

El papel de los medios de comunicación audiovisual en la construcción de infancia

Regulación de contenidos audiovisuales en Uruguay: oportunidad y desafíos para la protección de los derechos de la infancia¹

Graciela Romero Silvera²

gracielaromero977@gmail.com

Resumen: En este artículo se analiza el papel que juegan los medios de comunicación audiovisuales en la construcción de la categoría infancia. ¿Cuál es el rol que cumplen los medios mass-media en el proceso constructivo de identidades infantiles? Específicamente se aborda el contenido de la Ley N° 19.307, de 29 de diciembre de 2014, que regula la prestación de servicios de radio, televisión y señales afines, y sobre la que se han interpuesto varias acciones de inconstitucionalidad. Se trata de visualizar dicha regulación como una oportunidad y un desafío que involucra al Estado, a la familia y a las empresas de comunicación audiovisual, en el marco de las obligaciones que impone la Convención de los Derechos del Niño.

Palabras claves: Infancia, Subjetividades, Medios de Comunicación Audiovisual.

¹ Trabajo presentado en las XV Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales – UDELAR. Montevideo, 14, 15 y 16 de setiembre de 2016.

² Doctora en Derecho y Ciencias Sociales egresada de la Universidad Mayor de la República Oriental del Uruguay (UDELAR). Maestrando en “Derechos de la Infancia y Políticas Públicas” en Facultad de Psicología. Asesora jurídica de la Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información (AGESIC). Cursos de especialización en Derechos de la Infancia, Derechos Humanos, Gobierno Electrónico, Responsabilidad Civil en Entornos Digitales, Gobierno Abierto, Transparencia y Acceso a Datos Abiertos, Administración Pública Digital, Medición y Análisis de la Sociedad de la Información, entre otros.

INDICE. 1. Introducción. 2. La construcción histórica y social de la infancia. 3. Infancia y medios de comunicación. 4. ¿Pequeños consumidores o futuros ciudadanos? 5. Uruguay: Regulación de contenidos en la Ley N° 19.307 (LSCA). 6. Conclusiones

1. Introducción

Según diversos autores la construcción de la infancia es una categoría social bastante reciente. El historiador francés Philippe Ariés al hacer el seguimiento de los niños a través de diferentes siglos, concluye que es en la modernidad donde recién la infancia se hace visible y “*los niños pasan a ser especial objeto de intervención por parte de los padres, los educadores y el Estado*”³.

A modo de introducción, abordaremos brevemente algunas teorías sobre la construcción de la infancia, haciendo especial énfasis en los cambios que actualmente pautan la necesidad de construir un nuevo ciudadano formado para consumir en un sistema que gira en torno al mercado.

Los medios de comunicación, sobre todo los medios audio-visuales, cumplen un papel fundamental a la hora de crear identidades y subjetividades. El Estado en tanto, tiene la obligación de garantizar derechos que se consagran en la CDN. En nuestro país, esa es la idea que trasciende la regulación de la Ley N° 19.307 que analizaremos.

El marco teórico incluye algunos conceptos que a continuación se señalan: **Infancia:** Categoría social abierta y sujeta a transformaciones, que comprende a todos los seres humanos menores de 18 años; **Construcción de infancia:** Proceso histórico, social y cultural mediante el cual se determina el rol, los derechos y la identidad de la infancia; **Producción de Subjetividad:** Diferentes formas de significado, de interacción con el universo simbólico-cultural que nos rodea. Formas de concebir la articulación entre el individuo (yo) y el colectivo (Giorgi, 2003); **Medios de comunicación audiovisual:** Servicios que proporcionan una oferta estable y permanente de señales de radio o televisión; **Consumo cultural:** Uso o apropiación de productos en los que, el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o dónde al menos, éstos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica (García Canclini, 1999)⁴.

³ Ariés, Philippe (1987) *El niño y la vida familiar en el Antiguo Régimen*. Taurus. Madrid.

⁴ Citado en Carli, Sandra, *La Cuestión de la infancia- Entre la escuela, la calle y el shopping*. Notas para pensar la infancia en la Argentina (1983-2001), Pag. 28. 1° edición Buenos Aires: Paidós, 2006. ISBN 950-12-6151-4

2. La construcción histórica y social de la infancia

“El hijo debe ser formado, dominado, hecho a imagen y semejanza, pues es solo un hombre pequeño” (J.P. Barrán - La Cultura Bárbara. 1800-1960)

Philips Ariés y Shorter coinciden en que hasta el Siglo XVII no se reconoce a los niños como tales, sino que se los considera adultos pequeños, enanos, y hasta poseedores de cierta perversión, sobre todo sexual. No será hasta el Siglo XVIII que se descubra el mundo de la infancia y se conciba a la familia moderna.

Aun así, en el plano estrictamente normativo, grandes acontecimientos del Siglo XVIII no recogen los derechos de los niños, por ejemplo, la “Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano” de 1789, que consagra derechos y proclama libertades, pero al decir de E. García Méndez⁵, se inaugura la modernidad con un pacto social de exclusión donde mujeres y niños quedan afuera.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial -a la luz de las atrocidades que se cometieron- se retoma la idea de consensuar instrumentos jurídicos y se crea la Organización de las Naciones Unidas (ONU), pero no será hasta 1978 y 1989, con la aprobación de la Convención contra la Discriminación de la Mujeres (CEDAW) y la Convención de Derechos del Niño (CDN), que se reconozcan jurídicamente los derechos de quienes históricamente habían sido postergados e invisibilizados.

A pesar de ello, Mariano Nadarowsky⁶ observa cómo las Declaraciones de DDNN e incluso la propia CDN, se fundan aún en la idea de la infancia construida desde ese lugar, como cuerpos “dóciles” en el sentido de Foucault; niños con falta de madurez física y mental que necesitan protección especial, incluso legal, antes y después de su nacimiento.

A su vez, según el “historiador francés Jean-Louis Flandrin, la infancia se convirtió en un objeto emblemático del siglo XX, fijado por los saberes de distintas disciplinas, capturado

⁵ García Méndez, Emilio. En Justicia y Derechos del Niño. Nº. 9. UNICEF, Primera edición. Santiago, Chile, agosto 2007

⁶ Narodowski, M. (2013). *Hacia un mundo sin adultos. Infancias híper y desrealizadas en la era de los derechos del niño*. Actualidades Pedagógicas (62), 15-36.

por dispositivos institucionales, proyectado hacia el futuro por las políticas de Estado y transformado en metáfora de utopías sociales y pedagógicas”⁷.

En el Siglo XXI en tanto, en el marco de lo que se conoce como Sociedad de la Información y el Conocimiento, algunos autores hablan del “fin de la infancia”, de esa etapa donde el adulto es el que guía, el que tiene el conocimiento y la autoridad. Nadarowsky retoma esta idea que desarrolla Postman en 1994, pero para él no se trata del fin, sino que, por el contrario, se está llegando a dos polos diferentes: la infancia hiperrealizada y la infancia desrealizada.

La primera sería la 3.0, conectada las 24 horas, viviendo en la más absoluta inmediatez, con niños maestros de sus padres y de sus maestros, que parecen no necesitar más esa protección especial, y la segunda sería la desrealizada, la de la calle, los “menores” que se valen por sí mismos desde muy temprana edad, y muestran la otra cara del fracaso del mundo adulto.

Por su parte, en entrevista realizada en 2008 a Neil Postman⁸, autor del Libro “El Fin de La Infancia”, señala que “las diferencias entre los chicos y los adultos han desaparecido. La televisión y también Internet, hacen accesible a los más chicos todas las cosas que solían ser propiedad del mundo adulto”. Para él el conocimiento era la gran diferencia.

En definitiva, “cada época, cada cultura y cada enclave social proporciona imágenes, valores, modelos, zonas de permisibilidad y prohibición; habilita experiencias y produce significados en torno a ellas, todo lo cual contribuye a la producción de una subjetividad singular”⁹, particularmente de la infancia.

3. Infancia y medios de comunicación

“El individuo deja de ser él mismo y adopta enteramente el tipo de personalidad que le proponen las pautas culturales; se convierte, por tanto, en una réplica exacta de lo que son los otros o de lo que éstos esperan que sea...” (Erick Fromm, 1960)

⁷ Citado por Sandra Carli (compiladora), *La Infancia como Construcción Social* (Pag.11), en *De la Familia a la Escuela, infancia, socialización y subjetividad*. 1999, Ediciones Santillana S.A. Buenos Aires, Argentina. ISB: 950-46-0739-X

⁸ Entrevista a Neil Postman. *La Desaparición de la Infancia*. 12 de noviembre de 2008. Fuente: http://www.educared.org.ar/contenidos/2002/ER2002_12_09/05_entrevista.asp

⁹ Giorgi, Víctor (2003), *La construcción de la subjetividad en la exclusión* Seminario: Drogas y exclusión social Encare RIOD Nodo Sur. Montevideo Atlántica.

Sanchez Parga plantea que el ser humano se construye en sociedad, “en cuanto sujeto y objeto, productor y producto a la vez de la sociedad”, por eso “sólo reconociendo que el sujeto es tanto sujeción como lo que existe a la sujeción, a las relaciones de alteridad interior e exterior de su propio psiquismo, al lenguaje y la comunicación, a las relaciones de dominación, se puede entender que el discurso capitalista, la lógica del mercado o la ideología liberal o posmoderna, destruyan al sujeto moderno en su constitución y en su función críticas (...)”¹⁰.

En este sentido, los medios de comunicación también construyen infancia. ¿Qué niño colocan casi siempre los medios en el imaginario de la sociedad? A los problemáticos, a los pobres, a los peligrosos o los abandonados, a la vez que construyen el sentir del adulto: la inseguridad, la selectividad, o la discriminación. Desaparecen casi por completo la visión de la “infancia amenazada” de Bustelo¹¹, y el discurso de la compasión cede frente a la “peligrosidad” de los adolescentes infractores.

Otra infancia que se construye es la de los niños consumidores o clientes. Carolina Duek señala la relación que existe entre el cuerpo infantil y el consumo, con el resultado de una nueva forma de disciplinamiento¹².

Corea y Lewkowiz analizan las operaciones del discurso mediático y encuentran: a) El *receptor aburrido*: se crea un consumidor o sujeto de recepción pasiva de consumo, b) El *trazado del exterior*: se crea la ilusión de un mundo exterior y se construye la subjetividad desde un discurso; c) *La tematización*: el debate se instala pero el tema no tiene principio ni fin, o son varias temáticas que no se relacionan entre si y se confunden; y d) *La cita*: se crea la mesa redonda y el resumen de ideas no reflejan nada, pues los temas se miden en términos de todo o nada.

A las operaciones utilizadas por el discurso mediático, estas autoras asocian las figuras sintomáticas: a) La *paradoja del enunciado*: se muestra algo sin historia, sin origen y sin explicaciones, b) La *paradoja del desacople* entre la familia y el discurso mediático. A la cita, a la mesa redonda, se trae al maestro, al cura, al politólogo y es este discurso el que interpela a

¹⁰ Sanchez Parga, José. *Una “devastación de la Inteligencia”*. Crisis y crítica a las Ciencias Sociales. Ediciones Abya-Yala- 2007. 1era. Edición- Quito – Ecuador

¹¹ Bustelo, Eduardo. *El recreo de la Infancia. Argumentos para otro comienzo*. 2007. Buenos Aires. Capítulo I. Biopolítica de la Infancia

¹² Duek, Carolina, Infancia, *Fast Food y Consumo (o cómo ser niño en el mundo mcdonald’s)*. En La Cuestión de la infancia- Entre la escuela, la calle y el shopping. Cuarta Parte. Pag. 255. 1º edición Buenos Aires: Paidós, 2006. ISBN 950-12-6151-4

la familia y la desautoriza. El discurso se dirige a aconsejar, a utilizar el sentido común y a deslegitimar el saber especializado.

Por otra parte, a todo este discurso mediático hay que sumar el “bombardeo” permanente de información y de imágenes, hace que el “el mundo cultural y social de estos niños está impregnado por una fuerte estimulación visual y auditiva que, muchas veces, dificulta las construcciones simbólicas (...), con escenas excesivamente brutales o demasiado erotizadas” que “exceden a veces la posibilidad de ser elaboradas psíquicamente”¹³.

4. ¿Pequeños consumidores o futuros ciudadanos?

“La modernidad crea diferencia, exclusión y marginalización. Las instituciones modernas, al tiempo que ofrecen posibilidades de emancipación, crean mecanismos de supresión, más que de realización del Yo” (Anthony Giddens, 1991)

¿Cuál es el rol que cumplen los medios mass-media en el proceso constructivo de identidades infantiles? Hay autores que sostienen que “surgen nuevos modelos de infancias a partir de la influencia de los mass-media en un mundo de consumo que plantea y somete a nuevas reglas, Mercantilización y consumos que, van delineando nuevas identidades, a la vez que producen el debilitamiento de los espacios públicos (escuela, familia, clubes)”¹⁴.

Eduardo Bustelo¹⁵ analiza dos figuras de niño en términos de Capitalismo Infantil y habla del niño consumidor y del niño diseño. Para estos niños el dispositivo de control será la industria cultural y el entretenimiento. El niño consume comidas, música, ropa, películas, drogas, internet, etc, y no sólo consume mercaderías sino también una cultura determinada. Por ejemplo, la cultura de la guerra a través del consumo de juguetes bélicos, dice Bustelo.

Por otra parte, Viviana Minzi¹⁶ asegura que, “la publicidad lejos de apoyar tesis que aluden a la desaparición de la infancia, evidencian la lucha simbólica de diversas agencias socializadoras preocupadas por definir las”, pues la en las últimas tres décadas del S. XX, la

¹³ Silvina Cohen Imach de Parolo- *Infancia y niñez en los escenarios de la posmodernidad*. Ponencia presentada en el IV Congreso Argentino de Salud Mental 2009-Bs.As. Argentina. Fuente: <http://www.psicocent.com.ar>

¹⁴ Silvina Cohen Imach de Parolo- *Infancia y niñez en los escenarios de la posmodernidad*. Ponencia presentada en el IV Congreso Argentino de Salud Mental 2009-Bs.As. Argentina. Fuente: <http://www.psicocent.com.ar>

¹⁵ Bustelo, Eduardo. *El recreo de la Infancia. Argumentos para otro comienzo*. 2007. Buenos Aires. Capítulo I. Biopolítica de la Infancia.

¹⁶ Minzi, Viviana. *Los Chicos según la Publicidad. Representaciones de infancia en el discurso del mercado de productos para niños*. En *La Cuestión de la infancia- Entre la escuela, la calle y el shopping*. Cuarta Parte. Pag. 211. 1º edición Buenos Aires: Paidós, 2006. ISBN 950-12-6151-4

“industria cultural confirmó que la fórmula del éxito no sólo radicaba en inundar el espacio de objetos sino también de significados”.

Agrega que la publicidad, en “tanto agente discursivo del mercado, acepta una de sus mayores misiones, no sólo promocionar productos sino modelar al niño que consume”, por ende, si “en la edad moderna surge la escuela y los niños comienzan a estar gran parte de sus días en las aulas, y la pedagogía comienza a hablar de los “niños alumnos”(…), a principios del Siglo XXI, en cambio, los medios de comunicación y el mercado se consolidan como nuevos agentes de socialización y aportan una nueva acepción a la definición de infancia: el niño como cliente”¹⁷.

En este sentido, es Bustelo¹⁸ quien propone la necesidad de re-significar los dispositivos de control, por ejemplo, trabajando en la escuela la capacidad crítica del individuo con el fin de dotar de otro significado a dicha institución. La idea de Bustelo sobre la re-significación en realidad aplica actualmente a todas las instituciones públicas o privadas, y a todos los discursos que construyen la infancia.

5. Uruguay: Regulación de contenidos -Ley N° 19.307 (LSCA)

“Todo niño y adolescente tiene derecho a las medidas especiales de protección, que su condición de sujeto en desarrollo exige por parte de su familia, de la sociedad y del estado” (artículo 3º, Código de la Niñez y la Adolescencia)

Esta norma promulgada el 29 de diciembre de 2014¹⁹, regula la prestación de los servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual, que proporcionan una oferta estable y permanente de señales de radio o televisión.

¹⁷ Minzi, Viviana. *Los Chicos según la Publicidad. Representaciones de infancia en el discurso del mercado de productos para niños*. En La Cuestión de la infancia- Entre la escuela, la calle y el shopping. Cuarta Parte. Pag. 211. 1º edición Buenos Aires: Paidós, 2006. ISBN 950-12-6151-4

¹⁸ Bustelo, Eduardo. *El recreo de la Infancia. Argumentos para otro comienzo*. 2007. Buenos Aires. Capítulo I. Biopolítica de la Infancia.

¹⁹ La ley fue aprobada casi al final de la administración de José Mujica (2010-2015) solamente con los votos del Frente Amplio. Todavía se encuentran a estudio de la Suprema Corte de Justicia (SCJ), diversas acciones de inconstitucionalidad presentadas por varias empresas de medios de comunicación. De todas maneras, la Suprema Corte de Justicia ya se ha pronunciado en cuatro oportunidades. Mediante Sentencia N° 79 de 5 de abril de 2016. El fallo resuelve el recurso que presentó la empresa DirecTV, declarando la inconstitucionalidad del artículo 39 inciso 3 (el cual regula los eventos de interés general y obligaría a que los partidos de la selección uruguaya de fútbol sean transmitidos por televisión abierta), el artículo 55 (que pone un límite a la cantidad de suscriptores que los operadores de televisión por cable pueden tener), el artículo 60, literal 3, incisos 1, 2 y 3: (

En ella se establece que la propia naturaleza de estos servicios hace que sean industrias culturales, portadores de informaciones, opiniones, ideas, identidades, valores y significados y, por consiguiente, no deben considerarse únicamente por su valor comercial.

En el Capítulo II - Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes, se establece el Deber de Protección a cargo del Estado a través de normas que den efectividad a esos derechos en su relación con los servicios de comunicación audiovisual. También se le atribuye al Estado el Deber de Promoción que supone, entre otras acciones, incentivar a los medios para difundir programas y servicios que tengan por finalidad promover el bienestar social y afectivo, la salud física y mental de la infancia, así como estimular las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial y la creación de mecanismos de autorregulación de los medios.

También se consagra el Derecho a la Privacidad de los niños, niñas y adolescentes, lo cual implica que debe respetarse la privacidad de su vida y que ellos tienen derecho a que no se utilice su imagen en forma lesiva²⁰, ni se publique ninguna información que los perjudique y pueda dar lugar a la individualización de su persona. En el contexto de hechos delictivos, los servicios de comunicación audiovisual se abstendrán de difundir nombre o seudónimo, imagen, domicilio, la identidad de sus padres o el centro educativo al que pertenecen u otros datos que puedan dar lugar a la individualización.

Se introduce un horario de protección (art. 32) que sería todos los días desde la hora 6 a la hora 22. Los programas y mensajes publicitarios emitidos en este horario, deberán ser

sobre regulación de contenidos), y el artículo 98, inciso 2 (que permite la suspensión de medios de comunicación ante la presencia de obstáculos en inspecciones que lleve adelante el Poder Ejecutivo). A la fecha hay otros fallos: Mediante Sentencia No. 87 de 11 de abril de dos mil dieciséis, se resuelve sobre recurso presentado por el Partido Independiente y se declara inconstitucional el artículo 143 (en cuanto le impide acceder a la cuota parte que le corresponde en la distribución igualitaria (por partes iguales) del total de minutos asignados para la publicidad electoral gratuita). Mediante Sentencia de 13 de junio de 2016, se resuelve recurso presentado por Tractoral SA. Se declara inconstitucionales los arts. 60 lit. C, 98 inc 2 y 149 inc. 2. La mayoría de la Corte considera que el artículo 149 inc. 2 vulnera el principio de igualdad (art. 8 de la Constitución), porque el establecimiento de preferencias respecto de los prestadores públicos en relación con los privados no resulta ajustado a las reglas constitucionales. Por unanimidad consideró que el art. 98 inc.2 es inconstitucional porque colide con el derecho al debido proceso, ya que establece la potestad administrativa de sancionar a un sujeto sin haberlo previamente escuchado. En cuanto al art. 60 lit. C, se establece que la libertad de expresión constituye un derecho constitucional cuyo contenido básico y primordial se nutre en nuestro derecho de lo previsto en el art. 29 de la Constitución y en el art. 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos.

²⁰ La emisión de un informe sobre abuso sexual (con testimonio de las niñas), en el programa *Santo y Seña* de Canal 4, el 30 de setiembre de 2015, despertó polémica. La organización Red Uruguaya contra la Violencia Doméstica y Sexual emitió un comunicado condenando su emisión por vulnerar el código de ética periodística, la Convención de los Derechos del Niño, y el Código de la Niñez y la Adolescencia.

aptos para todo público y deberán favorecer los objetivos educativos. Tampoco en este horario deberán incluirse imágenes con violencia o truculencia. Los programas no aptos para todo público deberán estar debidamente señalizados con signos visuales y sonoros al comienzo y durante su transmisión.

Otro aspecto que aborda la norma es el de la publicidad²¹ dirigida a la niñez (art.33), estableciendo que la misma estará sujeta a ciertas limitaciones como por ejemplo no incitarlos directamente a la compra de productos o servicios aprovechando su inexperiencia o credulidad, ni incluir publicidad engañosa. La publicidad no puede socavar la autoridad y responsabilidad de padres, maestros o profesores.

Por último, se establece que los niños ni los adolescentes pueden participar en mensajes publicitarios que promocionen bebidas alcohólicas, cigarrillos o cualquier producto perjudicial para la salud física o mental, ni en los que atenten contra su dignidad o integridad física, psicológica o social.

Las críticas más acaloradas que ha recibido esta Ley giran en torno a las limitaciones que implicaría para la libertad de expresión. No obstante, la propia norma incluye garantías en el sentido de armonizar la protección especial que requiere la infancia y las libertades en un sistema democrático²² y enfatiza en la necesidad de preservar la libertad de expresión como un bien preciado para una sociedad democrática.

6. Algunas reflexiones finales

Esta regulación debe ser vista como una oportunidad y como un desafío que involucra al Estado, a la familia y a las empresas de comunicación audiovisual. Precisamente es la CDN la que encierra la clave para este desafío, que, al decir de Bustelo, es un instrumento que hay que pensar en términos dialécticos, entre el derecho y lo social, como parte de un proceso democratizador que hay que seguir construyendo.

²¹ Un reciente estudio de UNICEF, indica que cuando las empresas incorporan niños a su publicidad, el 43 % tiene como requerimiento cuestionarse acerca de los valores que se transmitirán. Informe Consultora Deloitte - UNICEF. ¿Qué están haciendo las empresas por los niños en Uruguay? Segundo informe sobre la relación entre el sector privado y la infancia en Uruguay. Agosto 2015. Documento recuperado de: <http://www.unicef.org/uruguay/spanish/InformeDeloitte2015.pdf>

²² El Poder Ejecutivo suprimió del proyecto original seis de los trece literales que contenía el art. 32. Eran aquellos que la Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad (Audap), consideraba más restrictivos. Fuente: Voz y Vos, 04 de octubre de 2013, recuperado de: <http://www.infoycom.org.uy/2013/10/simplificar-derechos/>

Con ella se inaugura un nuevo paradigma que nos debe guiar. Por ejemplo, el *Interés Superior del Niño*, establece que todas las decisiones que se tomen respecto a la infancia deberán tener en cuenta su interés y en una situación de conflicto de intereses debe primar su derecho.

La CDN también habla de *Ciudadanía de la Infancia*, lo que significa que el niño debe ser formado para el pleno ejercicio de sus derechos, siendo consciente del respeto que merecen los demás individuos, y para lo cual también se lo debe formar.

En cuanto a la *Corresponsabilidad Social*, la Convención establece que Estado, Sociedad y Familia son responsables de la protección, cuidado y desarrollo del niño. Para ello los gobiernos deben implementar políticas públicas que generen las condiciones adecuadas para protegerlos a ellos y sus familias.

Coincidimos con S. Carli en que, cuando se habla de derechos de la niñez “lo que está en juego no es sólo su posición y su crecimiento sino, además, la posición del adulto y los proyectos de una sociedad”²³, de ahí la importancia del Estado y las políticas públicas, así como de las acciones de responsabilidad social del sector privado.

El desafío es construir otras infancias desde el reconocimiento de los derechos, con otras bases teóricas, con otros cimientos fácticos, para avanzar por un camino que no está libre de obstáculos, ni de retrocesos, intereses y discursos vacíos y contradictorios.

Porque, retomando a Neil Postman²⁴, si “la idea de niñez desaparece totalmente, nuestra sociedad no se derrumbará, porque las sociedades cambian continuamente y nunca se derrumban, pero sí será menos humana. Desde un punto de vista biológico, nuestra cultura nunca olvidará que necesita reproducirse, pero es posible que olvide el significado social de “niño”. No olvidará que necesita niños, pero sí está olvidando que los niños necesitan niñez”.

²³Carli, Sandra, *La Cuestión de la infancia- Entre la escuela, la calle y el shopping. Notas para pensar la infancia en la Argentina* (1983-2001), Pag. 28. 1º edición Buenos Aires: Paidós, 2006. ISBN 950-12-6151-4

²⁴ Entrevista a Neil Postman, publicada en la Vanguardia el 26 de agosto de 1994. Documento disponible en: <http://hemeroteca.lavanguardia.com/previewPdf.html?id=34393821>

BIBLIOGRAFIA

ARIES, Philippe (1987) *El niño y la vida familiar en el Antiguo Régimen*. Taurus. Madrid.

ARIES, Philippe y DUBY, Georges (org) (2001) *Historia de la Vida Privada. De la Revolución Francesa a la Primera Guerra* (V4) y *De la Primera Guerra hasta nuestros días*. (V5) Madrid: Grupo Santillana de Ediciones.

BARRAN, José Pedro (1994) *Historia de la Sensibilidad en el Uruguay. La cultura bárbara (1800-1860)* (T1) y *El disciplinamiento (1860-1920)*. (T2) Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental, Facultad de Humanidades y Ciencias.

COREA, C.; DUSCHATZKY, S (2002) *Chicos en Banda. Los caminos de la subjetividad en el declive de las instituciones*. Buenos Aires Paidós.

COREA, C. Y LEWKOWICZ, I. (1999) *¿Se acabó la infancia? Ensayo sobre la destitución de la niñez*. Buenos Aires LUMEN / HUMANITAS.

GIORGI, Víctor (2003) *La construcción de la subjetividad en la exclusión* Seminario: Drogas y exclusión social Encare RIOD Nodo Sur. Montevideo Atlántica.

NARODOWSKI, M. (2013). *Hacia un mundo sin adultos. Infancias híper y desrealizadas en la era de los derechos del niño*. Actualidades Pedagógicas (62), 15-36

BUSTELO, Eduardo. *El recreo de la Infancia. Argumentos para otro comienzo*. 2007. Buenos Aires. Capítulo I. Biopolítica de la Infancia.

MINZI, Viviana. *Los Chicos según la Publicidad. Representaciones de infancia en el discurso del mercado de productos para niños*. En *La Cuestión de la Infancia- Entre la escuela, la calle y el shopping*. Pag. 211. 1º edición Buenos Aires: Paidós, 2006. ISBN 950-12-6151-

CARLI, Sandra (compiladora), *De la Familia a la Escuela, infancia, socialización y subjetividad*. 1999, Ediciones Santillana S.A. Buenos Aires, Argentina. ISB: 950-46-0739-X

COHEN IMACH DE PAROLO, Silvina. *Infancia y Niñez en los Escenarios de la Posmodernidad*. Ponencia presentada en el IV Congreso Argentino de Salud Mental 2009- Bs.As. Argentina. Fuente: <http://www.psicocent.com.ar>

JUSTICIA Y DERECHOS DEL NIÑO. N°. 9. UNICEF, Primera edición. Santiago, Chile, agosto 2007

CONSULTORA DELOITTE - UNICEF. *¿Qué están haciendo las empresas por los niños en Uruguay? Segundo informe sobre la relación entre el sector privado y la infancia en Uruguay*. Agosto 2015. <http://www.unicef.org/uruguay/spanish/InformeDeloitte2015.pdf>

NACIONES UNIDAS- (1988) *Convención de los Derechos del Niño*, Nueva York, Naciones Unidas.

LA VANGUARDIA. Entrevista a Neil Postman realizada por Isabel Martí, publicada el 26 de agosto de 1994. Disponible en: <http://hemeroteca.lavanguardia.com/previewPdf.html?id=34393821>

EDUCARED. Entrevista a Neil Postman. *La Desaparición de la Infancia*. 12 de noviembre de 2008. Fuente: http://www.educared.org.ar/contenidos/2002/ER2002_12_09/05

entrevista.asp. Disponible:
[desaparicin-de-la-infancia.html](#)

<http://chicosymasculinidades.blogspot.com.uy/2008/11/la->