

Cine y Formación Docente 2007

Jueves 5 de julio en Río Grande y viernes 6 de julio en Ushuaia, provincia de Tierra del Fuego.

La infancia entre la inocencia y el mercado

Por Valeria Dotro

1- Introducción

Me gustaría comenzar contando una anécdota que me contaron hace unos meses. La anécdota la contó el padre de un nene de unos 6 o 7 años. Este hombre había decidido, después de resistirse durante un tiempo, regalarle a su hijo un celular, para los Reyes Magos. Un día, el nene estaba en su casa, suena el celular, él atiende, le piden por su padre: Juan Pérez, él responde que no está en la casa y que es su papá. La persona que llama le pide que cuando vuelva le diga que llamaron de Garbarino y que tenían que hablar con el dueño del celular. Entonces, el nene responde que el dueño es él. El empleado de Garbarino le explica que el teléfono es de él pero que tienen que hablar con el titular, es decir, con la persona que compró el teléfono. Al escuchar esto, el niño responde: "Ah, entonces no tenés que hablar con mi papá, tenés que hablar con Baltazar".

Es una anécdota sencilla y seguro podemos recolectar cientos de otras parecidas. Sin embargo lo que resulta interesante es que nos ubica frente a estas nuevas identidades infantiles que tanto tienen de complejo y heterogéneo. Identidades infantiles que están atravesadas tanto por la posesión de saberes en relación con las nuevas tecnologías y los medios de comunicación, como por las preguntas esenciales de todos los tiempos y, tanto por el consumo como por nuevas formas de polarización social.

Esas son las infancias que tenemos, con las que trabajamos cotidianamente y las que también, de diferentes modos aparecen representadas en los medios, en el cine y en el discurso cotidiano. Siguiendo a Sandra Carli¹, podemos decir que en las últimas décadas las identidades infantiles

estuvieron afectadas por procesos de heterogeneidad y homogeneidad sociocultural. Hablamos de heterogeneidad con relación al aumento de la desigualdad social que generó más contraste, una brecha más amplia entre quienes pueden acceder al consumo material y aquellos que no pueden. Por otro lado, observamos fuertes procesos de homogeneidad que tiene que ver básicamente con uniformar la cultura infantil, el mercado y que es el resultado de una cultura global sobre la infancia. Es decir, mientras que cada vez nos enfrentamos a infancias más diferenciadas en cuanto a su situación económica y social, vemos al mismo tiempo un discurso mucho más homogéneo en relación con la infancia que es el que proviene de los medios, del mercado y de las nuevas tecnologías.

Los chicos con los que ustedes o sus alumnos trabajan cotidianamente construyen su identidad en relación de múltiples referentes entre los cuales el **mercado, básicamente a través de los medios y de las nuevas tecnologías** ocupan un lugar central.

Por eso es importante que la escuela como institución y los educadores en particular nos preguntemos, reflexionemos sobre estos temas.

2- Unas líneas sobre la película "Little Miss Sunshine"

Richard es el padre de la familia, un perdedor que intenta vender su programa de 9 pasos para el éxito. Su esposa, una mujer de gran honestidad que puede hablar lo que sea con sus hijos. Frank es el hermano de la mujer, un estudioso experto en Proust, que acaba de tener un intento de suicidio al ser abandonado por su amante gay. El abuelo, padre de Richard, es un adicto a la heroína. Dwayne, el hijo mayor, ha decidido hacer un voto de silencio hasta

¹ Carli Sandra: "Notas para pensar la infancia en la Argentina (1983-2001) Figuras de la historia reciente", en Carli Sandra (comp.) *La cuestión de la*

infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping. Buenos Aires. Paidós. 2006

conseguir entrar a las Fuerzas Aéreas. Y Olive es la **niña** de la familia, una nena algo excedida de peso y miope que tiene el sueño de ser reina de un concurso de belleza.

Olive ganó el segundo premio de un concurso de belleza para niñas en la ciudad de sus tíos durante las vacaciones de primavera. La familia recibe un llamado de sus parientes para avisarles que, como la ganadora del primer premio de ese concurso se retiró, ahora le corresponde a Olive participar del certamen nacional "Little Miss Sunshine" en California. Después de una serie de discusiones, toda la familia parte rumbo al concurso a bordo de una vieja camioneta.

La primera escena del filme, nos presenta a Olive frente al televisor mirando obsesivamente un tape de la elección de Miss California, y copiando gestos y saludos de la ganadora.

A partir de esta primera escena de una nena "común" que expresa su deseo de belleza en relación con la imagen que le presenta la TV, iremos encontrando a lo largo de la película de qué manera el mercado, los medios, pero también la familia, los miedos y los otros, actúan como referentes interconectados en la constitución de identidad de la protagonista.

Durante el recorrido que hace la familia desde su pequeña ciudad hasta California, los conflictos que se suceden nos dan pequeños índices para leer algo más acerca de las identidades infantiles, del rol de los adultos en la sociedad contemporánea y de la centralidad del mercado.

3 - ¿Por qué nos importa la relación entre la infancia y el mercado?²

Uno de los factores esenciales y quizá el más evidente es la **fuerte presencia de los productos de la industria cultural y de los medios de comunicación en el cotidiano infantil**. El mercado ingresa al patio de la escuela, al living del hogar y ocupa cada vez más terreno en la ciudad. Los canales de cable, los complejos de cine, las emisoras radiales FM, los supermercados, los kioscos, los shoppings o los restaurantes de comida rápida se vuelven espacios naturales para la vida diaria pero pasan desapercibidos en su impacto sobre la formación de los niños y la constitución de subjetividad. **La superabundancia de productos para**

² DOTRO, Valeria y MINZI, Viviana, - Los niños de "hoy" no son como los de "antes". En *Revista Colección de 0 a 5- La educación en los primeros años*. Ediciones Novedades Educativas. Buenos Aires. Noviembre 2005.

chicos, entonces, no es una característica anecdótica del paisaje urbano de fines de siglo XX y comienzos del XXI. Juguetes, golosinas, películas, publicidades televisivas, afiches callejeros, conforman el "ecosistema" en el que los niños, predominantemente, - aquellos pertenecientes a sectores socioeconómicos medios y altos- nacen y se desarrollan. Un "**hábitat**" que, precisamente por su cotidianeidad, se vuelve con frecuencia invisible tanto a los ojos de las criaturas, los padres, como de los educadores que -de un modo u otro- se nutren de él y lo nutren. Un hábitat desde el cual comienzan a configurarse **las identidades infantiles urbanas**.

Por otro lado, **la circulación de productos culturales para la infancia se convierte en arena de diferencia y/o conflicto intergeneracional**. Las últimas décadas contribuyen a una segmentación del consumo. Se agudiza la fragmentación de espacios "propios" y se multiplican las mercancías diferenciadas según intereses, género y edad. Crecen los canales con programación específica para niños, los aparatos de TV se dispersan en los cuartos de las casas y los sitios "favoritos" se reproducen sin límites en Internet. Esta parcelación del consumo genera desconocimiento y distancia. En muchos casos, los adultos no dominan la oferta que el mercado abre a los pequeños y las demandas infantiles se responden sin límites, ni parámetros de afinidad. Así, los saberes, los sentidos otorgados a los productos, los códigos y las prácticas infantiles y adultas se alejan, calando más hondo la ineludible distancia entre cada grupo generacional. El carro de rulemanes o la pelota de trapo, no tenían en su núcleo ninguna lógica que grandes y chicos no pudieran compartir. Hoy, en cambio, los lenguajes y los juegos se proponen desde la oferta compartimentada de televisión destinada a la infancia. Desde el discurso, el mercado propone un mundo de niños autónomos, con sus propias reglas y códigos. En este mundo, el adulto queda generalmente afuera o encasillado en el rol de proveedor.

De la mano del anterior, el tercer factor remite al **desplazamiento de la familia y de la escuela en las decisiones en torno al consumo cultural infantil**. Los últimos años parecen ser testigos de una adecuación de los adultos al discurso de la "oferta y la demanda". La propuesta de los medios y del mercado suele percibirse como algo implacable. Y en el emparentamiento de la idea de "moda" con lo

"inevitable" se debilita el poder de decisión, la responsabilidad y la autoridad paterna o materna en su concepción tradicional. La desorientación gana territorio y se desdibujan los criterios acerca de qué, cómo, cuándo y para qué comprar. En este sentido, resulta paradójico que la preocupación de los padres por encontrar en la escuela una aliada en las formas de ver el mundo, no se continúe en lo relativo a la industria cultural. Muchos son los padres y docentes que reconocen seguir muy de cerca la escolarización de sus pequeños e ignorar todo lo relativo a sus consumos del tiempo libre. La instalación de los medios en el living del hogar, la influencia del grupo de pares, y también el éxito de un discurso que vincula "amor filial" con provisión hace más difícil esta toma de decisiones.

La presencia de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de los niños es, entonces, un elemento fuera de discusión. Los modos en que esa presencia modifica la relación entre niños y adultos, las características de los procesos de socialización anteriores y las formas de construcción de las identidades infantiles, nos permiten definir a estos medios como **nuevos agentes de socialización**.

En este punto, me interesa entonces poder pensar la idea de infancia y de qué manera cambia esa visión acerca de la niñez a partir de la irrupción de los medios.

4- La infancia que tuvimos – La infancia que tenemos

La mirada histórica nos permitirá pensar en la infancia como una categoría social e históricamente construida que, por lo tanto, es pasible de transformaciones y nuevas miradas sobre ella, a partir de cambios históricos, sociales y culturales.

Philippe Ariès³ publicó en 1961 su obra *Infancia y Familia en el Antiguo Régimen*, en la cual a partir del análisis de lo que se conoció como historia de las mentalidades, propuso la tesis de la infancia como una categoría histórica y socialmente construida. La obra de Ariès inicia una serie de estudios posteriores dedicados a la historia de la infancia, que se define en todos los casos como "atravesada por las luchas políticas, las ideologías y los cambios económicos, como

cualquier otro objeto de interpretación historiográfica"⁴.

Siguiendo el recorrido propuesto por Ariès, en la sociedad medieval la idea de infancia no existía como tal. Lo que básicamente no existía era la idea de la infancia como un grupo social específico con características propias que las distinguieran de la adultez e incluso de los jóvenes. La sociedad tradicional no podía representarse al niño como tal.

Es, en cambio, en las sociedades modernas cuando se configura un nuevo espacio para el niño dentro de la familia y dentro de la sociedad en general. Es decir, la infancia comienza a ser vista como una etapa de larga duración, que requiere de una preparación especial. Según explica Ariès, este mayor interés por la figura del niño se relaciona con la emergencia de la familia nuclear y recién en el siglo XVIII, a la concepción de la familia nuclear y el lugar del niño dentro de ella, y a la necesidad de la introducción de la disciplina en la vida de los niños, se agrega la preocupación acerca de la higiene y la salud física de los más chicos. Para Ariès, que describe este *proceso de "construcción" de la infancia* en el contexto francés, los siglos XVII y XVIII, marcan el momento en el que las familias comienzan a "dejar las calles", y se recluyen dentro de sus casas, construyendo una nueva idea de intimidad. Este nuevo sentimiento acerca de la infancia, acompañado por las transformaciones de la vida familiar y el lugar que el niño adquiere en ese contexto, son condiciones de posibilidad para la idea moderna de infancia. La entrada de los niños a las escuelas terminará por dar forma al **niño moderno**.

La emergencia de la escolaridad tiene un peso central en la construcción social de la infancia moderna. En Argentina, los debates en torno a la sanción de la Ley 1420 en 1884, reflejaron una polémica centrada en si el niño debía ser la prolongación de la familia o un sujeto de un nuevo orden social público.

Podemos decir entonces que la niñez es un invento moderno: *es el resultado histórico de un conjunto de prácticas promovidas por el Estado burgués que, a su vez, la sustentaron*. Las prácticas de conservación de los hijos, el higienismo, la filantropía y el control de la población dieron lugar a la familia burguesa,

³ La obra de Ariès, historiador francés, forma parte de la tercera generación de la Revista de los Anales que representó el auge de la microhistoria y la relación con otras ciencias.

⁴ Carli, Sandra: "La infancia como construcción social. Imaginarios, proceso históricos y desafíos educativos contemporáneos", en Carli, S (comp.), *Infancia, Cultura y Subjetividad*. Buenos Aires, Ed. Santillana. 2001.

espacio privilegiado para la contención de los niños durante la modernidad.

Si en consenso con las tesis propuestas por Ariès⁵ en adelante, interpretamos a la infancia como una construcción social, entendemos también que sólo puede ser comprendida en el marco de los cambios globales de la sociedad, en donde las diferencias etarias están más marcadas por significaciones y valores que varían según la época histórica, que por características biológicas. (RABELLO DE CASTRO, 1999)

Si entendemos entonces que la infancia es una construcción histórico y social, comprendemos también que las transformaciones sociales en relación con los cambios en la familia, el uso del espacio público, las pautas de crianza, las nuevas concepciones acerca de la autoridad de los padres y las necesidades de autonomía de los niños, comienzan a erosionar la noción tradicional y moderna de infancia. La irrupción de los medios masivos de comunicación y, particularmente, el impacto de televisión en la transformación del uso del tiempo libre en las familias y especialmente de los niños, adquiere una relevancia particular para pensar las nuevas infancias y, al mismo tiempo, los nuevos modos de socialización.

En este sentido, Juan Carlos Tedesco⁶ explica de qué modo en las últimas décadas se asiste a una transformación en los procesos de socialización infantil. Retomando la concepción de Berger y Luckman, la socialización primaria es la que se produce en la primera infancia, fundamentalmente en la familia, y tiene como características esenciales la carga afectiva y la identificación con el mundo que presentan los adultos. La socialización secundaria, en cambio, era definida por estos autores, como aquella que se producía cuando los niños ingresaban al sistema educativo.

Sin embargo, estas características de la socialización están determinadas históricamente. Esto implica comprender de qué modo, en las últimas décadas se produjeron cambios en los procesos de socialización infantil, que están caracterizados actualmente por un debilitamiento de la capacidad socializadora de la familia. Explica Tedesco que “en la sociedad actual, los contenidos de la socialización primaria son transmitidos con una carga afectiva diferente de la del pasado, y tanto los grupos como las opciones predefinidas a las cuales un niño es

expuesto tienden a diferenciarse, a multiplicarse y a modificarse con una velocidad sin precedentes”.

Para Tedesco estos cambios en la socialización tienen que ver con las *transformaciones del individualismo* y con la *irrupción de los medios de comunicación*.

En este sentido, se transmite a los niños un mundo objetivo menos estable, menos seguro, y esto plantea un cambio importante en el papel socializador de la familia. Los contenidos básicos de la cultura comienzan a ser transmitidos con una carga afectiva diferente de la del pasado porque los adultos tienden a diferenciarse de sus propios padres, los chicos ingresan cada vez más temprano al sistema educativo y, por otro lado, los adultos no pueden definir con seguridad el modelo que quieren ofrecer a los más chicos.

En este sentido resulta muy interesante pensar algunos pasajes de la película *Little Miss Sunshine*:

- a) La discusión alrededor de la mesa en torno a qué y cómo contarle a la pequeña Olive acerca de la situación por la que acaba de atravesar su tío (el intento de su suicidio y su homosexualidad). Cuestiones que, por otra parte, Olive escucha con absoluta naturalidad.
- b) Las dudas y discusiones que se ponen en juego en la familia al momento del concurso. Es interesante cuando el adolescente increpa a la madre para que retiren a la niña del concurso. En ese momento él le dice: “vos sos la madre y la tenés que proteger”.

El segundo aspecto que menciona Tedesco como base de las transformaciones de la socialización y que resulta particularmente importante para nuestro trabajo es la *irrupción de los medios masivos*, especialmente la televisión. Este fenómeno aparece ligado a la expansión del mercado y su avance sobre el Estado que había sido hegemónico como agente socializador en décadas anteriores.

Las transformaciones descritas anteriormente ponen en escena, sin lugar a dudas, no sólo nuevos modos de socialización sino también –y en consecuencia- nuevos modos de identidad infantil.

En el período que se inicia con la “construcción del niño moderno” hacia fines del siglo XIX, los chicos –sacados de las fábricas e ingresados a las escuelas- son destinatarios de cuidados especiales, un lenguaje propio, ropas especialmente pensadas para ellos, juegos y juguetes particulares, leyes propias y un mundo

⁵ Lloyd de Mause, J.H. Plumb, M.J. Tucker.

⁶ Tedesco, Juan Carlos, *El nuevo pacto educativo. Educación, competitividad y ciudadanía en la sociedad moderna*. Buenos Aires, Anaya, 1995.

social que les pertenece. Es decir, se construye un estatuto de la infancia con características específicas, que debe atravesar etapas y escalones para acceder al mundo de la información, al mundo de los adultos.

A partir de mitad del siglo XX, explica Neil Postman en su obra *Disappearance of Childhood*⁷, la aparición y expansión de los medios electrónicos, específicamente la televisión, modifican los modos graduales en que los niños acceden a la información, al conocimiento y, en definitiva, al mundo adulto.

El argumento de Postman explica que la imprenta ayudó a crear la idea de infancia, porque creó una nueva idea de adulto. El adulto debía saber leer. Para fines del siglo XVIII, se crearon las escuelas y los niños fueron sacados de sus casas para ingresar en el sistema educativo donde el objetivo era enseñarles a leer, lo que quería decir enseñarles cómo convertirse en adultos. Pero ese aprender a ser adultos, implicaba un proceso gradual y en etapas. Con la llegada de los medios electrónicos, se instala una nueva situación, que vuelve atrás esa distinción entre adultos y niños. La televisión daña esa idea –la de diferenciación entre infancia y adultez- porque hace accesible a todas las personas todos los secretos de la cultura, secretos políticos, secretos de la medicina, secretos de la sexualidad, todo es accesible y uno no necesita saber leer para acceder a eso. Por eso, la televisión socava la idea de infancia, erosiona la línea que divide la adultez y la infancia. Los medios electrónicos enfrentan a los chicos a las informaciones adultas e infantiliza a los adultos al suprimir las exigencias tradicionales para el acceso a la información⁸.

Afirma Meyrowitz: "Lo que hay de verdaderamente revolucionario en la televisión es que ella permite a los más jóvenes estar presentes en las interacciones de los adultos (...)"Es como si la sociedad entera hubiera tomado la decisión de autorizar a los niños a asistir a las guerras, a los entierros, a los juegos de seducción eróticos, a los interludios sexuales, a las intrigas criminales. La pequeña pantalla los expone a los temas y comportamientos que los adultos se esforzaron por ocultarles durante siglos"⁴. Mientras la escuela sigue contando unas bellísimas historias tanto de

los padres de la patria como de los del hogar -héroes abnegados y honestos, que los libros para niños corroboran- la televisión expone cotidianamente a los niños a la hipocresía y la mentira, al chantaje y la violencia que entretiene la vida cotidiana de los adultos. Resulta bien significativo que mientras los niños siguen gustando de libros para niños, prefieren, sin embargo, -numerosas encuestas hablan de un 70 % y más- los programas de televisión para adultos. Y ello porque al no exigir un código complejo de acceso, como el que exige el libro, la televisión posibilita romper la largamente elaborada separación del mundo adulto y sus formas de control. Mientras el libro escondía sus formas de control en la complejidad de los temas y del vocabulario, el control de la televisión exige hacer explícita la censura. Y como los tiempos no están para eso, la televisión, o mejor la relación que ella instituye de los niños y adolescentes con el mundo adulto, va a reconfigurar radicalmente las relaciones que dan forma al *hogar*.

5- Adultización del niño, infantilización del adulto: ¿Nuevos niños?

¿Quiénes son estos nuevos niños? ¿Qué nos muestran de ellos la publicidad y los medios? La figura central con la que nos encontramos es la del **niño consumidor**: un niño que, como explica la investigadora brasileña Rabello de Castro, ha sido elevado al mismo **estatus** que el **adulto**, a partir de la interpelación del mercado⁹. Si antes el niño era ser en potencia, negándose por completo su participación en la esfera productiva, la sociedad de consumo en busca de nuevos compradores para ampliar sus horizontes, incorpora a los niños, dándoles una visibilidad inédita. **El carácter preparatorio y socializante del sistema educativo siempre posicionaba al niño en el lugar de sujeto en potencia, futuro ciudadano que progresivamente se adaptaría a la vida social. Los niños con el consumo pasan a ser agentes y actores activos del escenario de hoy: los niños son también capaces de consumir. Al igual que el resto de los ciudadanos adultos, son siempre potenciales consumidores.** (Rabello de Castro, 2001)

Es en este sentido, que podemos pensar en este concepto de adultización de la infancia que

⁷ Postman Neil: *Disappearance of Childhood*. New York. Vintage Books. 1982.

⁸ Dotro, Valeria: Entrevista con Neil Postman, NYU (University of New York) New York, 2001.

⁹ Rabello de Castro, L. *Infancia y Adolescencia en la Cultura del Consumo*, Bs. As.: Grupo Editorial Lumen. 2001.

planteaba Postman por los '80, pero que profundiza su sentido en la última década a partir del impacto del mercado y del de las nuevas tecnologías. Esa idea del niño adultizado a partir del acceso a determinados conocimientos y saberes del mundo adulto es fortalecida por el mercado que comienza a hacerse visible en las representaciones que los medios hacen de los niños.

Niñas-mujeres, modelos en miniatura, nenas-adultizadas pueblan la pantalla durante los últimos minutos de la película. La vestimenta, el maquillaje, pero sobre todo las poses, la gestualidad y la actitud de las nenas que quieren ganar el concurso nos devuelven a aquellas obras de arte que analizaba Ariès. Pero a la vez, percibimos cierto desconcierto de los adultos que comienzan a ver allí la prepotencia del mercado, la competencia, y un espacio en el cual Olive, la niña -protagonista de la película- no parece tener lugar.

El último tramo de la película nos ayuda a pensar más que en "la infancia", en "las infancias" que tenemos. Nos permite pensar en el mercado que es referente de socialización, pero también en las familias –en sus múltiples modalidades y configuraciones- que tienen un lugar en la construcción de identidad. Este último fragmento nos da algunas líneas para ubicar en planos paralelos tanto a la adultización de la infancia y mercantilización del deseo, como a la inocencia del juego y del imaginario infantil.

Las infancias que tenemos están atravesadas por la polarización social y la fragmentación del consumo material, pero son interpeladas por el mercado con un discurso diferente y casi opuesto a aquel con el cual la escuela la interpela. Las infancias contemporáneas perciben de un modo diferente al de los adultos y al de la escuela, acceden a muchos conocimientos, informaciones y saberes tempranamente y, muchas veces, sin la transmisión de un adulto. Los niños con los que trabajamos están "empapados de otros lenguajes, saberes, escrituras y deseos que circulan por la sociedad y que el mercado les ofrece".

Pero además, estas nuevas infancias son víctimas de la fragmentación social y económica más que en cualquier otra época. Y son además víctimas del desconcierto de los adultos antes sus nuevas maneras de ser niños. Por eso, el desafío más importante sea tal vez, mirar a los niños, conocer sus nuevas maneras de ser y de estar en este mundo contemporáneo, comprender el modo en que construyen identidad. Volver a mirarlos una y otra vez. Para entenderlos y para ayudarlos a entender. Para

acompañarlos y para -de un modo diferente al de la modernidad, pero no por eso menos significativo-, protegerlos y ayudarlos a crecer.

Bibliografía

ARIÈS, Philippe: *Centuries of Childhood. Social history of family life*. New York. Vintage Books. 1962.

CARLI, Sandra: a)"Notas para pensar la infancia en la Argentina (1983-2001) Figuras de la historia reciente", en Carli Sandra (comp.) *La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping*. Buenos Aires. Paidós. 2006.

b)"La infancia como construcción social. Imaginarios, proceso históricos y desafíos educativos contemporáneos", en Carli, S (comp.), *Infancia, Cultura y Subjetividad*. Buenos Aires, Ed. Santillana. 2001.

DOTRO, Valeria: Entrevista con Neil Postman, NYU (University of New York) New York, 2001.

DOTRO, Valeria y MINZI, Viviana, - Los niños de "hoy" no son como los de "antes". En *Revista Colección de 0 a 5- La educación en los primeros años*. Ediciones Novedades Educativas. Buenos Aires. Noviembre 2005.

POSTMAN, Neil: *Disappearance of Childhood*. New York. Vintage Books. 1982.

RABELLO DE CASTRO, Lucía: *Infancia y Adolescencia en la Cultura del Consumo*, Bs. As.: Grupo Editorial Lumen. 2001.

TEDESCO, Juan Carlos, *El nuevo pacto educativo. Educación, competitividad y ciudadanía en la sociedad moderna*. Buenos Aires, Anaya, 1995.