto histórico social particular, es adentrarse en aquellos intersticios de la psique y la sociedad para comprender aquello que determina el decir y el hacer de los sujetos, que orienta las formas de relación y las prácticas profesionales en un grupo social.

Los medios de comunicación, y en especial la televisión, hacen parte de las esferas a través de las cuales la infancia contemporánea transita en su día a día, en el caso de la televisión infantil educativa y cultural producida en Colombia, dicho tránsito aún no se desarrolla de forma masiva, en aras de que esto ocurra, es necesario hacer un ejercicio de

reflexión y análisis, en el que se ponga de manifiesto cuáles son esas significaciones imaginarias de niño y niña que se tejen al interior de la televisión pública.

## CAPÍTULO II

### MARCO DE REFERENCIA TEÓRICO Y CONCEPTUAL

El presente capítulo da cuenta de los abordajes teóricos y conceptuales que permitirán develar los imaginarios sociales que tienen de infancia los creadores de contenido de la televisión pública.

#### 1. Antecedentes.

Para el desarrollo de la hipótesis central de este trabajo, fue necesario realizar primero una indagación alrededor de las distintas investigaciones que tratan el tema de los imaginarios sociales, y en específico, los imaginarios sociales sobre infancia. Y también, investigaciones realizadas sobre infancia, consumo, y medios de comunicación, lo que conformó un corpus de antecedentes para este estudio.

En primer lugar, la investigación *“Princesas, Transgresores, Apasionados y otros. Una aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por parte de los niños Y las niñas en Colombia”* (2014) realizada por la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura de Colombia, que realizó un diagnóstico acerca del consumo de medios por parte de niños y niñas en Bogotá, Cali, Medellín, Bucaramanga, Barranquilla y Villavicencio, a través de un diseño metodológico cuantitativo y cualitativo.

El enfoque cuantitativo se fundamentó en los resultados de la *“encuesta de consumo cultural”* realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE-

en el año 2012, en la que se indagó por los hábitos de consumo cultural de la población colombiana, incluidos niños y niñas entre 5 y 11 años. Para el enfoque cualitativo se realizó un acercamiento etnográfico, que consistió en un trabajo de observación a partir de la inmersión durante dos días dentro de la cotidianidad de 36 niños y niñas de diferentes características geográficas y socioculturales en las ciudades ya mencionadas.

En la investigación se evidencia que la televisión es el medio de más alto consumo por parte de niños y niñas, llegando a un alcance del 97% en la población infantil, seguido del internet con un 54%. Sin embargo, el consumo de internet aumenta proporcionalmente con la edad: a los cinco años solo el 29% de la población accede a este medio, mientras que a los 11 años la cifra es del 72%. Bogotá es la región en la que niños y niñas consumen más libros, mientras que en la región Caribe se evidencia un mayor consumo de televisión. La investigación indaga y analiza la relación que existe entre el contexto socio-cultural y los hábitos de consumo mediáticos, y además propone una clasificación de los niños y las niñas a partir de sus hábitos de consumo, dividiéndolos en: *chico grande, amantes de la naturaleza, estrellas por un día, factor sorpresa, transgresores, princesas, religiosos, conectados, proyectivos poderosos, fantásticos responsables y aficionados apasionados.*

Alrededor de los imaginarios sociales de infancia existen varios estudios e investigaciones que enmarcan esta investigación, entre ellos se destaca la tesis doctoral de Cecilia Rincón (2013), *Imaginarios Sobre Infancia, Políticas Públicas Y Prácticas Pedagógicas* en la que realiza una amplia descripción y desarrollo del concepto de imaginarios sociales desde la perspectiva sociológica, y en particular de los autores Castoriadis (1983), Andazlúa (2008) y Durand (2000).

Además de esto, Rincón (2014) dedica un capítulo a la Historiografía de las significaciones imaginarias de infancia en la cultura de occidente (p.65), estudio que se convierte además de un antecedente, en un referente teórico, a partir del cual se categorizarán la significaciones imaginarias que tiene los productores de contenido en la televisión pública, y que profundizaremos más adelante.

Por otro lado, en la investigación “*Los Imaginarios de Infancia en la Formación de Maestros*” realizada por Cecilia Rincón, Daniel Hernández, Omaira de la Torre, Ana Triviño y Ana Rosas (2004), integrantes del grupo Infancias de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, se indaga por los imaginarios de infancia que tienen los estudiantes que se forman para ser formadores en dos instituciones de la ciudad de Bogotá: La Licenciatura en Pedagogía Infantil de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y la Normal Superior Distrital María Montessori. La investigación busca revelar cómo el currículo de las instituciones educativas incide en la formación y creación de imaginarios en los futuros maestros y maestras de educación básica, y la forma en la que estos condicionan las relaciones y las interacciones entre ellos y los niños/as.

Algunas de las preguntas de investigación que intenta responder son: ¿Cuál es el imaginario de infancia, niño y niña que lleva a unos jóvenes a escoger programas de formación orientados a la educación para la infancia? ¿Cómo cambian las representaciones sociales y los imaginarios de infancia, niño y niña, de los estudiantes de la Licenciatura en Pedagogía Infantil a lo largo de su proceso de formación? ¿Cómo incide una formación académica determinada en la modificación del imaginario de infancia, niño y niña, de los

estudiantes implicados? ¿Hasta dónde los cambios de actitud de los estudiantes hacia la infancia dependen de las modificaciones de sus imaginarios? ¿Qué características debe tener un currículo orientado a la modificación de los imaginarios de infancia, niño y niña? ¿Cuál es la mentalidad que proyectan los futuros maestros frente a las nuevas situaciones que la tecnología y el mundo de hoy proporcionan a la niñez?

Para resolver estas inquietudes, se parte de una investigación de tipo cualitativa, que mezcló la metodología de entrevista semiestructurada, con talleres de iconografía y narrativa. Así, se detectó que la mayoría de estudiantes tienen una aproximación al concepto de infancia asociado con sentimientos, y consideran a los niños y niñas como individuos en proceso de desarrollo. El imaginario de niño o niña está asociado a habilidades que deben ser desarrolladas por los adultos y por la educación. Se refleja la ausencia del niño como sujeto, pues aunque le otorgan capacidades y habilidades, éstas están por desarrollar y no se reconocen en el presente. Un pequeño porcentaje de estudiantes se aproxima al concepto del niño como sujeto social, y únicamente el 1.0% asume la infancia como objeto de conocimiento.

Además de los interesantes resultados que presenta esta investigación alrededor de los imaginarios de niño y niña, en el capítulo titulado “*Comprensión de los Imaginarios de Infancia*” (Triviño, Rincón, Hernández, Torre, Rosas. 2004) se expone de forma analítica y comprensiva el concepto de imaginario social y sus clasificaciones desde la perspectiva de Cornelius Castoriadis en su obra *La Institución Imaginaria de la Sociedad* (1975), definiéndolo como un conjunto de significaciones simbólicas que estructuran en cada instante la experiencia social y construyen comportamientos, imágenes, actitudes,



sentimientos que movilizan acciones. Los imaginarios sociales se clasifican en: imaginario radical social instituyente, imaginario social instituido e imaginario social institucionalizado.

El proyecto de investigación *Imaginarios de Infancia de Docentes de Educación Inicial* (2010) realizado por Luz Marina Romero Ramírez dentro de la Especialización en Gerencia de Proyectos Institucionales de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, es otro antecedente importante para la presente investigación en tanto que allí se abordan los imaginarios de infancia que asumen las docentes que participan en los procesos dirigidos a la educación inicial de la localidad de Ciudad Bolívar (Romero, 2010).

A través de historias de vida y entrevistas realizadas a un grupo de docentes de la institución, se evidenció que muchas de ellas decidieron esta profesión motivadas por experiencias personales o familiares, y se develaron una serie de imaginarios instituidos, especialmente en relación con el género, denotando marcadas diferencias entre el imaginario que tienen de niño y de niña. También se evidenció que la infancia se asocia con sentimientos de ternura y vulnerabilidad; un imaginario de infancia que apunta a ver a niños y niñas como sujetos de protección y de cuidado.

De igual forma, son importantes los aportes realizados en el artículo “(Des)hilvanar el sentido/los juegos de Penélope, Una revisión del concepto imaginario y sus implicaciones sociales” de Pedro Antonio Agudelo (2011)., publicado en la revista Uni-Pluri/Versidad de la Universidad de Antioquia Allí el autor realiza una conceptualización acerca del imaginario social, delimitando algunos de sus rasgos y

definiendo algunas categorías que lo convierten en un concepto importante a la hora de pensar procesos de transformación social y educativa en Colombia, el mismo Agudelo resume el artículo así:

Se hace un recorrido histórico-epistemológico del concepto hasta centrarse en el pensamiento de Cornelius Castoriadis, y a partir de ahí se plantea que lo imaginario no se refiere a lo puramente estructural, a representaciones inamovibles en las sociedades sino que, antes bien, se trata de una capacidad creativa relacionada con la imaginación, la cual devela la potencia creativa del ser humano, pues un imaginario es un conjunto real y complejo de imágenes (de lo que somos y queremos) que aparecen para provocar sentidos diversos, sentidos que acaecen, se instituyen y abren mundo (Agudelo, 2011, p.1).

El artículo también aborda los medios de comunicación como herramientas que crean, construyen y de-construyen imaginarios, basándose en las ideas del profesor Cristo Figueroa, propone que no podemos desconocer que los medios audiovisuales son más que hechos tecnológicos o estrategias comerciales; ellos hablan culturalmente, instauran imaginarios y determinan percepciones sensibles de la realidad, de las dinámicas culturales y de la lucha de poderes por el control de capitales simbólicos. (Figueroa, citado en Agudelo, 2011). Así, este documento se convierte en un referente importante que aborda dos de los conceptos principales del presente proyecto de investigación: los imaginarios sociales y los medios de comunicación.

Otro estudio que vale la pena destacar, es el que realiza el autor Armando Silva (2006) alrededor de los Imaginarios Urbanos, en el aborda cómo los ciudadanos de distintas ciudades del mundo se relacionan entre sí y con el espacio, mediados por imaginarios sociales colectivos que se han construido alrededor de las propias urbes. Para Silva, los imaginarios permiten estudiar los registros de la participación ciudadana en la construcción

simbólica de la ciudad, con el fin de entender sus usos y definir otras formas posibles de habitar desde una dimensión de estética.

Y por último, el texto *Infancia y comunicación* (Rincón, et al. 2002), en el que se recopilan una serie de estudio e investigaciones realizados desde diferentes perspectivas teóricas y metodológicas alrededor de los medios de comunicación y su relación con la infancia. Indaga por los cambios, efectos e implicaciones que ha tenido la introducción de las nuevas tecnologías de la información en la vida de los niños y las niñas, y cómo a partir de estos se configuran nuevas realidades.

Como puede observarse, la noción de imaginarios sociales es un concepto que ha sido utilizado para dar cuenta de la forma en la que las realidades se construyen y se van modificando. Esto es especialmente relevante a la luz de los medios de comunicación, que son un agente creador o dinamizador de estos imaginarios. Para hablar de infancia, resulta entonces de vital importancia acudir al análisis de los medios, especialmente porque las investigaciones que han abordado esta categoría demostraron que no hay una única noción sobre niño o niña y que permanentemente son vistos como sujetos pasivos, olvidando la concepción de estos como sujetos activos de derecho dentro de la cultura de consumo.

## **2. Marco Teórico**

Para el desarrollo de la presente investigación es importante definir los conceptos de: imaginario social, significaciones imaginarias de infancia, y la relación de niños y niñas con los medios de comunicación y la cultura digital.

### **2.1 Los imaginarios sociales, una categoría histórico - social.**

Para la presente investigación se entenderá el concepto de imaginario social desde la perspectiva que propone Cornelius Castoriadis (1983), quien plantea que un imaginario social es una serie de significaciones y significados que moldean, organizan y estructuran una sociedad de forma inconsciente y colectiva, y que además son producto de su propia historia, “toda comunidad de sujetos actúa en función de instituciones que son creadas por ellos mismos y que tienen la capacidad de reglamentar la vida cotidiana” (Moreno y Rovira, 2009).

Para Castoriadis, la noción de imaginario social permite analizar la realidad no como un simple espejo de las condiciones en las cuales viven los sujetos, por el contrario asume la realidad a partir de la forma en que las personas perciben su propio entorno y su sociedad, más allá de los criterios funcionales, éticos o estéticos, “Si bien es cierto que una sociedad solo puede existir cuando una serie de funciones son cumplidas (educación, producción económica, regulación política, reproducción biológica, etc), es erróneo reducir la sociedad al simple operar de estas funciones. Lo propio de ella es la constante invención,

tanto de nuevas necesidades, como de nuevos mecanismos para satisfacer necesidades ya existentes” (Castoriadis 1983:199).

Castoriadis (1983) vincula el término a lo socio-histórico, a las formas de determinación social, y a los procesos de creación por medio de los cuales los sujetos se inventan sus propios mundos. De acuerdo con lo anterior, Moreno y Rovira en el texto *Imaginarios: desarrollo y aplicaciones de un concepto crecientemente utilizado en las ciencias sociales* (2009), elaborado para las Naciones Unidas en el marco de la *investigación para la política pública y el desarrollo*, definen el concepto de imaginario social como:

Un imaginario social es una construcción histórica que abarca el conjunto de instituciones, normas y símbolos que comparte un determinado grupo social y, que pese a su carácter imaginado, opera en la realidad ofreciendo tanto oportunidades como restricciones para el accionar de los sujetos. De tal manera, un imaginario no es una ficción ni una falsedad, sino que se trata de una realidad que tiene consecuencias prácticas para la vida cotidiana de las personas (...) un imaginario social no es entonces la representación de ningún objeto o sujeto, y menos aún la realización de algún fin último inherente a la historia de la humanidad. Más bien se trata de la incesante y esencialmente indeterminada creación socio-histórica de instituciones, normas y símbolos que otorgan sentido al actuar de las personas. (pp.7 - 8)

Cada sujeto está inmerso en una “realidad”, y esta “realidad” es construida, interpretada y leída por cada sujeto en un momento histórico- social determinado. Los imaginarios sociales son entonces ese conjunto de significaciones simbólicas que estructuran la experiencia social abarcando las ideas, imágenes, actitudes y afectos que definen nuestro ser social dentro de una realidad histórico- social determinada. De igual forma para Anzaldúa (2008), quien analiza los conceptos de Castoriadis “lo imaginario son

significaciones de sentido: no es la imagen de algo, sino la creación incesante e indeterminada de figuras, formas, imágenes, que actúan como significaciones, en tanto que a partir de ellas las cosas, los hechos, los procesos, etcétera, cobran sentido”(En Cabrera Daniel (coordinador), p. 40)

Desde la perspectiva de Castoriadis (1983), las significaciones imaginarias sociales se clasifican en: Imaginario radical social instituyente, imaginario social instituido e imaginario social institucionalizado. El imaginario social instituido son las significaciones y conceptos ya establecidos, que son socialmente compartidos de forma naturalizada, y que muy pocas veces son controvertidos o analizados por la sociedad. Mientras el imaginario radical social instituyente es aquel imaginario que busca transgredir con lo instituido, representa cosas, objetos, figuras formas e imágenes, los cuales son construidos en unas condiciones particulares, en unas “realidades” leídas e interpretadas por un sujeto en un momento histórico y social determinados. Y el imaginario social institucionalizado es lo que todos saben sobre el mundo social, sentidos que definen reglas de comportamiento desde donde se controlan y reproducen esquemas, tiene un carácter histórico y se caracteriza por las reglas de control que permiten su reproducción.

Por estas razones, el estudio de los imaginarios sociales, y en específico, de las significaciones imaginarias sobre infancia, nos permiten develar y descubrir distintos aspectos, ideas, sentimientos, acciones y actitudes que los adultos tenemos en relación a los niños y las niñas. A partir del análisis de los imaginarios que se tienen sobre infancia, podemos entender lo que significa ser niño para un determinado grupo de adultos, y cómo

esta concepción inconsciente que se tiene de la infancia se ve reflejada en el diario vivir, y en todas las acciones que realizamos.

En el caso específico de esta investigación, se trata de develar estas significaciones imaginarias sobre infancia en un grupo de creadores y realizadores de televisión infantil, para así comprender a qué idea de niño están enfocando sus programas. ¿Es posible que estén hablándole a un imaginario de niñez anacrónico? ¿Puede ser esta la razón de la falta de interés por parte de los niños en estos programas? O por el contrario, las significaciones imaginarias que tienen sobre infancia se ajustan perfectamente a lo que en este estudio definimos como infancia contemporánea. Para resolver estas preguntas se hace necesario organizar las significaciones imaginarias que se tienen sobre la infancia en una matriz histórica.

## **2.2 Significaciones Imaginarias sobre Infancia**

La presente propuesta busca develar, describir y comprender los imaginarios que sobre infancia tienen los creadores de contenido de la televisión infantil educativa y cultural en la época contemporánea, por esto es importante realizar un análisis histórico a los imaginarios de infancia y cómo estos han evolucionado a través del tiempo dependiendo de la coyuntura social, económica y política. Dicho análisis está basado en las ideas planteadas por Cecilia Rincón (2014) en el segundo capítulo de su tesis doctoral, *Imaginarios Sobre Infancia, Políticas Públicas Y Prácticas Pedagógicas* titulado *Construcción Simbólica de la Infancia: Historiografía de los imaginarios sociales de infancia en la cultura de occidente*. Allí la autora realiza una clasificación de las significaciones imaginarias que ha

tenido la infancia, de acuerdo al momento socio-histórico que atravesaba la humanidad, dividiéndolos en tres matrices históricas: imaginarios sociales pre moderno, moderno y contemporáneo.

El imaginario **pre-moderno** de infancia se caracteriza por la idea de los niños y niñas como objeto del adulto, tenían la misma connotación que una propiedad, no eran considerados sujetos completos, por el contrario, se encontraban en una etapa de la vida transitoria cuya única finalidad era convertirse en adultos, el autor Philippe Ariés (1973) sostiene que en la edad media la infancia era un sentimiento ausente, en el arte de esta época los niños eran representados como adultos en miniatura, reforzando así la idea del no reconocimiento a la infancia, hacia los niños y las niñas no se generaban sentimientos o actitudes particulares, más allá de un sentimiento superficial (mimoseo) “reservado para los primeros años cuando el niño era una cosita graciosa, la gente se divertía con él como si fuera un animalito, un monito impúdico. Si el niño moría entonces, como ocurría frecuentemente, había quien se afligiría, pero por regla general no se daba mucha importancia al asunto: otro lo reemplazaría enseguida. El niño no salía de una especie de anonimato” (Ariés citado en Rincón. 2014, p.74) para Rincón (2014), “el niño o niña no eran sujetos, sino una etapa de la vida, para el futuro; por tanto esta noción de edades de la vida también correspondían a funciones sociales y determinaciones de clase” (p. 71)

Para Philippe Ariés, en este momento histórico, la infancia se caracterizaba por ser un **sentimiento ausente**, refiriéndose a la poca alusión de niños y niñas en los textos de esta época, y en los registros de defunción; por lo que se infiere que la muerte de un niño se convertía en un asunto poco trascendental dentro de la sociedad. Además, en el arte



medieval, los niños eran representados como adultos en miniatura, como hombres reducidos “no era que los niños no existieran, sino que no tenían un lugar en el mundo, y no se les reconocían sus necesidades y particularidades, es decir, no generaba en la cotidianidad y en la vida en común un sentimiento especial o particular”. (Rincón, 2014, p. 73)

Otra significación imaginaria que se manifiesta durante este momento histórico, tiene que ver con la idea de **los niños y niñas como objetos del adulto**, en la cual la importancia y relevancia de los infantes se mide a partir de su función en relación con sus padres o familiares mayores, bien sea como mano de obra, u objeto de “mimoseo” y compañía.

Posteriormente aparece la significación imaginaria de la *santa infancia*, en la que niños y niñas eran representados como ángeles, asociados con ideas de bondad, belleza, y pureza, reflejando un imaginario de fragilidad, delicadeza y debilidad asociado con la infancia:

“La iconografía religiosa toma como objeto de representación a los niños y niñas como significado de benevolencia, bondad y pureza, una imagen sagrada que tiene una relación intrínseca con el arquetipo, posee fuerza, virtud, gracia, que se une a la idea de revelación, mensaje o profecía. Este imaginario establece una conciencia colectiva en torno a la infancia y una significación de ser niño o niña asociada a adjetivos como *niños del cielo, niños de dios, angelitos y niños buenos*” (Rincón, 2014, p. 74)

Con el surgimiento de la sociedad **moderna**, en la que los medios de producción, y el capital moldearon la conducta de las sociedades y los individuos, surge un nuevo imaginario de infancia. El surgimiento de las ciudades, y la transformación de los espacios,

especialmente de las viviendas - que cada vez fueron más y más reducidas - trajo consigo un cambio en el modelo de familia. Los niños se convierten en objeto de protección del adulto, y el sentimiento individual primó sobre el sentir colectivo, Airés lo describe así: “la sociedad se ha convertido en una vasta población anónima en la que las personas ya no se conocen. El trabajo, el ocio, el estar en casa, en la familia, son desde ahora actividades absolutamente separadas” (Airés, 1991, p.14).

En su libro “El niño y la vida familiar en el antiguo régimen” (1973), Ariés afirma que las transformaciones en el imaginario de infancia de la época moderna corresponden a que la escuela que se convirtió en el espacio principal de educación “lo que significa que cesó la cohabitación del niño con los adultos y por ello cesó el aprendizaje de la vida por contacto directo con ellos” (Ariès, 1973, p.11). Esto implicó también el desarrollo de las teorías, la conceptualización y la especialización de disciplinas que pensarán la infancia, los niños y las niñas, sus condiciones y sus problemáticas; estableciendo la infancia como un objeto de estudio (Rincón 2014: 20).

Es así cómo surge la significación de la infancia como **objeto de preservación**, en la cual la voluntad de preservar la vida del niño, el interés por su salud y bienestar, y la prevención de enfermedades que afectan a la infancia, aumentan significativamente.

“la preocupación por la vida del niño, por la conservación de la infancia, tiene como efectos la producción y publicación de literatura científica desde diferentes disciplinas, (...) donde el niño se convierte en objeto de estudio e intervención, configurándose un nuevo sentimiento hacia la infancia y una nueva representación sobre la niñez, a la que algunos estudiosos denominan *el descubrimiento del niño*” (Rincón, 2014, p. 92)

La familia marcada por el afecto es otra de las transformaciones que describe Pilippe Ariés, para el autor “este afecto se manifiesta principalmente a través de la importancia que se da, en adelante, a la educación. Ya no se trata de establecer a sus hijos únicamente en función de la fortuna y del honor” (Ariès, 1973: 12). Y por último, la familia moderna se organiza en torno al niño, “el cual sale de su anonimato y adquiere tal importancia que ya no es posible, sin una gran aflicción, perderle, reemplazarlo o reproducirle muchas veces y conviene limitar su número para ocuparse mejor de él” (Ariès, 1973: 12). Con estas transformaciones surgen dos significaciones imaginarias de infancia, **el niño como objeto de protección y los niños como alumnos.**

El niño pasa entonces a ser un objeto de cuidado y de protección, al reducirse el número de integrantes de las familias, la preservación de los pocos hijos se convierte en un asunto prioritario, el surgimiento de la clase media trajo consigo también que el cuidado de los niños pasara de estar en manos de las niñeras o amas de llaves, a ser responsabilidad de los propios padres. Además de esto, la incursión de la escuela como agente formador de la infancia, generó la idea del niño como alumno, o promesa de futuro; la niñez pasa entonces de ser una etapa subestimada en la pre - modernidad, a tener gran trascendencia para la era moderna “la infancia se convirtió en objeto privilegiado de todos los proyectos de transformación biológica, social, económica y política de la población, se considera que este era el periodo de desarrollo individual en el cual se debían sembrar y cultivar las semillas de un mejor futuro para la sociedad y la raza” (Sáenz Javier, 1997, p.26)

La tercera y última matriz histórica de significaciones imaginarias de infancia que expone Rincón (2014), es la denominada **infancia contemporánea**, en donde la infancia ya no es considerada una etapa que todos los niños y niñas transitan de la misma forma, por el contrario, se reconocen **múltiples infancias**, de acuerdo al contexto, la historia, la familia y el propio desarrollo personal de cada individuo. La idea del niño como objeto de protección es reevaluada, y hablamos entonces del niño como **sujeto de derecho**. Sin embargo, a pesar del reconocimiento a la diversidad de las infancias, debido a la intervención constante de los distintos medios de comunicación, en la contemporaneidad nos encontramos con una infancia cada vez más homogeneizada.

La post modernidad trae consigo la masificación de los discursos de los derechos humanos, y en particular, de los derechos de la infancia, surgiendo así el imaginario del niño como sujeto de derecho; “se orienta hacia un mayor reconocimiento del niño y la niña como persona y como ciudadano y ciudadana, hacia la superación de esquemas de dominación, autoritarismo, machismo y paternalismo, y hacia un mayor reconocimiento y participación social de la infancia como grupo de población” (Casas, 1998. Citado en Rincón, 2014, p. 127)

La infancia contemporánea se encuentra mediada por la interacción constante y frecuente con distintos medios de comunicación y medios digitales, lo que los expone a una serie de experiencias y aprendizajes propios del mundo adulto desde una temprana edad, situación que David Buckingham (2002) expone al afirmar que los niños se hacen mayores sin haber tenido infancia, lo que ha originado nuevas formas de trato para los niños y las niñas, y a su vez nuevas formas de comportamiento “los críticos señalan las pruebas de la

existencia de (...) la progresiva desintegración de la vida familiar, y sostienen que se han perdido para siempre la seguridad e inocencia que caracterizaba la experiencia infantil de las generaciones anteriores” (Buckingham D, 2002: 32) . Tanto así que el mismo Buckingham afirma que la infancia ha muerto, en palabras de Cecilia Rincón esta “muerte de la infancia” enunciada por el autor significa lo siguiente:

Esta significación de “la muerte de la infancia”, ocasionada por la diferencia cada vez menor entre la experiencia de adulto y la experiencia infantil, determina que la concepción de la infancia como un período de vida establecido por categorías como: niño/adulto, menor de edad, aprendiz, competente, con la irrupción de las tecnologías y los medios masivos de comunicación ha perdido significación, en cuanto estos avances tecnológicos ha creado nuevos escenarios de la experiencia infantil, así como de discursos y prácticas en donde las significaciones imaginarias tradicionales (modernidad) desde los cuales los adultos pensaban los niños y las niñas, las instituciones y las políticas promovían las prácticas sociales y los programas de intervención se han vuelto obsoletas, puesto que el mundo infantil y su experiencia cambian constantemente no son experiencias de larga duración (Rincón, 2014, p.131, 132).

Es así como surge el imaginario del **niño consumidor**, caracterizada por una diferencia cada vez menor entre la experiencia del adulto y la experiencia infantil, caracterizada por la mediación de la cultura digital y los medios masivos de comunicación; y que dadas las características de la presente investigación vale la pena profundizar.

### **2.3 La infancia en la sociedad de consumo y la cultura digital**

En el mundo contemporáneo la infancia transita en mundos y escenarios radicalmente distintos a los que ha recorrido en épocas pasadas, en el siglo XXI, la infancia

se ha transformado hacia una niñez producto de la sociedad de consumo, y perteneciente a la llamada cultura digital, es en este momento histórico que se empieza a hablar de los nativos digitales, niños y niñas que desde el momento de nacer han tenido contacto directo con la tecnología, y aprenden a dominar el lenguaje digital de forma rápida y a muy temprana edad.

Numerosos autores han investigado las características de esta nueva infancia, y de la emergente sociedad digital, para efectos de esta investigación nos centraremos en los enfoques teóricos que realizan Howard Gardner (2014), David Buckingham (2011), Henry Jenkins (1998), y Steven Mintz (2004)

### **2.3.1 ¿Víctimas del consumo o sujetos autónomos?**

Buckingham (2011) reflexiona y analiza la sociedad en la que se desarrolla la infancia en la contemporaneidad, en su obra *La Infancia Materialista, crecer en la cultura consumista* (2011), realiza una amplia descripción y análisis de lo que significa ser niño en el siglo XXI, y como la propia infancia es mediada por la cultura de consumo y la influencia de los medios, Buckingham afirma que:

“Desde el momento en el que nacen, los niños de hoy son ya consumidores. Las infancias contemporáneas se viven en un mundo de bienes y servicios comerciales. El marketing orientado a los niños no es en absoluto nuevo, pero ahora estos desempeñan un papel cada vez más importante, tanto en cuanto consumidores por derecho propio como por su influencia en sus padres. Están expuestos a un número y una gama creciente de mensajes comerciales que van mucho más allá de la publicidad tradicional en los media. Están rodeados de invitaciones e incentivos para comprar y consumir; y las fuerzas comerciales influyen cada vez más también en sus

experiencias en terrenos como las emisiones radiotelevisivas públicas, la educación y el juego” (p.15)

Sin embargo, el autor sobrepasa las interpretaciones superficiales y cuestiona a quienes critican a la sociedad de consumo, se pregunta ¿por qué existen ciertos tipos de productos que sí son moralmente aceptables dentro del consumo infantil, como cierto tipo de música, o clases de artes o danza? ¿Cuál es el fundamento de que se considere que ciertos productos de consumo son inadecuados para los niños? ¿Son acaso los niños más vulnerables que los adultos a las conductas y valores dañinos que aparentemente promueve la cultura consumista? (2011). Para el autor, esta concepción de la infancia como un ente vulnerable, manipulable y moldeable por el marketing evidencia un punto de vista adultocentrista: “no suelen incluir las voces de los mismo niños, ni procuran explicar sus puntos de vista: se trata, esencialmente, de un discurso generado por adultos en nombre de los niños” (Buckingham, 2011, p.22) Cuestiona la idea del niño como la categoría moral más elevada de la sociedad, pues son interpretados como víctimas sin culpa, inocentes y moralmente puros, mientras que las agencias de publicidad y los medios de comunicación son el enemigo, los villanos que se aprovechan de estas mentes vacías, inocentes y sin voluntad.

A partir de allí Buckingham (2011) cuestiona a quienes afirman que la infancia contemporánea está enferma y equivocada, lo cual se relaciona con los postulados que realiza Steven Mintz en su artículo *Cultura Infantil* (2004), en el cual presenta la tensión constante que existe entre el mundo infantil y el mundo adulto, y se pregunta ¿por qué para los adultos los niños están mal? Mintz afirma que “muchas de las tendencias que los críticos censuran, como la comercialización de la cultura infantil y los esfuerzos adultos de

domesticar, regular, supervisar y elevar la cultura infantil, tienen una larga, y en gran parte, irreconocida historia, y los niños de hoy, al igual que en el pasado, continúan resistiendo con éxito los esfuerzos de los adultos para dar forma y controlar su cultura”(p.2) Mintz afirma que la cultura infantil siempre ha estado en constante movimiento y adaptación, nunca ha sido estática, y en muchos momentos ha sido resistente y rebelde. Para él, la actual cultura infantil es tanto adaptativa como contradictoria, toma como ejemplo los video juegos, los cuales son condenados por la cultura adulta como violentos, poco productivos y generan aislamiento, mientras que por otro lado, a partir de ellos se pueden desarrollar una serie de habilidades cognitivas y motrices, como la coordinación visual – motora, resolución de problemas, y el pensamiento estratégico.

De esta manera afirma que, “Incluso los niños más pequeños transforman lo que reciben de los medios y lo adaptan para sus propios propósitos. La cultura popular contemporánea, especialmente el cine, la televisión y los videojuegos, tienen la misma función que las narraciones y los libros han tenido históricamente: proveer narrativas que no solo entretengan a los niños, sino que les permitan a estos interpretar su propio universo” (Mintz, 2004, p.3)

El autor además afirma que como la ansiedad por la cultura infantil por parte de los adultos se ha incrementado, los mismos niños han optado por rechazar los juegos y juguetes que estos intentan imponerles, y por el contrario, se identifican con aquellos que les proveen mayor autonomía y salir del control adulto; como internet, los video juegos, y los medios de comunicación. Al respecto del uso de los medios por parte de los niños, Mintz sostiene que:



“Un punto esencial que a veces es pasado por alto en las discusiones sobre el uso que los niños hacen de los medios, es que los niños no son receptores pasivos de los medios, sino agentes activos que juegan con lo que ven, y lo reinterpretan. Desde principios del siglo XX, los niños han construido sus identidades y han formado su cultura a partir de símbolos, imágenes, e historias que hemos adoptado de la cultura popular. Mientras muchos adultos asumen que el consumo de medios por parte de los niños, es completamente pasivo y entumece la mente, en realidad muchas interacciones con los medios se dan de forma espontánea, juguetona, exploratoria y de forma no moldeada”(Mintz, 2004, p.6)

Otra tendencia que Mintz advierte, es que mientras por un lado nuestra cultura clama y enaltece el amor hacia los niños, por el otro, vemos a la cultura infantil como problemática. Tratamos a nuestros niños como un proyecto, el cual debe ser protegido y perfeccionado desde una mirada adulta, sin permitir que estos desarrollen su imaginación, creatividad y habilidades personales de forma libre y espontánea, somos los adultos quienes queremos organizar, moldear y estructurar su propio desarrollo. Queremos mantener a nuestros niños dentro de una cerca, la cual ellos buscan incansablemente tumbar.

De manera similar, Gardner (2014) plantea que las herramientas digitales son importantes medios de expresión creativa, a través de los cuales niños y jóvenes pueden participar de la cultura de una forma directa y sin mediaciones, convirtiéndose así en sujetos creativos, participativos, empoderados y pensantes<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Es importante mencionar que para Gardner la cultura de consumo y la interacción permanente a través de las redes sociales, ha hecho que niños y jóvenes hayan aumentado los niveles egocentrismo e individualismo, esto debido a varios factores: en primera medida la interacción dentro de las redes sociales especialmente Facebook e Instagram en las que ser reconocido y valorado como individuo es una prioridad, además argumenta que en los medios de comunicación han surgido nuevos discursos en los que se prima el valor individual antes que el comunitario, como es el caso de las series de televisión, por ejemplo *Hannah Montana* y *American Idol* que buscan la exaltación personal, a diferencia de series de décadas anteriores como *Friends* o *Padres e Hijos*, en las que se daba protagonismo a los valores comunitarios y familiares. Los nativos digitales han crecido con una sensación de inseguridad y desequilibrio, ya que su permanente

En resumen y retomando los planteamientos de Buckingham (2011), mientras los activistas conciben a los niños como víctimas pasivas de la manipulación comercial, los comerciantes se inclinan a interpretar a los niños como una figura de autoridad, son activos, competentes, e inteligentes, por lo tanto resulta muy difícil llegar a ellos y persuadirlos; “los activistas que pretenden hablar en nombre de los niños y defender sus intereses tienden a presentarlos como carentes de poder, mientras que los comerciantes, de quienes puede pensarse que tratan de manipularlos, los presentan como poderosos ”(p.31) Sin embargo, esto no quiere decir que los consumidores sean completamente autónomos, y que los productores no tengan poder de influir en ellos, del mismo modo que tampoco implica que los consumidores sean títeres pasivos manipulados por la ideología.

De igual forma, Jenkins (1998) añade que históricamente ha existido el mito de la inocencia infantil y que gracias a este se ha estructurado una figura de dominación alrededor de la infancia, “la idea de la inocencia infantil resultó en dos actitudes y comportamientos alrededor de la infancia: en primer lugar, resguardándola de la contaminación de la vida, y en particular de la sexualidad tolerada y practicada por la mayoría de los adultos; y en segundo lugar, fortaleciéndola a través del desarrollo del carácter y la razón. Podemos ver una contradicción aquí, por un lado la infancia es preservada y por el otro se busca hacerla más vieja de lo que realmente es” (1998). Así, a

---

conectividad los ha mantenido distantes y poco expuestos a riesgos y situaciones que los obliguen a explorar su autonomía y a desarrollar sus habilidades intra e interpersonales. Para afrontar estos temores los jóvenes han decidido construir una barrera emocional demostrando insensibilidad: la generación del “me da igual” (Gardner, 2014). La intimidad es uno de los conceptos que más se ha ido reconfigurando a través de la interacción con los medios digitales, surge un imaginario en el que las personas al igual que las aplicaciones siempre están disponibles, en consecuencia, niños y adolescentes se sienten aislados cuando no tiene acceso a dispositivos móviles durante un tiempo.

través de la historia, la pérdida de la inocencia infantil inconscientemente se ha asociado con la pérdida de la virginidad, y metafóricamente con la expulsión del jardín del Edén.

Además, Jenkins trata el tema de la disciplina infantil a través de la historia, ejemplifica cómo la tradición puritana consideraba a los niños como una masa moldeable por parte de los mayores, pero al mismo tiempo se masificó un discurso alrededor de la libertad infantil. A partir de estos preceptos, se concibió la ideología del consumo y el marketing de los productos para niños: productos que permitieran a los padres “adoctrinar”, educar y moldear a sus hijos, pero que al mismo tiempo generaran una falsa idea de libertad en los infantes. Así se gestó entonces otra tensión entre los niños, los adultos y los medios.

El mismo autor, fundamentado en ideas de James Kincaid (1998) afirma que históricamente en la cultura infantil “lo que el niño es, importa menos que lo pensamos que es” (1998). En dicha cultura existe un niño ficcionado, que es una proyección del deseo adulto “las ficciones infantiles son después de todo, escritas por adultos, ilustradas por adultos, editadas por adultos, mercantilizadas por adultos, compradas por adultos”. Entonces, al analizar el mercado de productos diseñados para niños, más que analizar a la infancia, estamos estudiando lo que los adultos queremos de esta, como veremos en el presente estudio más adelante. Sin embargo, los niños no son agentes pasivos y reaccionan ante estos deseos adultos rechazando todo intento de control y dominación sobre su propia cultura. Por ejemplo, los productos diseñados para niños que tienen mayor popularidad dentro de los infantes son aquellos que se alejan del deseo y la proyección adulta, aquellos

que no tienen intención de moldearlos de acuerdo a un parámetro establecido, sino por el contrario, en los que pueden expresar su individualidad de forma libre y espontánea.

El reto lo tenemos nosotros los adultos, que debemos estar en capacidad de mediar entre el deseo legítimo y autónomo de los niños, y lo que esperamos que estos sean para la sociedad, así Jenkins concluye diciendo que:

“Los niños necesitan de los adultos para crear las condiciones a través de las cuales puedan desarrollar una conciencia política para defender su propio acceso a la información, la cual necesitan para crear sus propios juicios; y para construir tecnologías que les permitan intercambiar sus ideas con otros de su generación. Nos necesitan para ser más que los guardianes del fuerte o los protectores del pueblo, y nosotros no estaremos a la altura de estos desafíos mientras nuestras acciones sean gobernadas por el mito de la inocencia infantil. No se trata de borrar la línea que divide a niños y a adultos, se trata de ofrecer una más completa y compleja imagen de la cultura infantil que permita un cambio político más significativo y realista” (Jenkins, 1998).

### **2.3.2 La televisión infantil en el mundo contemporáneo**

Buckingham también realiza un análisis alrededor de la televisión infantil, y sus dinámicas de consumo, en su libro *Small Screen, Televisión for Childrens* (2002) realiza un recorrido por diferentes aspectos de la televisión infantil, allí el autor afirma que “la televisión infantil tal vez debería ser leída, no tanto como una reflexión alrededor de los intereses, deseos, o fantasías de los niños, sino de los adultos (...) necesitamos analizar qué es lo que los adultos quieren o demandan de la infancia”(p.6). Es por eso que el presente estudio adquiere gran significación dentro de los estudios alrededor de la cultura infantil, no

se trata solo de preguntarse e indagar por los imaginarios de un grupo de gente, se trata de ir más allá y develar de fondo qué es lo que los adultos demandamos sobre los niños y hacemos evidente en los productos que creamos para ellos.

El autor afirma que a pesar de que el tiempo que pasan los niños frente al televisor ha disminuido en los últimos años, este descenso no ha sido tan dramático, y por el contrario, la televisión continúa siendo el medio más consumido por los niños de todo el mundo. Y aunque los niños pasan más tiempo viendo televisión dirigida al público adulto, el consumo de programas dirigidos exclusivamente a esta audiencia ha aumentado recientemente, “históricamente, el grado en el que se han satisfecho las necesidades de los niños – en términos de cantidad, diversidad y calidad – ha dependido muy significativamente de las diversas maneras de entender el valor económico, social y simbólico de los niños” (Buckingham, 2011, p. 206)

Para él, los programas infantiles, especialmente los de la televisión pública, se han convertido en una forma de control por parte de los adultos hacia los niños, y no solo sobre los niños actuales, sino también sobre nuestra propia infancia. Se convierte en proyecciones de los anhelos, deseos e intereses de los adultos que la realizan, dejando muchas veces de lado el interés genuino de la infancia.

“Los niños indudablemente tienen derecho a programas diseñados para ellos, y que reflejen sus experiencias y preocupaciones. Pero dicha programación es improbable que sobreviva si no logra mantenerle el paso a las realidades cambiantes que viven los niños. La televisión infantil debe hablarle a los niños, y no simplemente a los adultos” (Buckingham, 2001, p.13)

Al respecto, el autor realiza una comparación entre la televisión pública infantil del Reino Unido, (CBBC) y el canal especializado Nickelodeon, y en efecto descubre que la programación infantil producida por la BBC le habla en realidad a los padres de los niños, está diseñada para un público adulto, mientras que Nickelodeon mantiene una comunicación clara y directa con su público objetivo.

“La BBC aún tiende a remontarse al pasado, invocando la tradición y, entretanto, despertando la nostalgia de la televisión de la infancia de los padres. En cambio, Nickelodeon no tiene que legitimarse ante los padres: puede dirigirse directamente a los niños, y lo hace de forma que enfatiza su “descabellado” humor anárquico y su sensualidad (...) mientras CBBC está más condicionado por ideas de responsabilidad y desarrollo social, Nickelodeon se presenta primordialmente en términos de humor y diversión, y como la antítesis de la escuela y de la adultez” (2011, p.216)

Lo que se evidenciará en las próximas páginas es como este mismo fenómeno se presenta en la televisión infantil colombiana, que posiblemente debido a su carácter público, educativo y cultural, deja de lado los intereses legítimos de los niños y se centra en los intereses de los adultos, en lo que quieren que sean estos niños; y por esta misma razón su impacto en la audiencia objetivo no alcanza a tener los resultados esperados.

Estos serían entonces los referentes conceptuales en los que se enmarca la presente investigación, y a partir de los cuales se realizará el análisis y la categorización de la información recolectada a través de los distintos instrumentos etnográficos.

### **CAPÍTULO III**

#### **REFERENTES METODOLÓGICOS**

Los imaginarios sociales fluctúan entre lo tangible y lo simbólico, entre la acción y el pensamiento, entre el decir y el hacer, entre lo evidente y lo oculto; dadas estas características, su estudio y análisis exige un acercamiento desde lo cualitativo interpretativo, ya que esta metodología de investigación permite interpretar y analizar más allá de lo evidente, “los estudios de orden cualitativo se centran en la comprensión de una realidad considerada desde sus aspectos particulares como fruto de un proceso histórico de construcción y vista a partir de la lógica y el sentir de sus protagonistas, es decir desde una perspectiva interna (subjetiva)” (Pérez, 1994. P.12)

En el pasado, la tradición positivista privilegió el método experimental, medible y cuantitativo como única alternativa de producción de conocimiento científico, sin embargo, con el desarrollo de las ciencias humanas y sociales, y la elaboración de los distintos métodos de investigación etnográfica, la investigación de tipo cualitativo adquirió estatus y credibilidad científica. Así, el estudio de las significaciones imaginarias que tiene cierto grupo demográfico alrededor de la infancia, se convierte en una investigación de tipo experimental, que requiere de la creación de distintas herramientas e instrumentos, para la recolección de muestras y su posterior análisis.

Indagar y develar las significaciones imaginarias implica realizar un análisis profundo a partir el lenguaje, la oralidad y la acción; pero no simplemente desde lo que se dice y se hace de manera literal, es necesario ir más allá de lo evidente y asumir una

posición receptiva y atenta a lo que hay detrás de cada discurso, de cada gesto y de cada labor “esta particularidad de los imaginarios privilegia el enfoque cualitativo interpretativo, por cuanto éste permite describir, reconstruir analíticamente y comprender los imaginarios sociales sobre infancia, niño y niña, desde el lenguaje, los discursos políticos y pedagógicos; desde las acciones y las prácticas” (Rincón. 2014. P.135)

## **1. Técnicas de recolección de información**

La investigación social recurre a diferentes técnicas e instrumentos de investigación etnográfica para la recolección de información, entre estas se destacan la observación, el diario de campo, la encuesta, la entrevista, el taller iconográfico, los grupos focales, y la observación participante. Para el presente estudio, se implementó el taller iconográfico y la entrevista semi –estructurada.

### **1.1 Taller iconográfico**

La iconografía es el estudio de las representaciones visuales relacionadas con un tema determinado, en ellas se analizan los objetos presentes e insinuados, las formas, las figuras, y el contenido; para desarrollar un análisis iconográfico es necesario realizar un juicioso ejercicio de observación, identificación, y contextualización.

En primera medida es necesario observar la obra detenidamente, haciendo énfasis en las formas, las figuras, los colores, los trazos, lo que cuenta etc... es indispensable tomar nota de cada detalle, y tener contacto directo con el documento iconográfico, las fichas

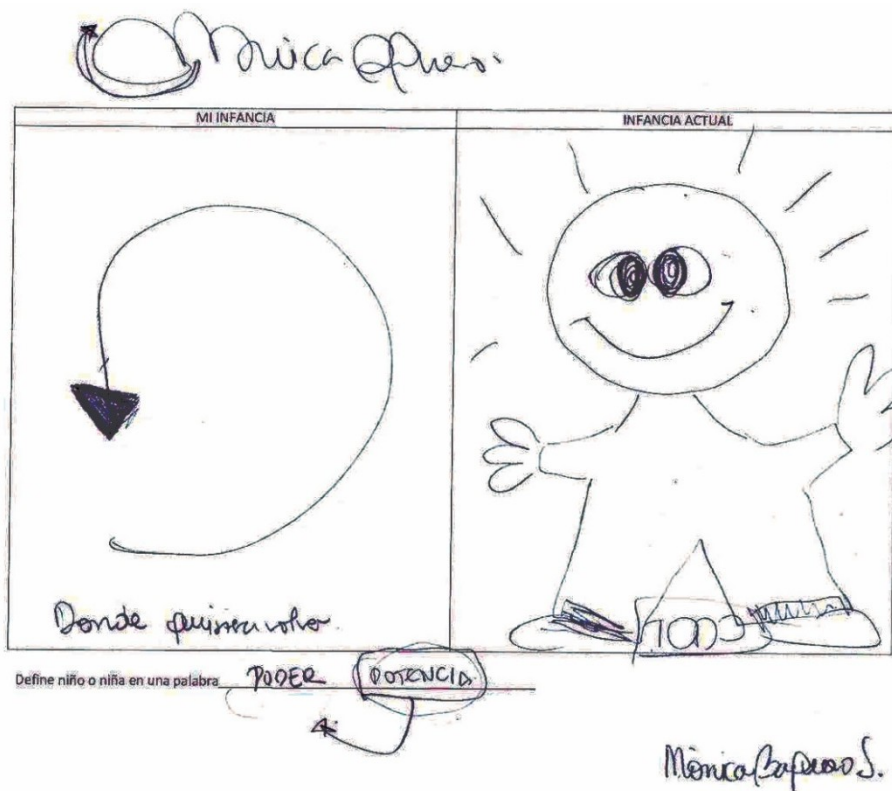


descriptivas son una herramienta de gran ayuda, en ellas se sintetiza y documenta el trabajo de observación, “puede decirse que el investigador conoce el documento a partir del momento en que se siente seguro de no haber olvidado nada porque sabe que ha realizado una observación minuciosa” (Létourneau, 2007 P.97)

La segunda etapa del análisis iconográfico, es la identificación de los componentes y las diversas significaciones del documento. Aquí se trata de describir el documento como un todo, planteándose como objetivo percibir su significación en conjunto evitando caer en conclusiones prematuras.

Luego, en la etapa de contextualización, “el investigador se ocupará del creador del documento, empeñándose en identificar las redes sociales en que se ubica e interrogándose en particular sobre la influencia de su medio cultural y social en su manera de afirmarse por medio de la imagen” (Létourneau, 2007 P.101)

Para la presente investigación alrededor de los imaginarios sociales sobre infancia, se pidió a los sujetos de investigación que elaboraran una imagen, dibujo o gráfico que representara su propia infancia, y otro que representara la infancia actual, para a partir de estas representaciones, esclarecer las concepciones imaginarias que se tienen de niño y niña a partir de la propia experiencia personal, y en relación con la infancia contemporánea.



*Ejemplo taller iconográfico desarrollado.*

A través de este ejercicio los sujetos de investigación iniciaron un proceso de sensibilización alrededor del tema de investigación, y sirvió como detonante para la segunda etapa del proceso de recolección de la información: la entrevista.

## 1.2 Entrevista semi – estructurada

La entrevista es uno de los instrumentos etnográficos más utilizados por los investigadores sociales, es una técnica de investigación que permite develar sentidos, significaciones e imaginarios. Es una situación cara-a-cara donde se encuentran distintas reflexividades pero, también, donde se produce una nueva reflexividad. La entrevista es una

relación social a través de la cual se obtienen enunciados y verbalizaciones en una instancia de observación directa y de participación (Guber, 2001). Para Charles Briggs las entrevistas son “ejemplos de *metacomunicación*, enunciados que informan, describen, interpretan y evalúan actos y procesos comunicativos”, y que muestran los “repertorios de eventos meta-comunicativos” de comunidades de hablantes (1986: 2; Hymes, 1972; Moerman, 1988, citados en Guber 2001).

El investigador debe empezar por reconocer su propio marco interpretativo acerca de lo que estudiará, diferenciándolo en conceptos y terminología, del marco de los entrevistados; este reconocimiento puede hacerse revelando las respuestas subyacentes a ciertas preguntas y al rol que el informante le asigna al investigador.

La entrevista es un ejercicio entre dos o más sujetos que implica tensión y juegos de poder, en los que el entrevistado muchas veces supone, debe complacer al entrevistador, por esta razón el manejo de expresiones y emociones frente a las respuestas debe ser mesurado, pero teniendo en cuenta que si el entrevistado siente poco interés por parte de su entrevistador, no se sentirá motivado a ampliar su discurso. Es importante abordar el tema desde lo macro para irse cerrando hacia lo micro, no direccionar las respuestas, ni demostrar demasiado interés en algunos temas y poco en otros. Las preguntas directas pocas veces otorgan los mismos resultados que las preguntas relacionadas con la experiencia individual del sujeto de investigación.

En el ejercicio de la entrevista, es fundamental no dirigir las respuestas; la no directividad se basa en el supuesto de que “aquello que pertenece al orden afectivo es más profundo, más significativo y más determinante de los comportamientos, que el comportamiento intelectualizado” (Guy Mitchelat 1982, citado en Guber 2001).

Dentro del proceso general de investigación la entrevista acompaña dos grandes momentos: el de apertura, y el de focalización y profundización. En el primero, el investigador debe descubrir las preguntas relevantes; en el segundo, implementar preguntas más incisivas de ampliación y sistematización de esas relevancias (Mc Cracken, 1988). Para esto la contra pregunta es un elemento vital en la entrevista etnográfica, ahondar cada vez más en los sentidos, frases y discurso del entrevistado, permitirá romper la barrera de lo aparente, y entrar en los universos del significado, para así develar los verdaderos sentires, deseos, ideas e imaginarios que el sujeto tiene alrededor del tema de nuestra investigación.

Para el presente estudio se elaboró un cuestionario de entrevista semi – estructurada, dicho tipo de entrevista permite al investigador moverse con mayor libertad alrededor de los temas, y decidir si ahondar o no en cada uno de los mismos, Letourneau (2007), la describe como:

“Toma a forma de una conversación que gira alrededor un cuestionario abierto relacionado con un campo preciso de investigación. Con frecuencia el cuestionario solo contiene los temas que abordarán. En caliente el investigador prepara en forma definitiva las preguntas pertinentes, tanto las principales como las secundarias (...) el investigador que la realiza desempeña un papel determinante, puesto que debe coger al vuelo las pistas que la persona entrevistada le brinde,

respetando en todo momento los temas incluidos en el cuestionario” (p.173)

El cuestionario base que se aplicó fue el siguiente:

- 1) ¿Para usted qué es un niño/a?
- 2) ¿Por qué es importante trabajar por la infancia?
- 3) ¿Cuál fue su motivación para entrar en el campo de la televisión infantil?
- 4) ¿Por qué los medios de comunicación deberían preocuparse por la infancia?
- 5) ¿Cómo es ser niño en la actualidad?
- 6) ¿Cómo han cambiado los niños?
- 7) En relación a su propia infancia, ¿qué piensa de los niños de ahora?
- 8) ¿Qué piensa que quieren ver los niño/as cuando prenden el televisor?
- 9) ¿Qué están viendo los niños actualmente en televisión? ¿qué opina de estos contenidos? ¿por qué cree que les interesan?
- 10) ¿Qué papel cumplen los medios de comunicación en el desarrollo de los niños?
- 11) ¿Qué relación cree que existe entre medios de comunicación y la pérdida de la inocencia infantil?
- 12) ¿Considera que debe haber más regulación con respecto a los contenidos que se presentan en televisión y que pueden ver los niños?
- 13) ¿Quién debe decidir qué contenido es adecuado para que sea visto por un público infantil?
- 14) ¿Por qué es importante regular el consumo de los medios?
- 15) Al desarrollar los proyectos, ¿qué participación tienen los niños y las niñas?
- 16) ¿Qué considera que le hace falta a la televisión infantil colombiana?

Con estas preguntas orientadoras, se sostuvo un diálogo de aproximadamente una hora con cada uno de los sujetos de investigación. La metodología empleada para esta fase de la investigación fue la siguiente: en primera medida se organizó una base de datos de los posibles sujetos de investigación, teniendo en cuenta su experiencia en la producción, dirección y realización de televisión educativa y cultural para público infantil, para tal fin se recurrió a los ganadores de convocatorias de televisión infantil de Señal Colombia y el Ministerio de Cultura. Con esta base de datos se seleccionaron cinco sujetos de investigación, teniendo en cuenta su experiencia, la diversidad de miradas desde distintos campos, y la especialización en diferentes técnicas y estilos audiovisuales como la animación, los títeres, la ficción o el documental.

Con estos perfiles seleccionados se procedió al contacto y agenda de citas, a cada uno de los sujetos de investigación se les visitó en su casa u oficina y allí se aplicaron los instrumentos de recolección de la información. En primera instancia se realizó con cada uno de ellos el ejercicio de taller iconográfico, en el que debían dibujar una imagen que representara su propia infancia, y otra que representara la infancia actual. Luego, ellos debían describir y explicar cada una de las imágenes dibujadas, y a partir de su discurso se daba inicio a la entrevista semi-estructurada a manera de diálogo entre el investigador y el entrevistado, siguiendo el modelo orientador presentado anteriormente.

El cuestionario realizado busca resolver distintas inquietudes agrupadas temáticamente de la siguiente forma:

TEMA	PREGUNTAS
Imaginario de infancia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Para usted qué es un niño/a?</li> <li>1. ¿Por qué es importante trabajar por la infancia?</li> <li>2. ¿Cuál fue su motivación para entrar en el campo de la televisión infantil?</li> <li>3. ¿Por qué los medios de comunicación deberían preocuparse por la infancia?</li> </ol>
Imaginario de infancia contemporánea	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo han cambiado los niños?</li> <li>2. ¿Cómo es ser niño en la actualidad?</li> <li>3. En relación a su propia infancia, ¿qué piensa de los niños de ahora?</li> </ol>
Imaginario de niño consumidor de medios	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué quieren ver los niño/as cuando prenden el televisor?</li> <li>2. ¿Qué están viendo los niños actualmente en televisión? ¿qué opina de estos contenidos? ¿por qué cree que les interesan?</li> <li>3. ¿Qué papel cumplen los medios de comunicación en el desarrollo de los niños?</li> <li>4. ¿Cree que los niños aprenden viendo tv?</li> </ol>
Regulación y rol del adulto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Considera que debe haber más regulación con respecto a los contenidos que se presentan en televisión para el público infantil?</li> <li>2. ¿En quién debe recaer esta regulación?</li> <li>3. ¿Por qué es importante regular el consumo de los medios?</li> </ol>
Participación y desarrollo de proyectos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Al desarrollar los proyectos, ¿qué participación tienen los niños y las niñas?</li> </ol>

	<b>2. ¿Qué considera que le hace falta a la televisión infantil colombiana?</b>
--	---

Cómo se mencionó anteriormente, los sujetos de investigación debían cumplir ciertos requisitos relacionados con su experiencia y la diversidad de miradas desde distintas disciplinas de la realización audiovisual, a continuación se describe y caracterizan cada uno de los sujetos que participaron en este ejercicio de investigación.

**Sujeto 1:** Productora delegada del Canal Señal Colombia para la franja infantil Mi Señal, con amplia experiencia en el diseño y creación de formatos de televisión infantil para la televisión pública. Su especialidad es la creación de contenidos y la producción de los mismos

**Sujeto 2:** Directora con más de diez años de experiencia en televisión infantil, ha creado y dirigido diferentes formatos, muchos de ellos ganadores de numerosos premios y reconocimientos nacionales e internacionales. Su especialidad es el trabajo con títeres y personajes de ficción.

**Sujeto 3:** Directora con más de 10 años de experiencia en televisión infantil, especializada en el contenido documental, ganadora de importantes reconocimientos internacionales.

**Sujeto 4:** Directora y creadora de contenidos de televisión infantil con más de 15 años de experiencia; inició su carrera en la televisión privada comercial y actualmente



trabaja en televisión pública. Su especialidad son los contenidos híbridos entre ficción y documental, como magazines y programas de variedades.

**Sujeto 5:** ilustrador, animador y director de animación autodidacta, su especialidad es la animación y los dibujos animados, ha creado y dirigido proyectos de televisión infantil.

Con estos cinco sujetos de investigación se aplicaron los instrumentos de recolección de información enunciados anteriormente, luego se llevó a cabo el proceso de análisis e interpretación, el cual será descrito en el próximo capítulo.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS Y RESULTADOS**

Tras la recopilación de la información se inició el proceso de sistematización, análisis e interpretación, para tal fin es necesario recordar que los imaginarios sociales son un concepto dinámico, que abarca gran cantidad de interpretaciones y que cada sujeto puede tener varios imaginarios, tanto instituidos como instituyentes alrededor de un mismo tema, como menciona la doctora Cecilia Rincón (2014) “interpretar los imaginarios sociales desde los relatos individuales, implica develar las relaciones de cada sujeto consigo mismo y con los otros en un contexto histórico social determinado; es asumir al sujeto como creador de mundos posibles” (p.135)

Para la sistematización e interpretación de la información, se recurrió a las categorías definidas en el marco teórico. La categorización de la información se dividió en dos grandes estructuras: imaginarios sociales instituidos, e imaginarios sociales instituyentes, y dentro de estas dos macro-categorías se distribuyeron las significaciones imaginarias sociales sobre infancia particulares. Este fue el resultado de dicho análisis:

## **1. Significaciones imaginarias instituidas.**

### **1.5 El niño como sentimiento ausente.**

Esta categoría derivada de la pre-modernidad sostiene que el niño no es reconocido como sujeto, y no se evidencia diferencia entre los infantes y los adultos. En el diálogo entablado con los productores, se evidencia que aún quedan vestigios de este pensamiento pre-moderno, por ejemplo uno de ellos dice: “No me parece que haya distinción, un contenido bueno es lo mismo para niños o para adultos, hay cosas que no puede haber, pero el proceso es lo mismo. Una buena idea es una buena idea, falta más gente que sea creativa, no desde lo infantil, sino desde lo bueno. Un guionista de buenos guiones para adultos, seguramente es bueno en cosas para niños, hace falta gente que realmente sepa escribir. Es igual, es lo mismo”, y al indagar acerca de la participación infantil en el desarrollo de los programas, otro de ellos afirma: “El hijo del músico odiaba la serie, odiaba todo lo que tenía que ver con la serie, no le gustaba la música, no le gustaban las voces, no le gustaban los personajes, pero creo que es porque es un niño muy inteligente, y le daba rabia que no pudiera participar ni ayudar en el proyecto”. En estas afirmaciones se evidencia una invisibilización del punto de vista infantil, la opinión de los niños, incluso de aquellos que hacen parte del entorno familiar de los creadores o productores, en algunos casos no es tenido en cuenta, a pesar de que los infantes expresen un punto de vista claro, directo y contundente.

En muchos casos los contenidos son desarrollados de forma intuitiva, son los mismos creadores quienes deciden que funciona y que no, además de los temas a tratar y la

forma de abordarlos, relegando al público infantil a un segundo plano, prima el interés personal por encima del interés y los gustos de la audiencia, como se evidencia en las siguientes afirmaciones, devenidas de las entrevistas semiestructuradas:

“Yo hago este trabajo porque me produce placer, porque me parece divertido sacarlo de mi propia mente, no que el niño me de las ideas que yo no tengo, lo que me divierte es el ejercicio de crear una idea, entonces sería como quitarme la parte chévere de lo que hago... sería aburrido para mí tener que recurrir a otros para fortalecer mis ideas” “yo tengo en mi mente la capacidad de saber qué puede divertir a otra persona, porque me hace reír a mí. Tú a un comediante no lo pones a evaluar sus chistes” “Entré a la televisión infantil porque era donde podía hacer animación, si pudiera hacer animación para adultos lo hubiera hecho, pero fue por hacer animación” “Hay participación de mi niño interior, sé que no debería ser así, pero yo lo hago así” “Produzco desde lo que yo creo que debe ser, lo que me gusta o que me inspira, lo que me hala la pita...pero no voy con la tendencia. Particularmente en los dos últimos años ando sin mirar mucho hacia afuera.”. (Fuente: entrevista semiestructurada)

Cómo se puede evidenciar, para algunos de los directores y creadores, la televisión infantil es un vehículo para expresarse como individuo, como autores, y en muchos casos este interés de expresión resulta ser más importante que la posibilidad de conectarse con el público objetivo para el cual están dirigidos sus programas.

Además en algunas oportunidades los entrevistados respondieron como si ellos fuesen su propio público objetivo, “uno se conecta con lo que es divertido” “lo importante es que me haga reír”, reforzando aún más esta significación imaginaria, que no contempla diferencias entre infantes y adultos.

Es importante aclarar que siendo este un estudio que se configura en el mundo de los medios de comunicación y las audiencias, la significación imaginaria del niño ausente no se limita al concepto de la infancia tradicional, sino que aborda al sujeto niño como un consumidor, entendido este como sujeto económico y de consumo.

En las cinco entrevistas desarrolladas, se evidenció la ausencia de la significación imaginaria del niño consumidor dentro de la práctica del oficio, se podría afirmar que para estos creadores de contenido el **niño consumidor es un sentimiento ausente**, pues todos ellos afirmaron no saber que estaban viendo los niños a través de la televisión en la actualidad, ni que tendencias estaba marcando el mercado de la televisión infantil en el mundo; por el contrario, se declararon alejados de estas dinámicas y poco interesados en conocerlas, algunas de las afirmaciones recopiladas fueron: “Hace rato no veo tele infantil” “No tengo ni idea que hacen Caracol ni RCN, hace rato no veo lo que hay” “No estoy muy al tanto de lo que están viendo ahora”.

Esta significación imaginaria develada permite proponer una primera hipótesis, en la que posiblemente el bajo nivel de audiencia de la televisión infantil educativa y cultural tiene que ver con no considerar a los niños como consumidores, como un público que tiene sus propias tendencias y dinámicas, sino por el contrario, dejarse llevar por la intuición y las motivaciones personales, sin hacer estudios objetivos de gustos, intereses y preferencias del público infantil colombiano.

## 1.2 Niños y niñas como objetos del adulto

Esta significación imaginaria expone la idea del niño como sujeto al servicio, o en función de los adultos, en el diálogo establecido con los productores se identificaron algunos rasgos que permiten afirmar que dicha concepción se mantiene aún arraigada en el imaginario social de algunos adultos de forma matizada, por ejemplo la afirmación “yo tenía necesidad de diversión, y mi forma de comunicarme con eso es través de lo infantil, lo chistoso y tonto” evidencia cómo el público infantil es “utilizado” en función de la necesidad de un adulto, se convierte en una excusa y no en un fin.

Esta significación también se expresa cuando los sujetos de investigación hacen referencia a su propia infancia, describiéndola como una etapa en la que vivían condicionados a las decisiones de los adultos, varios de ellos recuerdan su infancia como un momento de restricciones, prohibiciones y castigos: “todo era no, no puedes, no es posible, no lo hagas, yo era muy inquieta, muy creativa, y me castigaban por inventarme cosas. Todo era no se puede, no se puede”.

Dicha concepción también se hace evidente cuando los sujetos de investigación hablan acerca de su rol como padres y madres:

“ahora que soy mamá uno se para desde otra esquina, pensando en lo que es bueno para ellos, pero antes de... la mirada es más horizontal, ahora uno piensa yo sé lo que te conviene, por eso en mis programas me gusta trabajar con gente joven, bueno, gente mucho más joven que yo, jajajaja” “claro que aprenden (los niños con la televisión), aprenden maneras de ser, aprenden porque repiten muchas de las maneras de hablar, de dirigirse,

por eso también controlo un poco como mamá”.  
(Fuente: entrevistas semiestructuradas)

Aquí podemos ver la idea de que los niños no saben diferenciar entre lo bueno y lo malo, lo que les conviene y lo que no, que necesitan ser controlados, restringidos, y los adultos, en especial los padres, son estos jueces que deciden por sus hijos, y en el caso de la televisión, por los niños televidentes.

### **1.3 Objeto de protección y preservación**

Otra significación imaginaria revelada, es la concepción del niño como un objeto que necesita ser cuidado y protegido del mundo exterior, niños y niñas se convierten entonces en una especie de figuras de porcelana, propensas a ser dañadas por la sociedad, uno de los sujetos de investigación manifiesta:

“Nosotros de chiquitos jugábamos en el parque, en la calle, sin supervisión de los adultos y creábamos unas relaciones especiales con esos amigos de la calle y una relación con el mundo que nos hacía mucho más autónomos e independientes y eso de alguna manera desarrolla ciertas habilidades que se ven luego cuando uno ya es grande. Y hoy en día lo que percibo es que los niños están mucho más limitados básicamente por un tema de miedo de los cuidadores, pero es obvio: yo a mi hija no la dejo salir a la calle sola, ella no hace un mandado, yo hacía un mandado desde muy chiquita, ella no porque me da pánico que se la roben en la calle. Y tiene que ver con la seguridad de los niños en los entornos de la comunidad, con los que los papás y los cuidadores tenemos mucho cuidado y prevención, pero a su vez, de alguna manera, el universo y las sociedad buscan encontrar esas otras vías de escape, de solución a esas posibles problemáticas que tienen que ver con por ejemplo con las tecnologías y que los niños encuentran allí posibilidades de esa expresión y

expansión que a la vez se daba en lo análogo pero que ahora se puede estar dando en lo digital y en las formas posibles actualmente” (Sujeto de investigación, comunicación personal, 2016)

Aquí se evidencian los temores de los padres contemporáneos, temores que se pueden manifestar en la elaboración de los programas de televisión, sentir que la infancia es indefensa, vulnerable y necesita ser protegida, puede influir en la representación de la niñez misma dentro de los distintos medios de comunicación, restándole empoderamiento, autonomía y participación. Concebir a niños y niñas como objetos de protección se traduce entonces en un distanciamiento con la audiencia objetivo, la cual se quiere ver representada como poderosa, autónoma y libre. David Buckingham (2014), expone que los niños contemporáneos se sienten atraídos por el universo anárquico y libre de autoridad adulta que plantean los medios especializados (Nickelodeon, Cartoon Network), por eso es importante comprender y entender de qué estamos protegiendo a los niños en los programas infantiles y cómo se está llevando a cabo dicha protección.

Al respecto otro de los entrevistados manifiesta que “cuando haces un contenido para adultos puedes darte el lujo de ser irresponsable, decir lo que quieras, expresarte, como en el cine, cine de autor, o una novela equis, el adulto no es tan vulnerable, puede tomar decisiones y tiene una postura crítica, mientras un niño no. El nivel de responsabilidad es mucho más alto, y uno no es responsable con algo que no quiere, entonces también exige un afecto por ese público, yo no quisiera dañar a alguien que esté viendo mi contenido”. El uso de palabras como dañar, o afirmar que los niños no tienen postura crítica, develan que aún se conservan significaciones imaginarias modernas, las cuales asumen a niños y niñas como seres pasivos, inocentes, vulnerables y moldeables.



Se considera que los niños deben ser protegidos, pues son inocentes y puros, recordando la representación de la **santa infancia**, cuando en la iconografía los niños eran representados como ángeles y querubines; esta visión tiende a menospreciar la voz de niños y niñas pues son muy inocentes para entender el mundo; dicha significación se hace evidente a través de afirmaciones como estas:

“Tengo la idea que ellos (los niños) no van a entender las cosas si las testeó, sé que hay gente que trabaja con los niños y tal, (en el desarrollo de los contenidos) pero yo no sé porque yo no, me siento mal por no hacerlo, pero no me hace falta (...) sentar un grupo de niños a escribir me suena que no me voy a divertir para nada”, “es un poco más tonto mi concepto de diversión, por eso trabajo para niños”, “En la vida cotidiana ahora se les exige como grandes, tienen mil actividades y las tareas, perdemos de vista que son niños”.  
(Fuente: entrevistas semiestructuradas)

En estos testimonios se devela un imaginario de niño como alguien que no entiende, relacionado con palabras como tonto, y a quien no se le puede exigir mucho pues es simplemente un menor, significaciones que pueden impedir una comunicación directa y horizontal con la audiencia objetivo, pues los niños se encuentran en una tensión permanente con el mundo adulto, luchando por ser escuchados y demostrando que no son tan ingenuos, simples e inocentes como ellos creen.

#### **1.4 Los niños como alumnos: la infancia como promesa futura, sujetos moldeables.**

Considerar a los niños como sujetos que se moldean al gusto de los adultos, y que deben ser colmados de conocimientos en función, no de su presente, de lo que son ahora, sino de lo que harán en un futuro con dichos conocimientos, es una significación bastante común en nuestra sociedad actual, y los productores de televisión infantil no son ajenos a este pensamiento, de hecho lo refuerzan y reproducen en su discurso y en los contenidos que realizan. Estas son algunas de las afirmaciones elaboradas por los entrevistados, que evidencian su postura frente a este tema:

“Los niños están dispuestos a aprender lo que sea y esa flexibilidad cerebral hace que los niños aprendan unas ciertas cosas u otras y eso que aprenden en ese tiempo de la infancia es lo que se constituye en su capital para lo que luego van a ser como adolescentes, como adultos y como viejos”, “si nutrimos ese capital que tienen los niños hacia la construcción de un mundo que sea más benévolo y mejor para todos y favorecemos esa posibilidad que tienen ellos de imaginar y de crear y de fantasear con respecto a ciertas problemáticas y situaciones que se presentan, podemos hacer que haya cambios sustanciales en la sociedad y unas posibilidades de aprendizaje para que ellos a través de su personalidad y de su carácter vayan adquiriendo una cierta forma que alberga un contenido que puede ser positivo hacia futuro y en el presente también con respecto a la sociedad en la que vivimos”, “nosotros a los niños les entregamos cosas que ellos van guardando y de las que van a echar mano en algún momento después. Entonces hay que ser muy cuidadosos con lo que se le entrega porque eso es lo que van a sacar en otro momento para darle una respuesta al mundo”, “digamos que ellos tienen la capacidad para aprender lo que sea, pero nuestra responsabilidad como adultos sí es darles oportunidades para aprender lo mejor posible”, “entonces, en la medida en que los niños tengan la

posibilidad de moldear su conocimiento del mundo, sus relaciones con los otros, con la naturaleza, etc..., vamos a crear unas realidades acordes con eso que aprendieron, con ese capital que adquirieron”, “¿qué están viendo los niños y eso para qué les sirve en la existencia? Todo el tiempo me planteo eso con mis hijos, finalmente que es lo que ellos están recibiendo, y qué van a hacer con eso después”. (Fuente: entrevistas semiestructuradas)

Cómo se puede constatar, algunos productores de contenido consideran que los niños son receptores que se deben “llenar” con ciertos conocimientos, en función no de los sujetos que son en el presente, sino pensando en lo que serán en un futuro, cuando sean adultos; acá de nuevo se evidencia la infancia como un sentimiento ausente, pues los contenidos no se crean para el disfrute y entretenimiento auténtico de la audiencia infantil, se realizan pensando en los adultos que serán, se está produciendo en función del mundo adulto y no del universo del niño.

Fue muy común encontrar analogías y metáforas que asocian a la infancia con la semilla, con los frutos, relacionadas también con la idea de que estos son moldeables y ajustables al deseo adulto, incapaces de contradecir, discernir o recapacitar, como se puede ver en el siguiente testimonio:

“A cualquier persona la parecería ilógico pedir frutos a un arbusto, es natural esperar un tiempo para que esa mata se desarrollara, creciera, y en ese tiempo hay que alimentar la planta, darle agua abono, para que algún día ese árbol llegara a dar frutos, lo mismo ocurre con los seres humanos, la infancia es una etapa de siembra. Es el comienzo de una vida, la infancia, no puedes pedirle a un niño que dé frutos, o que de muchas cosas, están es para recibir. Y claro entre más nutrientes reciban, más

pronto empiezan a florecer” (Fuente: entrevistas semiestructuradas)

Este testimonio es muy elocuente en cuanto a la significación imaginaria de infancia que allí se evidencia, considerar que los niños están exclusivamente para recibir, pone de manifiesto que estos no son considerados sujetos de derecho activos en la sociedad y la cultura, corta sus posibilidades creadoras y los ubica en un nivel de inferioridad supeditados a las aspiraciones e intereses de los mayores.

Así entonces, es posible inferir que los realizadores de televisión infantil de interés público están asumiendo a los niños como un sujeto en devenir, para ellos en la infancia aún no son sujetos completos de derecho, niños y niñas son entonces proyectos a futuro, una promesa, un anhelo, lo que se quiere que sean, no lo que son; el niño se convierte entonces en un concepto abstracto, impreciso e indefinido, su existencia importa en función de lo que será más adelante; entregándoles además la responsabilidad de cambiar el orden de las cosas, evadiendo así como adultos dicha responsabilidad.

Esta puede ser otra de las razones de la poca conexión que generan los contenidos con la audiencia objetivo, se continúa produciendo para el adulto futuro, los programas se convierten entonces en baluartes de la moral, la ética y el buen comportamiento, no hay lugar para la irreverencia, la rebeldía, y la insurrección, se está produciendo una televisión

tan políticamente correcta, que a lo mejor, en su audiencia objetivo solo produce aburrimiento.

### **1.5 Víctimas del consumo**

La última de las significaciones imaginarias sobre infancia instituidas develadas en el presente estudio, tiene que ver con la idea de los niños como víctimas pasivas del sistema de producción capitalista, dicha categoría tiene que ver con la concepción del niño como un ente manipulable que se deja influenciar fácilmente por el mercado sin poner ninguna resistencia, se tiene la idea de que el niño es como una vela que se deja llevar por lo que digan los medios de comunicación, como si no tuviese gustos, ideas e intereses propios. Estas son algunas de las afirmaciones recopiladas que apuntan en esta dirección:

“Los niños ven lo que les pongan, así de sencillo”, “los niños están muy aislados de la vida, de la familia, están conectados con el mundo, pero eso no real. Consumiendo contenidos por todos lados, pero desconectados de la vida”, “que el tiempo libre se dedique a consumir pantallas me parece espantoso...habilidades que no se desarrollan, si solo comen viendo la pantalla, los niños necesitan otro tipo de actividades diferentes, están dejando de hacer cosas que son importantes”, “(los niños) son los máximos compradores, los consumidores máximos del planeta. Los papás compran lo que los niños quieren”, “no dejamos a nuestros hijos ver televisión, es un problema grave, uno no puede quedarse recibiendo y no más. Es el control de pantallas, es que esto te atrapa, esto es una enfermedad planetaria, mientras menos estén expuestos a esto mejor”. (Fuente: entrevistas semiestructuradas)

También se manifestaron declaraciones que apuntan a responsabilizar del bajo nivel de audiencia a la falta de publicidad y promoción de los programas, argumentando que si a un niño se le “venden” los contenidos, seguramente los va a consumir, independientemente de su calidad o pertinencia;

“Podríamos llegar a más niños con más promoción. Para lograr que nos vean tenemos que promocionarlo y los presupuestos son mínimos, comparados con otros proveedores de contenido”, “los contenidos no solo están en la pantalla, está el disfraz, el juego, los cuadernos, una cantidad de productos, para llegarle a los niños no es solo a través del recurso audiovisual”, “no hay publicidad, los niños consumen mucha publicidad, deberían pagar pauta en otros canales, en el periódico, pero eso es pagando”. (Fuente: entrevistas semiestructuradas)

Estas afirmaciones refuerzan la idea de que el niño es fácilmente manipulable e influenciado por el mercadeo, solo hace falta promocionar las cosas para que estas sean consumidas, ninguno de los entrevistados argumentó que los programas pudiesen simplemente ser aburridos o poco llamativos para la audiencia objetivo, como los mismos niños lo manifiestan en el estudio *Aproximación a Los Hábitos de Consumo de Contenidos Mediáticos por Parte de Los Niños Y Las Niñas En Colombia* (2014) realizado por el Ministerio de Cultura. Además, este argumento es fácilmente rebatible si se analizan las estrategias de promoción de los canales especializados Nickelodeon, Cartoon Network y Discovery Kids, los cuales tienen como principal plataforma de promoción sus propias pantallas, no pautan en otros canales, y tampoco realizan grandes campañas publicitarias en otros medios, como lo sugieren la mayoría de entrevistados.

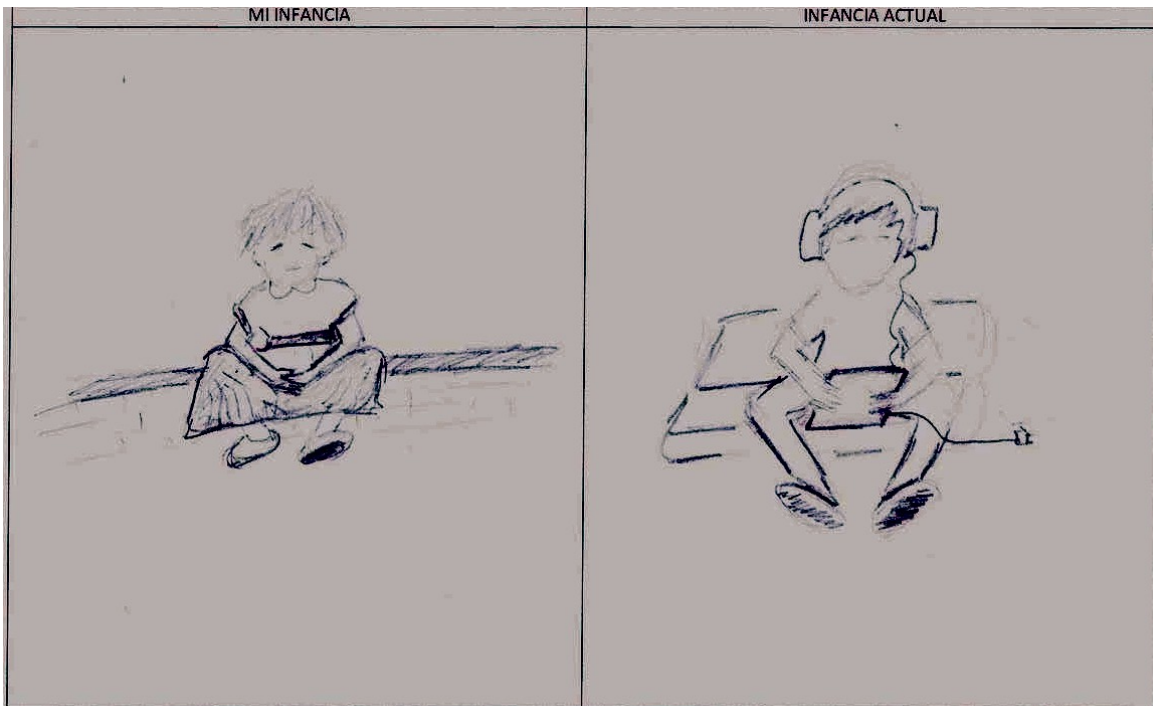
Considerar a la infancia contemporánea como una víctima del consumo, es poner a los niños en una posición de vulnerabilidad e indefensión, negando su capacidad de tomar

decisiones e incluso negando su potencial creativo, además se retoma el mito de la inocencia infantil expuesto por Jenkins (1998), quién afirma que por una cuestión de nostalgia, los adultos tienden a pensar que la infancia presente siempre está en decadencia comparada con su propia infancia, que sí fue la “correcta”; los sujetos de investigación realizaron varias afirmaciones que apuntan en este sentido:

“Lo que veo es que antes uno tenía que inventarse más todo. Osea, había que imaginarse todo, que construirlo todo, pero ahora no lo tienes que hacer, alguien más lo hace por ti. Tú te conectas al juego y ya está todo el universo construido, no tienes que completar demasiado con imaginación. La imaginación antes tenía que encargarse de completar muchos asuntos de la vida, ahora no. Tú enchufas al chino la Tablet y chao, deja de molestar”, “los niños están llenos de cosas, pero a la vez muy vacíos, están en música, en natación, en tenis. Saben muchas cosas, pero vacíos porque siento que esa cantidad de cosas con las que se ha llenado su cabecita es para suplir una falta de afecto, son los hijos de las madres feministas, de las mujeres emancipadas, de quienes quieren el éxito profesional”, “en la televisión quieren suplir carencias, quieren sentirse queridos amados, importantes, valiosos (...) estamos remplazando la mamá ausente y el papá que no juega. Muy triste, somos horribles”. (Fuente: entrevistas semiestructuradas)

Se puede observar entonces una percepción de la infancia contemporánea como algo que se está estropeando, que no va bien, vacía y olvidada.

En algunas de las representaciones iconográficas también se evidencia la significación de la infancia actual como víctima del consumo y de los medios de comunicación:



Define niño o niña en una palabra *Construcción*



En la primera de las representaciones, vemos a la infancia contemporánea encerrada dentro de las pantallas, al indagar por esta representación, la entrevistada argumenta que el mundo sigue siendo el mismo que ella vivió cuando era niña, pero que ahora los niños no tienen contacto directo con él, todo lo realizan a través de la pantalla, están encerrados allí. En la segunda representación vemos a dos niños solitarios, con gesto taciturno, en una pose triste, asociando así a la infancia con un estado de victimización y vulnerabilidad, la niña que representa la infancia de la entrevistada se encuentra sola, pues como ella misma cuenta, en esa época no tenía a nadie con quien jugar, fue una niñez muy solitaria; y el niño que representa la infancia actual, se encuentra igual de solitario pero conectado a sus audífonos y a una tableta digital, él también se ve triste y aburrido, representando a una infancia insatisfecha, conectada a una tecnología que no la hace feliz, y que no suple sus necesidades, ante esta representación el sujeto de investigación argumenta: “un niño que ve televisión está solo, de lo contrario estaría jugando o con su familia”. Aunque es complicado entrar a debatir que tan favorable es para niños y niñas el uso de la tecnología digital, lo que sí se evidencia en estas representaciones, es la negación del potencial creador y expresivo que encuentran niños y niñas en las herramientas digitales, como lo expone David Buckingham en su obra *Más Allá de la Tecnología, Aprendizaje Infantil en la Era de la Cultura Digital* (2008); en la cual presenta las posibilidades y ventajas que brindan estas tecnologías para el desarrollo y el aprendizaje de los infantes .

## **2. Significaciones imaginarias instituyentes**

Además de las significaciones imaginarias instituidas que vimos anteriormente, los productores de televisión infantil educativa y cultural también poseen significaciones imaginarias instituyentes, que se encuentran en consonancia con lo que significa ser niño o niña en el mundo contemporáneo, asumiendo la existencia de múltiples infancias y su reconocimiento como sujetos de derecho.

### **2.1 Sujetos de derecho**

La mayoría de afirmaciones que hacen parte de esta categoría, apuntan a destacar a los niños como sujetos que ejercen su derecho al juego, al entretenimiento y a la diversión a través de la televisión, como se puede ver en las siguientes respuestas:

“los niños buscan diversión, nada más, que sea chistoso. Uno no prende el televisor para reforzar matemáticas, es porque quiere entretenimiento, es para entretenerse”, “es un llamado hacia la diversión, me gusta hacer algo que me haga reír, con lo que los niños se diviertan” “los niños prenden el televisor para reírse, para divertirse”, “yo no quiero salvar a nadie, pero en ese momento de intimidad (cuando los niños ven televisión), lo que yo diga, espero decir lo más divertido, lo más constructivo posible” (Fuente: entrevistas semi-estructuradas)

Para los 5 sujetos de investigación, los niños buscan diversión y entretenimiento en la televisión, quieren reírse y pasar un buen rato, y aunque definitivamente en la televisión pueden aprender muchas cosas, tanto negativas como positivas, esto no es una motivación para conectarse a ella, lo hacen por una necesidad legítima de esparcimiento.

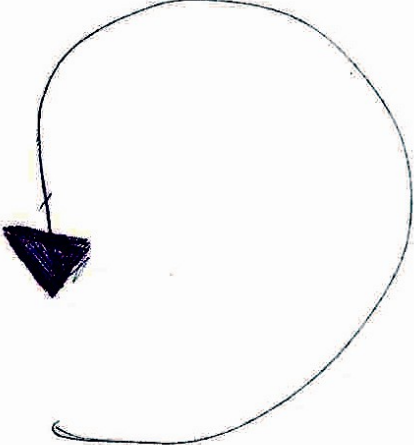
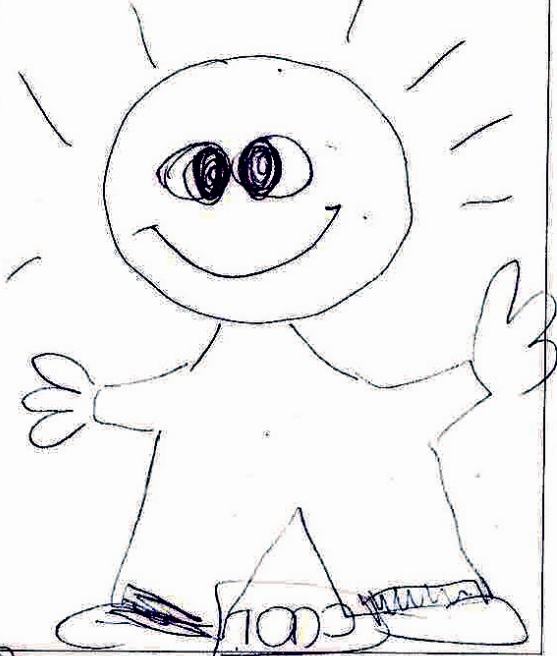
Además, aunque algunos productores afirmaron no tener en cuenta la opinión de los niños a la hora de crear sus proyectos y seguir más sus gustos y su intuición, para otros, la opinión y expresión de niños y niñas es fundamental, asumiéndolos como **sujetos autónomos y participativos**, empoderados y en capacidad de aportar al desarrollo y creación de un contenido audiovisual específico, como se puede ver en los siguientes testimonios:

“Ellos (los niños) me dictan el contenido, todo surge de una idea, las ideas están en el aire y surgen por estímulos o experiencias, pero a esas ideas hay que dárselo forma, a nutrirse a crecer, a desarrollarse, y en ese proceso de desarrollo de la idea siempre están los niños presentes” “Ellos nos dictan el contenido, nos dicen por dónde ir, no podría concebir mi trabajo de otra forma”, “es recomendable que los niños siempre participen del proceso de desarrollo de los programas de televisión”, “todos los programas que yo he hecho los protagonistas son niños, todo es con los niños, y los niños como productores de contenido, no solo como receptores. Es un poco el derecho de los niños a la expresión, no ponerlos a decir cosas...participan efectivamente de la construcción del contenido, del mensaje. Nosotros solo somos herramientas para empoderar a esa potencia”, “básicamente creo que la niñez por una parte debería tener muchas más participación, mucho más respeto por la voz y la acción de los niños en la medida que ellos tienen la capacidad de participar, de proponer, de promover y de pensar alternativas a lo que existe, y la infancia de alguna manera y lo que nosotros hagamos por la infancia deberá ir es en fortalecer todas esas habilidades y competencias que tienen los niños pero especialmente en que nosotros los adultos aceptemos que ellos también pueden tener razón con respecto a propuestas que tengan de la comunidad de la familia, de la escuela, etc...”, “trabajo con mis niños (hijos) en la creación de los programas” (Fuente: entrevistas semi-estructuradas).

Además, para la mayoría de los entrevistados, los niños ejercen su autonomía y su poder de decisión al escoger lo que ven en la pantalla, en el mundo contemporáneo existe un abanico enorme de posibilidades, que permiten al niño decidir y configurar su personalidad a partir de sus gustos e intereses personales, los medios de comunicación se convierten entonces en una herramienta para definir la propia personalidad del individuo, como lo expresan algunos de los entrevistados:

“Les gusta (a los niños) tener control sobre lo que ven, si no les gusta cambiar de canal, o apagan” “los niños de ahora tienen más poder de decisión, tienen un abanico enorme de posibilidades”, “si al niño le gusta lo va a comprar. Me parece bien, hay que vender, no le veo nada malo a eso, y a explotar la posibilidad de consumidores de los niños”, “hay que generar herramientas para que ellos se sientan poderosos” (Fuente: entrevistas semi-estructuradas).

En las imágenes recopiladas en el taller iconográfico, se identificaron dos representaciones de la infancia contemporánea como sujetos con poder y capacidad de decisión:

MI INFANCIA	INFANCIA ACTUAL
 <p data-bbox="276 819 633 871">Donde quisiera ir.</p>	
<p>Define niño o niña en una palabra <u>PODER</u> <u>POTENCIA</u></p>	

MI INFANCIA	INFANCIA ACTUAL
	
<p>Define niño o niña en una palabra <u>COMIENZO</u></p>	

En estas representaciones podemos ver a la infancia actual representada como una puerta abierta, como un sujeto poderoso y en capacidad de desarrollar sus posibilidades, feliz, sonriente, y satisfecho. La idea del niño como un sujeto inquieto, curioso y que busca ejercer su autonomía, también se evidencia en las siguientes afirmaciones, realizadas por otros de los sujetos de investigación, “un niño es una persona que suele hacer preguntas importantes, y suele recibir respuestas superficiales. Eso definiría que es un niño”, “a los niños se les trata de estúpidos, o de intocables recientemente. Cuando era niño me gustaba preguntar cosas y que me respondieran normalmente, entonces me gusta tratar los temas inteligentemente. No hay que decir las cosas complicadas pero sí serias”.

En cuanto a la regulación de los contenidos y el uso de las pantallas, en general, todos los entrevistados estuvieron de acuerdo en que dicha regulación debe estar en manos de la familia y no de agentes externos, la prohibición o censura no es una opción para la mayoría de ellos, “todo el mundo tiene derecho a crear el contenido que quiera, está en el papá regular lo que el niño ve, no en el canal, ni el estado, ni nadie más” “debe haber un control de cuanto se consume, sí, pero ofreciendo otras posibilidades, otras cosas que hacer, no solo prohibir. Para que desconectarse realmente sea algo chévere, divertido” “la regulación está en los padres, y ya, no es necesaria la regulación estatal, eso no va a pasar y es perder el tiempo”.

Ante este panorama es posible afirmar que aunque aún prevalecen distintas significaciones imaginarias instituidas, para los productores de televisión infantil de interés público niños y niñas son además sujetos de derecho, libres, autónomos y pensantes; para quienes la prohibición no es una opción, y con quienes se deben planear estrategias

llamativas, efectivas y contundentes para captar su interés e involucrarlos con los contenidos producidos para televisión.

## **2.2 Múltiples infancias**

Otra de las categorías definidas desde el marco teórico tiene que ver con el reconocimiento de las diferentes maneras de transitar la infancia que concurren en el mundo contemporáneo, no existe una infancia, existen múltiples y diversas formas de ser niño, dependiendo del contexto socio-cultural en que se encuentren. Esta significación imaginaria solo se manifestó en uno de los sujetos entrevistados, quién expresó lo siguiente:

“Es importante que los niños de Colombia conozcan más niños colombianos, entre más posibilidades tengan de conocer, su visión del mundo va a ser más amplia, más compleja, y entra la posibilidad de la tolerancia y el respeto a las diferencias de una forma más fácil, más rica (...) claro, millones de niños están siendo mejor alimentados, entonces desde que están en la panza de la mamá están recibiendo nutrientes de mejor calidad y eso obviamente que tiene una influencia a nivel físico en las neuronas y en el desarrollo del cuerpo, etc... Entonces digamos que a nivel fisiológico hay una transformación importante y eso obviamente que tiene un impacto en el cerebro, pero no hacemos nada con tener unos cerebros bien alimentados si no tienen todos los estímulos para desarrollar habilidades, entonces no estoy de acuerdo con el dicho popular que los niños ahora ‘nacen con el chip’. Lo que pasa es que los niños ahora tienen muchas más oportunidades de desarrollo de esas habilidades” (Fuente: entrevista semi-estructurada).

Aquí pone de manifiesto el reconocimiento a las múltiples maneras que se puede transitar la infancia, y cómo la televisión infantil debe intentar reconocer y visibilizarlas a todas, para evitar así el discurso homogeneizante y estandarizado alrededor de los niños.

De esta forma es posible asegurar que las significaciones imaginarias sobre infancia que tiene los creadores de televisión infantil en Colombia son muy diversas, y abarcan un amplio panorama de ideas, representaciones, afectos y acciones alrededor de su público objetivo. Es evidente que aún permanecen significaciones imaginarias pre-modernas y modernas, que se han mantenido en el inconsciente colectivo por cientos de años y no dan muestras de desaparecer. Y aunque existen algunas significaciones instituyentes que rivalizan con las significaciones instituidas, en el discurso de los sujetos de investigación se presentan una serie de contradicciones y paradojas que serán analizadas a continuación, en el capítulo de conclusiones.



## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES**

Como se pudo observar en el capítulo anterior, los productores de televisión infantil educativa y cultural tienen diversos imaginarios de infancia, que van desde un sentimiento ausente, hasta sujetos de derecho empoderados y participativos. Dentro de estas acepciones, se manifiestan claras y notorias contradicciones, y a partir de allí es posible generar algunas hipótesis alrededor del bajo índice de audiencia de la franja infantil de la televisión pública.

En primera medida se evidencia que aunque el público infantil es el fin mismo de la labor que realizan, en muchos casos dicho público no es considerado como el eje de la producción, en algunas ocasiones priman los deseos y gustos personales de los creadores sobre los intereses de la misma audiencia. Al tratarse de televisión de interés público, no están sujetos a los avatares del rating y la medición de espectadores, lo que les permite moverse con mayor libertad, sin necesidad de evaluar el impacto que tienen los contenidos que realizan en su público objetivo, convirtiéndose en muchos casos en proyectos productos de un interés personal más que una necesidad de la infancia televidente.

Ninguno de los entrevistados asoció a los niños de forma directa e instantánea con el juego, la diversión, la curiosidad o el esparcimiento, dichas acepciones aparecieron solo cuando se preguntó que buscaban los niños en la televisión, lo que permite suponer que aunque tienen claro que los niños buscan diversión en los medios de comunicación, esta no es su prioridad a la hora de crear los programas, muchos de ellos consideran al niño principalmente un ser que debe ser protegido, cuidado, salvado, cultivado y educado, antes

que un sujeto que busca ejercer su derecho al juego, al sano esparcimiento y a la diversión; significaciones que para un creador de contenido infantil deberían ser prioridad, especialmente si se tiene en cuenta la competencia y la dinámica del mercado, que ofrece productos muy atractivos para esta audiencia específica, cargados de mucho irreverencia, humor y entretenimiento.

Dentro del discurso de los entrevistados se evidencia un claro interés por la infancia como proyecto a futuro, en lo que serán más adelante, cuando sean adultos, produciendo contenidos que apuntan en esa dirección, buscando “educarlos” alrededor de un tema específico antes que entretenerlos; reflejando así un claro desinterés por la infancia como sujetos de consumo y como público; ninguno de los entrevistados manifestó conocimiento o interés en las tendencias y hábitos de consumo de la infancia contemporánea, por el contrario se refirieron a este como un tema que poco les interesa, actitud bastante rebatible, si se tiene en cuenta que aunque crean contenidos para televisión de interés público, no son ajenos a las dinámicas del mercado, y que en la industria de los medios de comunicación lo que no es visto no tiene justificación para continuar, por lo tanto, dicha indiferencia al estudio de la audiencia infantil desde una perspectiva profesional, podría llevar a una futura desaparición de este tipo de contenidos dentro de las pantallas de la televisión pública.

Además de lo anterior, llama la atención que tan solo uno de los entrevistados tenga una significación imaginaria de la infancia relacionada con la diversidad, siendo este uno de los ejes fundamentales que articulan la televisión pública nacional: el reconocimiento a la pluralidad cultural que tiene Colombia. Es importante recalcar que no existe una sola forma

de ser niño, y que si se tiene esta perspectiva en mente, es posible generar contenidos aún más especializados, que aunque no tengan un impacto en los públicos masivos, sí generen interés y fidelidad por una audiencia nicho específica, lo que ampliaría la perspectiva y el rango de acción de estos programas de televisión, los cuales estarían encaminados a generar identificación en grupos poblacionales de niños específicos, y no en los espectadores masivos como ocurre actualmente, en una batalla por la audiencia que claramente está perdiendo la televisión pública.

En este sentido es importante resaltar, que al indagar por el bajo nivel de audiencia que presentan dichos contenidos, todos argumentaron que se debe a un problema de promoción, difusión y mercadeo; en ningún caso se generó algún tipo de autorreflexión o cuestionamiento alrededor de la pertinencia y cohesión de los contenidos desarrollados con los intereses de la audiencia objetivo.

Por todo lo descrito anteriormente, se recomienda a los creadores de contenido para público infantil de la televisión pública realizar un estudio de mercado serio y a profundidad, en el que se evidencien los gustos, tendencias, intereses y expectativas de su público objetivo con relación a la televisión que están produciendo. Además, es importante no perder de perspectiva que los niños de la contemporaneidad tienen una marcada capacidad de decisión, son sujetos de derecho que ejercen su libertad y autonomía, y que no tendrán reparos en ejercer dicho derecho frente a un contenido mediático que no cumple sus expectativas, ellos cambiarán el canal o apagarán el televisor sin contemplaciones, por lo tanto es importante tener en cuenta los intereses y gustos auténticos y legítimos del público

objetivo y dejar de lado la perspectiva adulta del “deber ser”, de lo que se quiere que los niños sean, y preocuparse más por lo que son.

## BIBLIOGRAFIA

- Agudelo Antonio (2011.). *(Des)hilvanar el sentido/los juegos de Penélope, Una revisión del concepto imaginario y sus implicaciones sociales*. Revista Uni-Pluri/Versidad de la Universidad de Antioquia.
- Anzaldúa Raúl Enrique (2008). *Pensar al Sujeto a Partir de Castoriadis. Fragmentos del Caos*, Cabrera Daniel – Coordinador. Editorial Biblos.
- Aries, P. (1987). *El niño y la vida familiar en el antiguo régimen*. Madrid: Taurus.
- Bryman Alan (2004). *Social research methods*. Oxford: New York Oxford University Press.
- Buckingham David (2011). *La Infancia Materialista: Crecer en la Cultura Consumista*. Ediciones Morata.
- Buckingham David (2002). *Smalls Screens, Television for Children*. Leicester University Press.
- Buckingham David (2007). *Más Allá de la Tecnología, Aprendizaje Infantil en la Era de la Cultura Digital*. Manantial Buenos Aires.
- Buckingham David (1999). *Blurring the Boundaries, “Teletubbies” and Children’s Media Today*. International Central Institute for Youth and Educational Television IZI. N° 12/1999/2
- Buckingham David (2012). *Children and Media: a Cultural Studies Approach*. Revista Matrices, Sao Paulo. Año 5 N° 2/2012
- Calsamiglia Helena, Tusón Amparo (2007). *Las Cosas del Decir, Manual del Análisis del Discurso*. Ariel.
- Castoriadis, Cornelius (1983) *La institución imaginaria de la sociedad, vol. 1*. Barcelona, Tusquets.
- Duran Lisandro (2004). *Los Imaginarios de Infancia y Maltrato en Algunos Funcionarios de Medicina Legal*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Gardner Howard y Katie Davis (2014). *La Generación App*. Editorial Paidós. Barcelona.

- Gómez Miguel Ángel, Alzate María Victoria (2014). *La Infancia Contemporánea*. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Vol 1 N°1 Manizales 2014.
- Guber Rosana (2001). *La Etnografía. Método, Campo Y Reflexividad*. Buenos Aires, Norma.
- Hernandez Rodrigo, Perkins Marlene (2010). *Infancia y Medios de Comunicación, Recomendaciones para el Tratamiento de la Infancia en los Medios de Comunicación*. Unicef, Save the Children
- Jenkins Henry (1998). *The Innocent Child and Other Modern Myths*. <http://web.mit.edu/21fms/People/henry3/innocentchild.html>
- Létourneau Jocelyn (2007). *La Caja De Herramientas Del Joven Investigador*. La Carreta Editores
- Manzano Vicente (2005). *Introducción al análisis del discurso*.
- McCracken Grant (1988) *The Long Interview*. Sage publications.
- Ministerio de Cultura (2015). *Convocatoria de Estímulos. Programa Nacional de Estímulos 2015*.
- Moreno Carolina y Rovira Cristóbal (2009). *Imaginarios: Desarrollo Y Aplicaciones De Un Concepto Crecientemente Utilizado En Las Ciencias Sociales, Investigación Para La Política Pública Desarrollo Humano*. UNDP.
- Mintz Steven (2004), *Children's Culture*. [http://www.usu.edu/anthro/childhoodconference/Reading%20Material/Mintz\\_Childrens\\_culture\\_002.doc](http://www.usu.edu/anthro/childhoodconference/Reading%20Material/Mintz_Childrens_culture_002.doc).
- Muñoz Diego (2007), *Concepciones de Niñez y Juventud en las Pedagogías Católicas de Principios del siglo XX en Colombia*. Revista latinoamericana cienc.soc.niñez juv 5(2): 841-857, 2007
- Pindado Julián (2003). *El Papel De Los Medios De Comunicación En La Socialización De Los Adolescentes De Málaga*. Tesis Doctoral Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- Pérez Gloria (1994) *Investigación Cualitativa: Retos e Interrogantes*. La Muralla.

- Quintana Alberto (2006), *Metodología de Investigación Científica Cualitativa*. Psicología: Tópicos de actualidad. Lima.
- Rincón Cecilia (2014). *Imaginario Sobre Infancia, Políticas Públicas y Prácticas Pedagógicas*. Tesis doctoral - Universidad Autónoma de México.
- Rincón Cecilia, De La Torre Omaira, Triviño Ana, Rosas Ana, Hernández Daniel (2008) *Imaginario De Infancia y La Formación De Maestros*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Editado por el Instituto para la investigación educativa y el desarrollo pedagógico – IDEP-.
- Rincón Cecilia, Galeano Eduardo, Cajiao Francisco, Bromberg Paul, Muñoz Germán, Tejeiro Carlos, Hernández Daniel, (2002) *Infancia y Comunicación*. Fondo de Publicaciones Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Romero Luz (2010). *Proyecto de investigación Imaginario de Infancia De Docentes De Educación Inicial*. Especialización en Gerencia de Proyectos Institucionales de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Rosario María (2011) *Taller de Análisis del Discurso*. Tomado de <http://instrumentos-investigacion.wikispaces.com/5.+An%C3%A1lisis+del+Discurso>.
- Sáenz, J., Saldarriaga, O. & Ospina, A. (1997). *Mirar la Infancia: Pedagogía, Moral y Modernidad en Colombia, 1903-1946*. 2 volúmenes. Bogotá: Colciencias, Ediciones Foro Nacional por Colombia y Universidad de Antioquia.
- Sandoval Yamile, Aguaded Ignacio, Sánchez Jacqueline (2015). *Infancia y Televisión: El Marco Normativo Colombiano (1998-2012)*. Universidad Santiago de Cali. Facultad de Comunicación y Publicidad. Departamento de Comunicación.
- Silva, O. (2002) *El Análisis del Discurso Según Van Dijk y Los Estudios de La Comunicación*. Razón y palabra. Número 26. [www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/osilva.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/osilva.html).
- Signos. Teoría y Práctica de la Educación 22 (1997). *Discurso, Cognición y Sociedad*. Tes N A. Van Dijk. Pág. 66 – 74.
- Silva Armando (2006). *Imaginario Urbanos*. Editorial Nomos.
- Téllez Sandra. Cortés Diana. Soto Diana, Sandoval Yamile (2014). *Aproximación A Los Hábitos De Consumo De Contenidos Mediáticos Por Parte De Los Niños Y Las Niñas En Colombia*. Ministerio de Cultura de Colombia.