

CAPÍTULO I

Los niños y las TIC en el más allá de la escuela

Pablo es un niño de 4 años que vive en el barrio de Constitución, ciudad de Buenos Aires. Sorprende a sus pares y maestros por su hábil manejo de la computadora, en la que, a escondidas de sus maestros que se lo impiden, autónomamente accede a Internet y utiliza navegadores de uso social difundido para encontrar los videojuegos de moda que tanto le gustan. Un día, en el laboratorio de Informática al que semanalmente concurre con su grupo de compañeros, y luego de haberles enseñado el acceso al Paint y el manejo de algunas herramientas de edición de gráficos y texto con las que dibujó y escribió TAXI, se le preguntó:

—Pablo, ¿quién te enseñó todo esto que sabés?

—Nadie —afirmó, sin dejar de dibujar y agregó— Te ponés y aprendés...

Maestros, pedagogos y adultos comparten la certeza de que los niños y las niñas a las que están dirigidas sus cotidianas labores “ya no son lo que eran”. Contestatarios, desafiantes, argumentadores, mentalmente ágiles, las visiones sobre los “niños nuevos” cunden entre nosotros atribuyéndoles capacidades de comprensión y de acción sobre el entorno circundante muy superiores a las de las generaciones que los precedieron.

En consonancia con estas apreciaciones, desde diversos campos del saber (sociología y psicología social, por ejemplo) la reflexión teórica actual produce conceptos como “niños adultizados”, “adultos infantilizados” y “desaparición de la infancia”, que dan cuenta del debilitamiento de los límites entre el mundo adulto y el mundo infantil o, al menos, de una modificación de los símbolos que definían “la infancia” (en singular) tal como la conocíamos hasta el presente.

Un lugar común en el imaginario docente es que el factor determinante de la emergencia de esta “nueva generación de niños”, que tan cabalmente ilustra Pablo —el protagonista de la anécdota inicial— radica en la aparentemente indiscutida presencia que las tecnologías digitales y audiovisuales tienen en diversos aspectos de la vida cotidiana de los pequeños.

En este capítulo se intenta desandar esta noción cuestionando la omnipresencia de la disponibilidad tecnológica (en otros términos, no todos los chicos las tienen aunque sí sufren sus efectos), complejizando su significado (de qué

hablamos cuando hablamos de TIC) y haciendo jugar otros factores que están interviniendo en las maneras de ser niño y niña hoy.

¿Nuevos niños o nuevas sociedades?

Desde mediados del siglo XX, las sociedades avanzadas transitan el paso de un sociedad industrial a una sociedad informacional globalizada caracterizada por la libre circulación de flujos materiales y económicos, en donde la información, las comunicaciones y las habilidades relacionadas con ellas constituyen el bien central sobre el que se estructura el entramado económico mundial.

Gracias a la convergencia de las comunicaciones y la informática, en las últimas décadas se afianzó un mercado económico y financiero mundial a partir de una producción que se desliga del arraigo territorial. En ámbitos tan disímiles como la producción automotriz, la vestimenta o las comidas rápidas, las industrias elaboran sus productos fuera de sus países de origen adaptándose a las características de las regiones en las que se insertan.

A este proceso se lo denomina globalización. En países como los nuestros, la globalización es un fenómeno complejo que tiene efectos positivos y negativos para sus habitantes. Por el lado de los primeros, podemos señalar el acortamiento de las distancias y de los vínculos entre los seres humanos a partir del avance del transporte y las comunicaciones, que parecen haber reducido las

dimensiones del planeta. Noticias climáticas, descubrimientos científicos, espectáculos artísticos, productos de las más diversas industrias, circulan con independencia del país de origen construyendo una visión de un mundo hiperconectado y sin fronteras.

Como contracara, la globalización tiene efectos de uniformización cultural: niños, niñas y jóvenes de las regiones más disímiles del planeta están expuestos a una oferta de ropa, música, bebidas, juguetes, filmes, "looks", referentes y tecnologías similares que, de la mano de los medios de comunicación, se imponen como símbolos de lo que significa "ser" niño, niña y joven en la actualidad.

El contraste con este fenómeno homogeneizador se produce una heterogénea desigualdad de acceso a los bienes económicos y culturales que el mercado produce/ofrece. Veámoslo a la luz de algunos guarismos. En el año 2006, la tasa de penetración de Internet entre los países en desarrollo se situó en torno al 10 por ciento, mientras que en los países de la OCDE las cifras llegan a la saturación, con 70 usuarios de Internet por 100 habitantes. El llamativo hecho de que el 61 por ciento de los 2680¹ millones de abonados a la telefonía móvil se encuentren en países en desarrollo, es otro indicador de la situación heterogénea de la región, que no sólo se pone de manifiesto en la penetración media por zona, sino también en el tipo de tecnología que se utilice como indicador de la medición.²

Ligadas a estos procesos, también se han operado modificaciones en el ámbi-

to familiar. En primer término, se pone de manifiesto el pasaje de un modelo de organización parental relativamente estable, del tipo nuclear/patriarcal (la familia "tipo"), a una gran diversidad de formas y estructuras de composición (familias ampliadas, ensambladas, etc.). En segundo lugar, también se han operado modificaciones en los roles y funciones tradicionales, especialmente debido a la mayor presencia de la mujer en el desarrollo de tareas productivas ligadas al sostén económico familiar. Un tercer aspecto remite a una modificación en las pautas de crianza y autoridad parental: se ponen en cuestión los modelos tradicionales, autoritarios y conductistas de crianza y se abre camino la emergencia de patrones más igualitarios y nutricios..., cuya legitimidad también hoy es tela de discusión.

En el nivel social, se observa un proceso de "acortamiento de la infancia", una suerte de difusión de los límites que la separan de la vida adulta. Una faceta de este fenómeno se observa en el proceso de individualización que extiende los derechos de ciudadanía a los niños. En nuestro país, la aprobación de la ley 26061, siguiendo las recomendaciones de la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Niños, produce el fenómeno del "empoderamiento" de los niños, que pasan a ser considerados un grupo social más, al que se le abre acceso al ejercicio de un poder social que le había sido vedado hasta entonces.

El ocio para los niños también ha sido privatizado, en consonancia con la disminución de la disponibilidad de espacios públicos para el juego y la amenaza

de la violencia contra los niños que representa hoy "la calle". Lejos están, de la realidad cotidiana de nuestros niños y niñas, las hermosas rayuelas, el elástico, la sogá, los patines y las bicicleteadas que tanto disfrutábamos en las veredas... cuando nuestro vecinito tocaba el timbre de casa invitando: "¿salís a jugar?".

Hoy, los espacios públicos de la infancia —los espacios físicos de los juegos y los espacios virtuales de radiodifusión— han ido disminuyendo en forma progresiva o han sido apropiados por el mercado comercial. La desaparición de "la calle" como espacio público de juego ante la amenaza de la inseguridad y la disminución cada vez más denunciada de espacios verdes, que son apropiados con otros fines (fenómenos de ocupación por parte de empresas o movimientos sociales), son cambios más amplios que traen como consecuencia el "encierro" de los niños en su tiempo libre.

En las últimas dos décadas del siglo XX, la privatización de la televisión trajo aparejado un drástico cambio en la oferta televisiva para niños: de un conjunto de espacios relativamente homogéneo, reducido y estable de la década del '60, se fue progresivamente pasando a la actual sobreabundancia de géneros y productos, que incluyen dibujos animados, *animés*, y programas en los que los mismos niños junto con sus temáticas son protagonistas.

De la mano de la privatización de la TV, a esta programación diversificada se suman patrocinadores que buscan captar audiencias cada vez más amplias e indefinidas. Favorecido por el papel

estático del Estado en el marco de un modelo neoliberal y neoconservador (a diferencia de otros países del mundo, en Argentina no existe legislación que restrinja las acciones del mercado sobre el público infantil), y de los medios de comunicación que resultan funcionales a sus fines, el mundo de los chicos y chicas de las grandes ciudades se puebla, naturalmente, de muñecas, autitos, postres y golosinas promovidos hasta el cansancio por los superabundantes jingles e imágenes promocionadas por la publicidad.

En este marco, un dato no menor es el aumento en la cantidad de horas que los niños pasan frente a la TV en su tiempo libre, y el pasaje hacia un modelo de "visado" en el que predomina la ausencia de la mirada adulta (Morduckowick, 2001; Dotro, 2003).



En vista de estas cuestiones, el proceso de socialización infantil es, hoy, un fenómeno complejo y multideterminado. Conformando valores, cosmovisiones, elecciones y gustos infantiles, las tradicionales instituciones de la familia, la escuela, la iglesia no están solas, sino que sus discursos se entrelazan (y contradicen) con la fuerza simbólica que portan los medios de comunicación. En no pocas oportunidades habremos atravesado situaciones en las que los niños eligen para consumir los snacks que portan una figurita de su personaje favorito, más allá de que infructuosamente intentemos convencerlos de que su contenido es el mismo que el de otra marca que sale significativamente menos. A través de la publicidad, la representación y las imágenes, los medios masivos son nuevos agentes de socialización que tienen un rol protagónico en la conformación de las identidades de los niños y niñas de hoy.

En síntesis, las transformaciones sociales en relación con los cambios en las conformaciones familiares, el uso del espacio público, las pautas de crianza, las nuevas concepciones acerca de la autoridad de los padres y adultos y el reconocimiento de los derechos de los niños, el avance del mercado sobre la cultura y las modificaciones en los procesos de socialización infantil van dando cuenta de los cambios en las maneras de ser niño y niña hoy y que subyacen al uso tan intenso que hacen de las TIC y de los medios audiovisuales en el más allá de la escuela.

Estamos ante nuevos niños, sí, pero no por lo que las nuevas tecnologías hacen con ellos, sino por los "nuevos mundos" en los que les toca vivir.

Cómo entender el juego con TIC

En muchas ocasiones, los adultos observamos preocupados cómo son los mismos niños quienes optan por propuestas lúdicas con tecnología desestimando el juego al aire libre o el deporte.

Desde el psicoanálisis y la psicopedagogía, algunos trabajos reflexivos en el campo del juego infantil sostienen que la interacción de los niños y niñas con este tipo de juguetes y juegos constituyen una crucial **instancia de construcción de la subjetividad**.

Cristina Corea (2001) señala que, a diferencia de los juguetes de nuestra infancia, que tenían un sentido instituido (dado), los juguetes electrónicos no se presentan en la vida de los niños automáticamente asociados a situaciones de la vida cotidiana que les otorgan significación.

Los coches, las muñecas, las herramientas de carpintero, los juegos de té, el pizarrón, etc., eran juguetes cuyo sentido venía dado por los entornos institucionales: la familia, el trabajo, la escuela.

En cambio, los juguetes de hoy son concretizaciones de los personajes arquetípicos que circulan en los diferentes soportes que provee la convergencia tecnológica. Pokemons, Bakugans, no tienen ningún símil en la realidad, sólo existen en el mundo que estos medios crean para ellos.

En su relación con estos juguetes mediáticos, los niños y niñas necesitan ejercer un importante trabajo de signifi-

cación. Los niños y las niñas hoy compran el juguete que representa al personaje de su programa de TV favorito, adquieren y ven el film que lo tiene como protagonista cuantas veces deseen, lo "juegan" en su consola de videojuego o en la computadora, consultan su sitio Web e interactúan on line con miles de niños del orbe entero en el marco del entorno virtual que crea un "mundo" a su imagen y semejanza.

¿Por qué lo hacen? Precisamente, como una manera de construir sentidos alrededor de dicho objeto, en un entorno en el que la pluralidad y densidad de estímulos³ y la velocidad en la que circulan amenazan con la dispersión y la pérdida de la información que ellos mismos proveen.

Con la saturación de productos disponibles para los niños y niñas, los chicos ponen en juego estrategias que les permitan hacer durable y permanente esa información, reunirla, clasificarla y usarla para sus propios fines.... Por ejemplo, jugar.

Pensemos en los juegos simbólicos que los chicos realizan y que tienen a los videojuegos como escenario. Es posible observar cómo re-crean estos mundos imaginarios imitando la vestimenta y características físicas del personaje arquetípico, jugando con los objetos que son su símbolo de identidad (la bola del dragón, por ejemplo) y desarrollando activamente un guión de juego (Sarlé, P., 2008) a partir de las inferencias que han hecho de los valores, significados y reglas de actuación, integrando y, a la vez, construyendo los fragmentos de información sobre dicho

mundo que ofrecen los diferentes soportes tecnológicos y productos comerciales.

Especialmente interesantes son las maneras en las que esta información se hace más perdurable: el juego se aprende a través de otros expertos, no necesariamente adultos, y por descubrimiento propio a través de la experiencia, interactuando con la máquina.

En el caso de los videojuegos, para entrenarse en la resolución eficaz, la propuesta promueve la cooperación de los usuarios y la circulación de trucos y estrategias de resolución (Esnaola, 2006). Pareciera ser que Pablo, el protagonista de nuestra escena inicial, era muy consciente de ello.

Los relatos y los juegos producen un significado afectivo que reduce la realidad a una instancia que permite la imitación y otorga certezas. Es por ello importante considerar cuáles son las narrativas que se desarrollan en cada tipo de videojuego y cuáles son los mecanismos psicológicos que se despliegan en ellos.

En los relatos de los niños analizados en la investigación citada, se destaca el atractivo de los juegos de acción violenta. Matar, vivir, convivir son recurrentes en el relato de los niños y evidencian una clara preocupación por la elaboración psíquica de estos contenidos.

"Estas narrativas y los mecanismos que suscitan, socializan a los usuarios en estrategias defensivas operando como espacios virtuales sim-

bólicos en las cuales es posible expresar los miedos y mantenerlos bajo el control simbólico” (Esnaola, 2006).⁴

Por su parte, los juegos deportivos escenifican contenidos cuyo componente simbólico evoca la competitividad y el uso socializado de la violencia y la destreza física, en una suerte de continuidad con sus homólogos reales (fútbol), parecería ser que los mismos continúan en el entorno virtual el interés de esta actividad tan popular en el mundo real.

¿Qué ocurre con los juegos de simulación? Son propuestas complejas que obligan al jugador a atender simultáneamente a distintas variables, manipularlas y combinarlas en función de la contingencia, siempre única y diferente, a la que deben atender. Es por ello que estimulan el pensamiento múltiple y el entrenamiento para una respuesta eficaz. Pilotear helicópteros, motos superpoderosas, autos hiperveloces, todoterrenos gigantes, administrar una granja o gerenciar cafés son algunas de las situaciones que se simulan en estos juegos. Se trata de contenidos familiares para los usuarios inmersos en la sociedad de consumo, teñidos en la cultura del liberalismo avanzado, que invitan a la acumulación de objetos, propios del deseo de poseer, para mostrar más que para construir.

En síntesis, estos trabajos demuestran que los juegos tecnológicos son objetos culturales de nuestro tiempo, que están marcados por la época histórica que los

produce y cuyo uso por parte de los niños forma parte de su construcción como sujetos en el mundo en que les toca vivir.

Claves para educar a las generaciones TIC

En las escuelas nos encontramos con una generación de niños que se han formado en estos mundos en cambio, socializándose (entre otros) en los entornos que ofrecen los medios masivos, los videojuegos, las computadoras y, especialmente, la atmósfera Internet.

A través de su inmersión temprana en la sociedad de la información, niños y niñas poseen un saber sobre y a partir de los medios y las nuevas tecnologías basado en su propia experiencia, que los posiciona de una manera privilegiada (y preocupante a la vez) en relación con ellos.

Los niños reconocen a los medios y las TIC (especialmente los provenientes de sectores de escasos recursos en el caso de los primeros) como fuente de aprendizajes genuinos vinculados con una plural gama de aspectos y son susceptibles de hacerlos visibles en el entorno escolar si se les ofrece el espacio para hacerlo.

Los acontecimientos climáticos, sociales y deportivos; nombres de diarios y revistas; los medios de comunicación actuales, las series televisivas y los cambios en el entorno próximo a partir de la emergencia de nuevos negocios vin-



culados con ellos (ventas de celulares, cybers, comercios de reparación y venta de insumos y equipos, etc.), son parte de la vida cotidiana de los niños y, como tales, van conformando las experiencias a través de las cuales se va forjando su desarrollo como sujetos.

Pero, más allá del contenido del capital cultural "TIC" que los niños portan al ingresar a la escuela, es importante reconocer (con fines analíticos) los estilos de aprendizaje que desarrollan a partir de su contacto temprano con TIC y medios, caracterizados por la atención multifocal (pueden realizar varias acciones a la vez) y multimedial (pueden operar con diferentes soportes a la vez); la velocidad en la operación de la información; el aprendizaje a través de la imagen y de la propia experiencia; el trabajo en grupos; la gratificación constante, las recompensas y el juego.

Es por ello importante que recuperemos estos saberes, dándole lugar a su reconstrucción en la escuela. Pero, además, es fundamental que los educadores enseñen teniendo en cuenta las amplias y variadas formas de las experiencias tecnológicas, digitales y multimediales por las que los niños y niñas transitan en el más allá escolar. En el marco de contención afectiva y seguridad facilitadora que brindan, las escuelas son instituciones sociales privilegiadas para promover el desarrollo en las generaciones jóvenes de habilidades que les permitan contrarrestar los riesgos y peligros que entraña el uso de nuevas tecnologías, contribuyendo al desarrollo de un espíritu crítico con relación al discurso publicitario de los medios de comunicación y ayudándolos a adoptar una posición ética y responsable con relación a la producción de mensajes en un mundo de medios convergentes.

NOTAS

1. En: <http://www.itu.int/itu-news/manager/display.asp?lang=es&year=2007&issue=07&page=Telecom-trends&ext=html>
2. Informe de la UIT titulado *Tendencias en las reformas de las telecomunicaciones: El camino hacia las redes de la próxima generación*, publicado en septiembre de 2007.
3. Véase la publicidad de cualquier programa infantil.
4. El destacado es nuestro.