



**Universidad  
Nacional  
Villa María**

**Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"**  
Repositorio Institucional

# **Infancias y televisión pública**

---

---

un análisis de Pakapaka desde la perspectiva de los derechos  
comunicacionales de la niñez (2010-2015)

Año  
2020

Autora  
Lanati, Vanina

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

#### CITA SUGERIDA

Lanati, V. (2020). *Infancias y televisión pública : un análisis de Pakapaka desde la perspectiva de los derechos comunicacionales de la niñez (2010-2015)*. 2do. Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM, nuevos escenarios entre emergencias y conflictos. Villa María: Universidad Nacional Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

# Infancias y televisión pública: un análisis de Pakapaka desde la perspectiva de los derechos comunicacionales de la niñez (2010-2015)

Vanina Lanati

Universidad Nacional de Rosario

vaninalanati@gmail.com

El presente trabajo es una reseña de la tesis doctoral de la autora. El mismo se inscribe dentro del campo de los estudios en comunicación que aborda el vínculo entre infancia y televisión, tomando la perspectiva de un enfoque basado en derechos comunicacionales y ciudadanía. Se centró en analizar la comunicación audiovisual dedicada a las audiencias infantiles en Argentina, indagando, en particular, Pakapaka durante el período 2010 – 2015, teniendo en cuenta que se trata de la primera señal de origen nacional<sup>1</sup> televisiva pública, creada en el año 2010, desde la órbita del Ministerio de Educación de la Nación.

El período seleccionado para el análisis de Pakapaka corresponde a sus cinco primeros años de existencia, desde el 17 de septiembre de 2010 (fecha de su primera emisión) hasta principios de diciembre de 2015. Esta delimitación comprende desde la creación de la señal en su carácter de autónoma respecto de Encuentro y finaliza en diciembre de 2015, cuando culmina el mandato presidencial de Cristina Fernández de Kirchner. Establecimos ese corte porque nos centramos, principalmente, en el desarrollo de una política pública que priorizó la articulación entre la comunicación audiovisual y la educación poniendo como eje central a las infancias desde una perspectiva de derechos.

A su vez, el corte final del período abordado en esta tesis obedece a que los propósitos originales de la señal se vieron interrumpidos o modificados a partir de la llegada del nuevo gobierno a la presidencia de la Nación en diciembre de 2015.

---

<sup>1</sup> La LSCA entiende por señal de origen nacional a todo “contenido empaquetado de programas producido con la finalidad de ser distribuidos para su difusión mediante vínculo físico, radioeléctrico terrestre o satélites abiertos o codificados, que contiene en su programación un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción nacional. Capítulo II, Artículo 4, Definiciones.

Antes de surgir como señal autónoma con 24 horas de programación, sus primeras producciones se emitieron en la señal Encuentro, siendo Pakapaka su franja infantil. En ese sentido, debemos mencionar también la creación de Encuentro como parte de esta intención de vincular lo educativo con lo audiovisual. Encuentro, perteneciente a la órbita del Ministerio de Educación de la Nación, nace como señal en abril de 2006.

Pakapaka -que en voz quechua significa *jugar a las escondidas*- emitió su primer programa el día 23 de septiembre de 2007, desde la pantalla de Encuentro. Al respecto, la productora artística -por entonces- de canal Encuentro Fernanda Rotondaro, señalaba respecto de esa nueva franja infantil destinada a niñas y niños<sup>2</sup> de siete a once años, que:

“Apostamos a que los protagonistas del contenido sean ellos. No se trata de que digan o hagan lo que los adultos les decimos, o lo que a nosotros nos resulta gracioso o divertido, sino de darles un espacio para que muestren sus producciones y cuenten quiénes son, qué les gusta, a qué le tienen miedo, con qué sueñan” (2007)<sup>3</sup>.

Cuando nos referimos a derechos, incluimos el derecho a la comunicación y el derecho de las infancias a contenidos de calidad, desde una perspectiva educativa que incluye los derechos al juego y a la información (Entel, 2013). Teniendo en cuenta a la perspectiva mencionada se entiende que la señal se crea con dependencia directa del Ministerio de Educación de la Nación, en diálogo con ciertos lineamientos en materia de políticas públicas educativas de ese período histórico tal como describiremos en el siguiente capítulo. No obstante, podemos adelantar que desde sus inicios –incluso cuando ocupaba la franja infantil de canal Encuentro- los productores de Pakapaka trabajaron desde un lineamiento muy preciso: situar a las niñas y los niños como audiencias-ciudadanas y no como espectadores-consumidores. El modelo de televisión

---

<sup>2</sup> A lo largo de este trabajo de tesis se utilizaron las expresiones “niñas y niños” y/o “chicas y chicos”, entendiendo que el uso del genérico masculino (niños) es excluyente. No obstante, es importante aclarar que somos conscientes de que dichas formas binarias del lenguaje reducen los géneros a dos modos posibles de enunciación. A su vez, consideramos que los términos “niñes” o “chiques” incluyen a niñas, niños y otros modos de autopercepción en consonancia con los avances en materia de derechos identitarios de las infancias. En el período en que escribimos esta tesis, las discusiones teóricas, así como las prácticas de escritura y habla sobre los posibles usos del lenguaje inclusivo están en pleno desarrollo en distintos ámbitos sociales y, no habiendo alcanzado aún consensos al respecto, aquí optamos por formas generizadas aceptadas dentro del sistema de escritura académica.

<sup>3</sup> Testimonio extraído de: “El lugar de los chicos” 2007 en Revista el Monitor de la Educación, Bs.As., N° 14, 5ta época. Disponible en: [http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/monitor/monitor/monitor\\_2007\\_n14.pdf](http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/monitor/monitor/monitor_2007_n14.pdf)

hegemónico crea espectadores para y de consumo desde la más temprana edad por lo que es importante que desde las políticas públicas se construya una propuesta para la formación y competencias culturales (Vellegia, 2013).

En dicho trabajo de investigación partimos de la hipótesis de que la señal Pakapaka se propone a sí misma como una apuesta cualitativamente diferente a los canales de carácter comercial dedicados a audiencias infantiles, por ser el primer canal pensado desde el Estado para el público infantil que busca articular los nuevos marcos legislativos basados en los derechos a la comunicación de la ciudadanía y del público infantil, en particular, como sujeto de tales derechos.

En este trabajo nos propusimos como objetivo general indagar sobre el cruce entre infancia y televisión pública desde una perspectiva de los derechos comunicacionales de la niñez, tomando como objeto de estudio las producciones audiovisuales de Pakapaka en el período 2010-2015. Para ello planteamos los siguientes objetivos específicos:

- Caracterizar el contexto de surgimiento de la señal Pakapaka y analizar las condiciones que hicieron posible la existencia de la primera señal pública infantil en Argentina.
- Reconocer las características de las infancias en su vínculo con los medios de comunicación y las tecnologías digitales, agente socializador que se suma a la familia y la escuela.
- Describir las señales públicas destinadas a las infancias en un contexto de cambios normativos en Argentina y la región.
- Analizar los contenidos de Pakapaka a partir de los lineamientos y los estándares de calidad implícitos en las leyes y documentos afines caracterizando cómo la señal construye determinadas narrativas mediáticas acerca de las infancias.

Para llevar adelante estos objetivos de investigación hemos desarrollado una metodología de tipo cualitativa basada en la observación y análisis de una serie de

programas infantiles<sup>4</sup>, conformada por una selección que incluye diez programas y microprogramas donde las niñas y los niños aparecen con voz propia.

El criterio con el que hemos realizado dicha muestra se basa en aquellos programas donde las niñas y los niños son mostrados en vinculación con la familia y la escuela, por ser los principales agentes de socialización de la infancia moderna, con centralidad y vigencia hasta hoy<sup>5</sup>. Es decir, las narrativas de los programas elegidos desarrollan aspectos de la vida cotidiana de las chicas y los chicos en nuestro país donde la composición familiar y la institución escolar se presentan como ejes centrales, dejando en un lugar de menor jerarquía una construcción que se base en la representación mediática de las infancias como objetos de consumo.

De la vasta producción del período de análisis de Pakapaka, que comprende de 2010 a 2015, nos focalizamos en –primer lugar- en aquellos programas principalmente de género documental, de manera tal que nos permita ver cómo Pakapaka eligió mostrar en su señal a las chicas y los chicos de Argentina y la región. Excepcionalmente, hemos elegido programas con géneros combinados o animación como en el caso de Zamba por tratarse de un ciclo emblemático de Pakapaka por su nivel de popularidad y porque con él se buscó retratar al “niño argentino” en edad escolar primaria.

Asimismo, por tratarse de una señal televisiva pública desarrollada atendiendo los lineamientos de normativas nacionales e internacionales relacionadas con los derechos comunicacionales de las infancias, tal como veremos en el capítulo I de esta tesis, los programas de Pakapaka son analizados a través de variables asociadas a los criterios de calidad de las producciones de comunicación audiovisual dedicados a la niñez y la adolescencia. De modo sintético, se entiende por criterios de calidad a una serie de factores vinculados a los derechos comunicacionales, en este caso, de las infancias, que se expresan en la siguiente enumeración.

---

<sup>4</sup> “Producto audiovisual específicamente destinado a ser emitido por radio o televisión creado para y dirigido a niños y niñas, generado a partir de elementos estilísticos, retóricos y enunciativos de cualquier género o cruce de géneros que deben estar atravesados por condiciones, limitaciones y características propias que apelan y entienden a la niñez como un estatus especial y diferente de otras audiencias”, según indica la LSCA (Cap. II, Art. 4º: 23).

<sup>5</sup> Por supuesto, no ignoramos que los medios de comunicación y las tecnologías digitales configuran un tercer agente de socialización que pone en jaque a estos dos primeros, temas que luego en los capítulos II y III son abordados.

<b>1. Promoción, protección y defensa de los derechos</b>
<b>2. Diversidad</b>
<b>3. Federalismo</b>
<b>4. Voz propia</b>
<b>5. Dignidad</b>
<b>6. Hábitos saludables</b>
<b>7. Identidad</b>
<b>8. Capacidad crítica</b>
<b>9. Curiosidad</b>
<b>10. Participación</b>
<b>11. Información</b>
<b>12. Recreación</b>
<b>13. Audiencias</b>
<b>14. Producción</b>

Los “Criterios de calidad para servicios de Comunicación Audiovisual destinados a la niñez y a la adolescencia” formaron parte de un documento elaborado por el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, como resultado de los debates y los acuerdos de las instancias gubernamentales y organizaciones agrupadas en el mismo<sup>6</sup>.

El trabajo campo también contó con la realización de diversas entrevistas en profundidad a tres informantes clave del proceso de gestación de Pakapaka, que nos proveyeron de información sustantiva sobre para indagar sobre los significados y valoraciones que sustentaron la dirección y producción de la señal Pakapaka en el período abordado. Los fundamentos que otorgan relevancia a esta investigación se inician con una pregunta: ¿por qué estudiar la televisión dirigida a la infancia en un contexto de consumo audiovisual creciente en pantallas o dispositivos más actuales como teléfonos móviles, tablets o computadoras? Porque, en nuestro país, según datos

---

<sup>6</sup> Los mismos fueron publicados en una guía destinada a profesionales de la comunicación donde se aludía a los derechos comunicacionales de la niñez y la adolescencia contemplados en la Convención de los Derechos del Niño, en la Ley Nacional N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, entre otras normas nacionales y provinciales, el Fondo de Naciones Unidas para la infancia (UNICEF), la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), el Consejo Asesor de la Comunicación y la Infancia (CONACAI) y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

de la última Encuesta de Consumos Culturales del año 2017<sup>7</sup>, los contenidos televisivos continúan siendo vistos a través del televisor –en tanto artefacto- por el 95% de la población en modalidad broadcasting. Es decir, mirar los programas en el horario que son emitidos por la señal televisiva. Por lo tanto, continúa siendo uno de los dispositivos más elegidos ya que la computadora, el celular y la Tablet, en conjunto, alcanzan sólo el 15% del consumo (de forma habitual u ocasional).

Las audiencias infantiles son el fragmento de la población donde más notoriamente se evidencia la elección por la televisión de pago. A través de los años han ido migrando hacia los canales de cable. Según Fuenzalida (2008), los niños y las niñas son los principales destinatarios de las señales infantiles del cable creados específicamente: “Mientras en la televisión abierta existen algunos programas para niños, en la televisión de cable hay canales para niños” (2008:50). Estos datos se muestran en un relevamiento de la audiencia de la televisión abierta, desagregando los distintos géneros de producción, presentado por Anunciar (2017) donde el género infantil pasó del 1% de audiencia en 2013 al 0% en 2016.

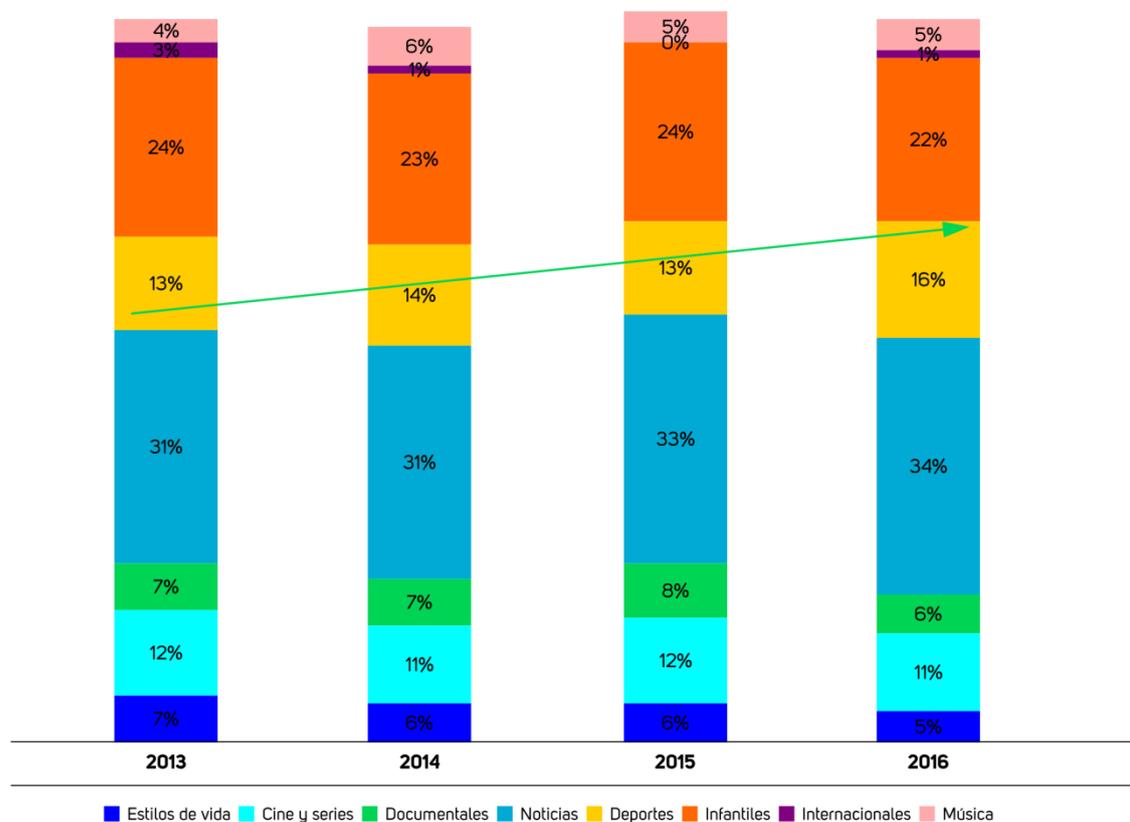
En el cuadro que observamos a continuación, las señales infantiles concentran una cuarta parte de la audiencia de manera sostenida entre 2013 y 2016.

---

<sup>7</sup> La Encuesta Nacional de Consumos Culturales (ENCC) realizada por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), dependiente del ex Ministerio de Cultura de la Nación, se aplicó a población de 13 y más años que residiera en aglomerados urbanos de más de 30 mil habitantes. Si bien la misma se realizó a la población de mayor edad que la que entendemos por infancias (que abarcaría de 2 a 12 años), entendemos que es un dato relevante ya que los adultos son quienes generan el acceso a estos dispositivos pantalla.

## Gráfico 4:

### Promedio de encendido y evolución de la TV paga por género



Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017.

En Argentina, los canales de televisión de contenidos exclusivos para el público infantil comenzaron a expandirse en la grilla del cable durante la década de los noventa. En sus inicios se trató de señales comerciales de cadenas de televisión internacionales como Disney Junior, Disney Channel, Disney XD, Discovery Kids, Cartoon Network, Boomerang, Nickelodeon y Baby TV. Estos canales, al pertenecer comercialmente a grandes cadenas de la industria televisiva<sup>8</sup>, mantienen una impronta de contenidos estandarizados para la región latinoamericana de habla hispana, como si se tratara de un territorio uniforme en lo que refiere a la matriz cultural, desestimando su

<sup>8</sup> Los tres canales de Disney pertenecen a la compañía Walt Disney Company, Discovery Kids a Discovery Communications, Nickelodeon a Viacom Internacional, Boomerang y Cartoon Network a Time Warner Inc. y Baby TV a Fox Internacional Channels, todas empresas de origen extranjero.

heterogeneidad lingüística, su riqueza en materia de tradiciones y su diversidad cultural existente.

Estas características se reflejan a través del uso de un tono neutro en el lenguaje oral o en los modos de nombrar a objetos cotidianos, tales como “nevera” o “pastel”, así como en la difusión de eventos festivos de origen anglosajón (Halloween o Día de San Valentín), que no tenían, hasta hace poco tiempo, asidero a nivel regional. Al respecto de la industria cultural dirigida a la infancia, Salviolo (2013) señala que configura un tipo de mercado que:

“[...] define desde su discurso no sólo qué es ser niño sino qué es ser adulto, qué es lo que los chicos desean, a qué les gusta jugar sobre qué charlan, sobre qué discuten y qué comparten con sus pares” (410).

Por otra parte, en la actualidad asistimos a una proliferación y diversificación de pantallas. Por ejemplo, los contenidos televisivos están disponibles en Youtube y podemos verlos en dispositivos electrónicos muy variados: smart tv<sup>9</sup>, tablet, computadora o teléfono celular. Al mismo tiempo, los canales de corte más tradicional han desarrollado sus plataformas web con repositorios de contenidos emitidos. Por lo tanto, el visionado se realiza simultáneamente en diferentes pantallas, algunas veces con un tipo de expectación más privada y otras, compartida con familiares o amigos.

Sin embargo, al analizar los consumos infantiles, Morduchowicz (2014) afirma que el televisor es la pantalla que más tiempo ocupa en la vida de los chicos y que puede hacerse una diferenciación por clases sociales.

“Las estadísticas reflejan que los chicos de menos recursos privilegian la televisión porque no tienen conectividad a internet en sus casas” [mientras que] “los chicos de sectores medios y altos –que sí tienen conectividad a Internet en sus casas- pasan más tiempo por día con la computadora” (21).

Es decir, el acceso a Internet y la masificación del consumo en distintas pantallas modificó el acceso de las niñas y los niños. Según UNICEF (2016), la edad promedio de la primera conexión a Internet es a los 11 años, aunque el estudio en

---

<sup>9</sup> La ENCC 2017 aporta un dato acerca del tipo de televisor que hay en los hogares: un 54% son smart tv.

Argentina demostró que la primera conexión depende del nivel socioeconómico de las familias. Nivel alto: a partir de los 7 años. Nivel bajo: mayoritariamente cerca de los 11 años<sup>10</sup>.

Por lo que podemos afirmar que el consumo dependen de de una cuestión de acceso mediada por condicionantes económicos y no -exclusivamente- por preferencia de un medio sobre otro. Según Morduchowicz (2014), las niñas y los niños no hacen distinción entre medios viejos y nuevos porque han aprendido a usar el control remoto al mismo tiempo que el celular de sus padres, la computadora o el iPad.

De ahí que el análisis de la señal Pakapaka como experiencia audiovisual para la infancia en la Argentina, implique la consideración de un momento histórico particular que presenta coincidencias con distintos países de la región en la configuración de un mapa de medios públicos y de políticas destinadas a la producción de contenidos de calidad en materia de infancia y educación. Al respecto, Caffarel (2005) indica que:

“[...] en la sociedad de la información y del conocimiento que se apunta en el siglo XXI, el peso de los medios audiovisuales en la conformación de la conciencia colectiva y de la opinión pública es de tal dimensión que, sería una irresponsabilidad por parte de los estados modernos, dejar ese protagonismo en exclusiva a aquellos medios que esencialmente persiguen intereses mercantiles” (24).

Estos argumentos sostienen la relevancia de nuestro objeto de estudio, centrado en poner en pantalla ciertos contenidos destinados a las infancias de nuestro país producidos localmente, en un contexto de cambios normativos que modificaron el marco regulatorio de las producciones mediáticas a partir de la promulgación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) N° 26.552 -sancionada en el año 2009- concibiendo a la comunicación como un derecho para el conjunto de la

---

<sup>10</sup> Datos extraídos de un estudio realizado por Global Kids Online, una iniciativa de UNICEF, la London School of Economics and Political Science (LSE) y la UE. Los investigadores describen que se trata de una investigación exploratoria no representativa que busca conocer los hábitos de los menores en la red, en 33 países de todo el mundo. El primer procesamiento de datos se ha realizado con lo arrojado por niñas y niños de entre 9 y 17 años de Serbia, Sudáfrica, Filipinas y adolescentes de entre 13 y 17 años de Argentina. Fuente: Diario El País, nota publicada el 19 de noviembre de 2016, disponible en: [https://elpais.com/tecnologia/2016/11/17/actualidad/1479376724\\_135426.html](https://elpais.com/tecnologia/2016/11/17/actualidad/1479376724_135426.html)

ciudadanía. La impronta de este fundamento se plasma al inicio del plexo normativo tal como podemos observar a continuación:

“Los medios de comunicación como formadores de sujetos, de actores sociales y diferentes modos de comprensión de la vida del mundo, con pluralidad de puntos de vista y debate pleno de ideas”. (Art. 3, Ley 26.522).

El vínculo entre comunicación, infancia y derechos expresado en la LSCA se basa en antecedentes normativos internacionales como la Convención de los Derechos de los Niños (1989), que en su artículo 17 menciona la importancia de los medios de Comunicación en la vida de las niñas y los niños y alienta a los Estados a promover el acceso a la información y a materiales relevantes en términos culturales y sociales.

Para materializar el vínculo entre medios audiovisuales e infancia, la LSCA prevé en su artículo 17, la creación del Consejo asesor de la comunicación audiovisual y la infancia como organismo encargado de la elaboración de propuestas para mejorar la calidad de la programación infantil en radio y televisión; estableciendo, a su vez, en el mismo artículo, inciso (a) el fomento a la producción de programas de calidad con contenidos prioritarios para la audiencia infantil.

Por su parte, el artículo 30 de la Ley de Educación Nacional N° 26.206, promulgada en el año 2006, establece que la escuela debe:

“[...] desarrollar las capacidades necesarias para la comprensión y utilización inteligente y crítica de los lenguajes producidos en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación” (Art.30, Ley 26.206).

En ese sentido, la LSCA prioriza la educación en comunicación a través de la elaboración de un Programa de formación en recepción crítica de medios y TIC, promoviendo estrategias de producción de insumos audiovisuales por parte de niños, niñas y adolescentes, posibilitando el ejercicio de los derechos de acceso a la información y a la libertad de expresión como parte inescindible de su formación integral y de su condición de ciudadanos.

Al respecto, se ha definido que la mayor participación en los medios audiovisuales existentes junto con la creación de productos audiovisuales propios, elaborados desde la perspectiva de la infancia y el aumento de espacios de circulación de los mismos, podrían equilibrar la balanza, favoreciendo un escenario plural que pueda alojar la mirada de niños, niñas y adolescentes, evitando el sesgo adultocéntrico, ciertas representaciones estigmatizantes y la construcción de estereotipos negativos sobre las infancias (Martín Barbero, 2009)<sup>11</sup>.

En este trabajo, entendemos a la infancia como una construcción social dinámica y cambiante en relación con los contextos políticos y culturales en los cuales se produce. Asimismo -como ya hemos mencionado- para analizar la construcción de narrativas mediáticas en la televisión nos valemos de coordenadas interpretativas que incluyen a la escuela y la familia, en tanto agentes socializadores por excelencia atravesadas, también, por los medios y las tecnologías de la información y comunicación. Aquí, se considera además a los medios de comunicación como actores de socialización, mediante los cuales las niñas y los niños conocen y comprenden el mundo que los rodea, tanto en su dimensión cotidiana como inconmensurable. Ciertamente, lo que sucede en los medios está presente en las conversaciones de los chicos, en sus opiniones, en sus juegos (Duek, 2013) y, en especial, tal como hemos señalado, en el presente, la televisión sigue siendo el medio predominante en la vida de las niñas y los niños (Bacher, 2009; Murdochowicz, 2014).

De ahí que, estudiar la señal Pakapaka, en tanto objeto de la industria cultural local, con características propias e inéditas, nos permita también revisar otros aspectos relativos a una grilla televisiva infantil, históricamente, hegemonizada por una programación internacional, ajena a las particularidades de la audiencia argentina.

En esta línea, partimos de sostener que con la creación de la señal Pakapaka se pasa de una construcción de narrativas mediáticas donde la infancia aparece como un todo homogéneo<sup>12</sup>, “neutro” y sin matices a una propuesta televisiva orientada, por

---

<sup>11</sup> Este autor se refiere a la mirada estigmatizante, adulta y letrada que, potenciada y enturbiada por los medios masivos, se cierne hoy sobre adolescentes y jóvenes como protagonistas de violencia, apatía, incapacidad de leer, inconformismo, drogadicción, despolitización, desmemoria, etc. (Martín Barbero, 2009).

<sup>12</sup> “La experiencia cultural contemporánea es también una experiencia crecientemente audiovisual en la que el proceso de construcción visual de lo social requiere abordar la realidad también como realidad de

primera vez en la historia de la televisión argentina, a contemplar una mayor diversidad de configuraciones identitarias, familiares, territoriales y de composición étnica que constituye la población nacional.

Cabe aclarar que en este trabajo comprendemos que los canales públicos no son mejores, ni ofrecen una programación de mayor calidad respecto de los comerciales por el sólo hecho de serlo, pero sí podemos identificar en Pakapaka una matriz diferente a la tendencia hegemónica ofrecida en la grilla televisiva abierta y de cable hasta el momento de su creación. En esta señal, las condiciones de producción están atravesadas, desde su inicio por los debates y principios incluidos en LSCA, entendiendo a la comunicación como un derecho humano básico.

Es por eso, que la circulación de distintas imágenes incluidas en su programación, donde uno de los elementos más característicos es que las niñas y los niños son representados como protagonistas de sus experiencias cotidianas: opinando, jugando, cantando, cocinando, haciendo deporte, interactuando con los adultos que los rodean o yendo a la escuela, lo que da cuenta de sus identidades.

Y si bien esto puede resultar obvio, no lo es tanto, si se tiene en cuenta que estos modos de mostrar y representar las infancias en la televisión abierta en la actualidad en Argentina son prácticamente inexistentes y en la televisión de pago los géneros principales son la animación y las sitcoms creadas de un modo más bien estandarizado. No hay infancias diversas, mucho menos que puedan ser pensadas de un modo vinculado a las culturas locales y/o regionales.

Hablamos justamente de identidades en plural porque entendemos que no hay un sólo modo de habitar la infancia y que, además, esas identidades son dinámicas. Es decir, los modos de transitar ese momento de la vida están en permanente mutación. Sobretudo porque la representación de una infancia inocente, feliz, blanca y de clase media es aquella que ha hegemonizado las pantallas de los programas dedicados a las infancias o la televisión infantil. Como contracara, las infancias desrealizadas

---

representaciones. La realidad infantil nos habla así a través de su representación, pero también de lo que en ella está ausente". (Carli, 2006:21)

(Narodowski, 1999) -aquellas que ocupan los márgenes de la sociedad- han emergido en las pantallas, pero como experiencias vinculadas a la exclusión<sup>13</sup>.

“En buena medida la infancia como experiencia generacional se tornó imposible de ser vivida [...] pero al mismo tiempo se convirtió en signo, en una sociedad crecientemente visual que puso en escena los rostros de esa imposibilidad y los rasgos emergentes de las nuevas experiencias infantiles” (Carli, 2009 [2006]: 20).

Es decir que, a su vez, a este fenómeno de la invisibilización se le agrega una estereotipación estigmatizante. Esto sucede, fundamentalmente, en programas tipo noticieros o magazine donde hay algunas temáticas que son más recurrentes a la hora de contar o mostrar en televisión temas vinculados a niñas y niños.

Un informe realizado por la Defensoría del Público durante 2016, niñez y adolescencia (NyA) como tópico principal de la noticia ocupó el 0,3 por ciento de un total de 17.197 en noticieros de canales abiertos de Capital Federal<sup>14</sup>. Cuando el tema NyA es tratado como tema prevalente se cruza, en primer lugar, con temáticas relacionadas con salud y discapacidad (42,2%) y, en segundo lugar, con educación (11,1%). En los casos en que NyA es tópico secundario de la información se cruza con noticias relacionadas a casos policiales y de inseguridad (54,7%).

Estos datos son relevantes a la hora de pensar las representaciones de la población más joven en los medios de comunicación y los discursos que sobre ella se esgrimen, teniendo en cuenta que los medios de comunicación son actores fundamentales en la vida de las sociedades contemporáneas. A través de los asuntos que tratan, el lenguaje y los formatos que utilizan, transmiten y recrean representaciones, valores, intereses y saberes compartidos por la comunidad en la que se desempeñan (Saintout, 2002).

---

<sup>13</sup> En el capítulo II, describiremos las distintas representaciones de las infancias que han hegemonizado el discurso mediático.

<sup>14</sup> Datos extraídos de los informes producidos a partir de seis monitoreos de Programas Noticiosos de Canales de Aire de la Ciudad de Buenos Aires durante el 2016, realizados por la Dirección de Análisis, Investigación y Monitoreo de la Defensoría del Público de Medios Audiovisuales de la Nación.

De ahí que, reflexionar acerca de las representaciones mediáticas supone necesariamente ponerlas en relación con las representaciones sociales que organizan y dan sentido a la vida cotidiana de los sujetos (Caggiano, 2012). Es por eso que en este trabajo nos preguntamos acerca de la representación de la infancia, pero también sobre los sentidos que se disputan en torno a la configuración de los imaginarios sociales en pugna, como operaciones políticas que supone la elección de algo por sobre otra cosa (Giroux, 1996).

Por otra parte, inscribimos el análisis de Pakapaka dentro de los estudios de las televisiones públicas (Fuenzalida, 2000; Rincón, 2005, Becerra, et al., 2013) cuyos aportes son relevantes para abordar nuestro objeto de estudio que, si bien Pakapaka ya que es un canal público por su origen estatal y por la propuesta televisiva pensada desde el Estado para los niños de su país.

Sobre la dimensión pública de la televisión, Morduchowicz (2010) plantea que estas propuestas deben no sólo satisfacer necesidades de consumo cultural de la infancia sino, también, atender a la responsabilidad social que les concierne en tanto institución bien público. En el caso de la televisión comercial, la autora entiende que este deber se vuelve endeble frente a una necesidad comercial, regida por el rating, que hace que el medio ignore su rol de bien público.

Esta noción refuerza la idea de las funciones simultáneas de los medios de comunicación: informar, educar y entretener, comprendiendo que las últimas dos funciones son indiscernibles: “Hablando de televisión infantil se hace, pues, aún más necesario si cabe unificar educación y entretenimiento como fórmula para formar a espectadores críticos, activos e inteligentes en el uso de estos medios [...]” (Becerra, et al., 2013: 81).

Es en esta clave que nuestro análisis también incorpora los debates incluidos en normativas como la del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia de la Argentina (CONACAI) que proponen una articulación estratégica entre criterios de calidad, educación y derechos de las infancias.

Con estos lineamientos la investigación se realizó a partir de un abordaje triangulado de tipo cualitativo basado en el análisis de los programas seleccionados y en entrevistas en profundidad a directores y a productores de Pakapaka que trabajaron en

Pakapaka durante el período estudiado. El relevamiento de datos y su sistematización se realizó a partir de una grilla de observación confeccionada para tal efecto, desagregando dimensiones y variables de análisis de cada programa seleccionado. A su vez, nos hemos valido de las entrevistas en profundidad a referentes de la señal que nos permitieron complementar la interpretación de los datos, relevando también opiniones de productores, guionistas, asesores pedagógicos en relación a diferentes aspectos incluidos en los objetivos del trabajo.

### **Bibliografía:**

BACHER, Silvia (2009), *Tatuados por los medios. Dilemas de la educación en la era de la cultura digital*, Bs.As.: Paidós.

BECERRA, Martín, GARCIA CASTILLEJO, Ángel, SANTAMARIA, Oscar y ARROYO, Luis, (2013) *Cajas Mágicas. El renacimiento de la televisión pública de América Latina*, Madrid: Tecnos.

CAGGIANO, Sergio, 2012, *El sentido común visual. Disputas en torno a género, “raza” y clase en imágenes de circulación pública*. Buenos Aires: Miño y Dávila.

CARLI, Sandra (comp.), 2006, (2009), *La cuestión de la infancia. Entre la calle, la escuela y el shopping*, Bs.As.: Paidós.

DUEK, Carolina, (2013), *Infancia entre pantallas. Las nuevas tecnologías y los chicos*, Bs.As.: Capital Intelectual.

ENTEL, Alicia, (2013), “La TV Pública y las infancias de América Latina”, II Encuentro de Televisoras Públicas de América Latina, Buenos Aires.

FUENZALIDA, Valerio, (2000), *La televisión en América Latina. Reforma o privatización*. Chile: Fondo de Cultura Económica.

FUENZALIDA, Valerio 2008. “Cambios en la relación de los niños con la televisión” en *Revista Comunicar*, N° 30.

MORDUCHOWICZ, Roxana, 2014, Los chicos y las pantallas. Las respuestas que todos buscamos, Bs.As.: Fondo de Cultura Económica.

RINCÓN, Omar (comp.), 2005, Televisión pública: del consumidor al ciudadano, Bs.As.: La Crujía.

SAINTOUT, Florencia 2002. "La criminalización de los jóvenes en la TV: los pibes chorros. Un acercamiento a la cultura desde los medios", en Revista Signo y Pensamiento, Colombia, vol. XXI, N° 41, Disponible en <http://www.javeriana.edu.co/signoyp/pdf/4110.pdf>

SALVIOLO, Cielo, 2013, "Pakapaka, la construcción de un nuevo relato sobre la infancia" en BAUER, Tristán, Pensar la televisión pública. ¿Qué modelos para América Latina?, Bs.As.: La Crujía

VELLEGIA, Susana, (2013), II Encuentro de Televisoras Públicas de América Latina, Buenos Aires.

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.552, 2010

Encuesta nacional de consumos culturales 2017