



***El niño y la niña en la revista Charoná.
Representaciones sociales de la infancia en el Uruguay contemporáneo
1969-2004***

Para optar al título de Magíster en Derechos de la Infancia y Políticas Públicas

Lic. en Trabajo Social Darío Rancel

Directora de Tesis:

Dra. Sandra Leopold

Montevideo, 2021

Agradecimientos

A Sandra Leopold, quien a través de su generosidad me permitió descubrir “Los laberintos de la infancia”.

Al Prof. Víctor Giorgi por su compromiso social, político y académico hacia la infancia de nuestro país.

A los/as docentes y compañeros/as de generación de la maestría.

A todos/as aquellos/as que, de alguna u otra manera, aportaron revistas de su infancia para esta investigación.

A Julia, mi compañera de ruta y protagonista del camino trazado.

A mi abuela Blanca quien, a pesar de su ausencia física, está muy presente en cada uno de mis pasos.

Resumen

La tesis aborda las representaciones sociales de la infancia en el Uruguay contemporáneo entre los años 1969 y 2004.

Se trata de una investigación de corte cualitativo, basada en fuentes documentales y como técnica de análisis aplicará el análisis del discurso; con el objetivo de interpretar los contenidos manifiestos y latentes de las representaciones de la infancia en la revista infantil Charoná.

Dicha publicación será la principal fuente empírica de este trabajo y es por medio de esta que se identifican, categorizan y analizan las representaciones de la infancia desde tres ejes: la infancia escolarizada, la infancia cliente y/o consumidora y las representaciones del niño (varón) y la niña (mujer).

Entre los resultados se destaca una fuerte presencia de la representación de la infancia escolarizada en la etapa fundacional de la publicación, siendo el discurso mediático (textos e imágenes) su principal exponente. Si bien en un comienzo se presentará teñida por valores modernos, sobre mediados de la década de los setenta comenzará a ser colonizada por la representación de la infancia consumidora y/o cliente a través del discurso publicitario. De esta forma, esta representación irá dinamitando la imagen moderna de la infancia, donde el niño y la niña pasarán de ser posibles predictores del consumo familiar a meros consumidores. Asimismo, se observa una sobrerrepresentación del niño varón a lo largo de todo el periodo abordado, mientras que la niña será representada de forma marginal y su protagonismo tenderá a ser secundario; su imagen será vinculada a una perspectiva conservadora de la mujer, lo que se manifestará principalmente en la división sexual del trabajo y del juego.

A partir de mediados de la década de los setenta, esta imagen comenzará a convivir con una nueva representación de la niña, promovida mayormente por el discurso publicitario y la cultura del espectáculo.

Palabras claves: representaciones sociales / infancia escolarizada / infancia cliente y/o consumidora / niño y niña

Abstract

This thesis addresses the social representations of childhood in contemporary Uruguay between 1969 and 2004.

It is a qualitative research based on documentary sources and the analysis technique applied is discourse analysis with the aim of interpreting the manifest and latent contents of the representations of childhood in the children's magazine Charoná.

The aforementioned publication will be the main empirical source of this work and it is through such publication that the representations of childhood are identified, categorized and analyzed from three axes: schoolchildren, children as clients and/or consumers and the representations of children as girls (women) or boys (men).

Among the results, a strong presence of the representation of school children in the founding stage of the publication stands out, being the media discourse (texts and images) its main exponent. Although initially it will appear colored by modern values, in the mid-1970s it will begin to be colonized by the representation of children as consumers and/or clients through advertising discourse. In this way, this representation will undermine the modern image of childhood and boys and girls will turn from possible predictors of family consumption to mere consumers themselves.

Likewise, the boy is overrepresented throughout the entire period covered while the girl is marginally represented and her role tends to be secondary; her image is linked to a conservative perspective of women which mainly manifests in the sexual division of labor and play.

From the mid-seventies, this image began to coexist with a new representation of female children, mainly promoted by advertising discourse and show business culture.

Key words: social representations / school children / client and/or consumer child / boy and girl

Índice

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. FUNDAMENTACIÓN Y ANTECEDENTES ACADÉMICOS	6
CAPÍTULO 2. REFERENTES TEÓRICOS	12
2.1. Representación social de la infancia	12
2.2. Infancia: entre el pasado, el presente y el futuro.....	15
2.3. El Uruguay moderno y el descubrimiento de la infancia	17
2.4. Instituciones, sujetos y consumo.....	22
2.5. Infancias: entre el nacimiento y su desaparición	27
CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA	34
3.1. Problema y preguntas de investigación	34
3.2. Objetivos de la investigación	35
3.2.1. <i>Objetivo general:</i>	35
3.2.2. <i>Objetivos específicos:</i>	35
3.3. Opción metodológica	35
3.4. Algunos aspectos significativos del trabajo de campo	39
CAPÍTULO 4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	46
4.1. La infancia escolarizada	46
4.1.1. <i>De la imagen grupal a la individualidad escolar</i>	59
4.1.2. <i>Los “papis” de la infancia escolarizada</i>	64
4.1.3. <i>Pensar sin Escuela</i>	67
4.1.4. <i>Algunos aportes de la historia nacional fundacional a las representaciones de la infancia moderna</i>	72
4.1.5. <i>Artigas: del niño estudioso y trabajador, al niño rubio</i>	77
4.1.6. <i>“El fantástico cuestionario artiguista”</i>	81
4.1.7. <i>El niño y la niña escolar (1969- 2004). Del escolar moderno/a oriental al escolar consumista caritativo/a: una breve reseña</i>	83
4.2. El niño y la niña clientes	85
4.2.1. <i>De la relativa timidez, a la ausencia adulta</i>	86
4.2.2. <i>Juegos, sorteos y concursos</i>	93
4.2.3. <i>La infancia televidente</i>	96
4.2.4. <i>La individualización de la infancia consumidora</i>	100
4.2.5. <i>La abnegada infancia de Walt Disney, los piratas del shopping, la niñez bancarizada y el fin de la neutralidad política partidaria</i>	102
4.2.6. <i>Continuidades y emergentes en productos y servicios ofrecidos por el discurso publicitario</i>	106
4.2.7. <i>El discurso publicitario oficial y su mensaje a la juventud.</i>	107
4.2.8. <i>El niño y la niña en su representación de clientes (1969- 2004). Entre el niño y la niña clientes y el/la consumidor/a. Una breve reseña</i>	109

4.3. La niña y el niño: representaciones de género en la infancia y otras curiosidades de la revista Charoná.....	111
4.3.1. <i>Maquendá y un innovador discurso publicitario</i>	111
4.3.2. <i>El juego de la maternidad</i>	118
4.3.3. <i>El niño campeón del barrio</i>	120
4.3.4. <i>El varón protagonista y la niña heroína en el país del átomo</i>	128
4.3.5. <i>Mujeres universales y la juventud como imagen</i>	131
4.3.6. <i>La representación social de la niña (1969-2004). Una breve reseña</i>	135
CONSIDERACIONES FINALES	136
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	142
Publicaciones	146

Índice de tablas

Tabla 1. Muestra revista Charoná	38
Tabla 2. Muestra revista Pilán.....	38
Tabla 3. Muestra suplemento "Las aventuras de Charoná: secuestro y rescate"	38
Tabla 4. Muestra revista oficial de la Comisión Nacional de Baby Fútbol.....	38
Tabla 5. Muestra revista Maquendá	39

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Charoná representado por una niña. Charoná, 1972.....	50
Ilustración 2. Escolares en un acto de la escuela pública. Charoná, nº 50, 1970	52
Ilustración 3. Escolares del departamento de Tacuarembó, ciudad de Paso de los Toros, en la estación de trenes Gral. José Gervasio Artigas ubicada en Montevideo. Charoná, nº 71, 1970	55
Ilustración 4. Escolares de la escuela pública nº 49 frente a fábrica del barrio Flor de Maroñas. Charoná, nº 64, 1970	58
Ilustración 5. La representación del escolar irrumpe de manera explícita en el discurso publicitario. Charoná, nº 79, 1974	62
Ilustración 6. El discurso publicitario presenta a un escolar irreverente. Charoná, nº 561, 1996.....	72
Ilustración 7. Tapas de revistas Charoná 1972,1993,2003	81
Ilustración 8. Publicidad. Charoná, 1970.....	88
Ilustración 9. Publicidad, Charoná, 1991	101
Ilustración 10. Publicidad, Charoná 1988	101
Ilustración 11. Publicidad, Charoná 2000.....	118
Ilustración 12. Niños del baby futbol. Charoná, 1971	122
Ilustración 13. Maquendá, Suplemento "Las aventuras de Charoná: secuestro y rescate", 1973	135
Ilustración 14. Maquendá, Charoná, 1994	135

INTRODUCCIÓN

El objeto de investigación que se expondrá en esta tesis refiere a las representaciones sociales de la infancia en el Uruguay contemporáneo expresadas en la revista Charoná: publicación infantil de edición nacional. Dentro de las publicaciones, Charoná se configuró como referente para muchas generaciones de niños, niñas y adultos/as, desde su edición fundacional, en el año 1967.

Si bien en un comienzo se pretendió estudiar las representaciones sociales de la infancia, en el periodo histórico comprendido entre los años 1967 y 2004, siendo 1967 el año donde se imprime el primer ejemplar de la revista y 2004 el año donde se promulga el Código de la Niñez y la Adolescencia en nuestro país, dicho objetivo no fue posible ya que no se logró recabar revistas de los años 1967 y 1968. Por lo tanto, la investigación abarcará el periodo comprendido entre los años 1969 y 2004, aunque se estima que dicha dificultad no habría generado mayores diferencias en los resultados obtenidos en este trabajo.

A lo largo de toda la historia del mundo occidental han convivido diferentes modos de concebir y tratar a niños y niñas, conformándose distintas representaciones sociales de la infancia, ya sea por medio de los discursos orales y escritos, o de otras manifestaciones de nuestra cultura que denotan maneras de pensar y sentir a un “otro”.

En este sentido, el presente trabajo intenta centrar su análisis en las representaciones sociales de la infancia en el Uruguay contemporáneo expuestas en la Revista Charoná, a partir del supuesto de la existencia de dos tipos de infancia que, si bien en principio se presentan como contrapuestas, parecerían convivir en la actualidad, no sin contradicciones.

Una de estas representaciones hace referencia a una infancia conformada por niños/as alumnos/as y/o escolares. A los efectos de esta investigación, se hará mención a la figura del escolar que irrumpe con el advenimiento de la escuela moderna la que, junto a la familia, serán los ámbitos por excelencia donde la infancia se reproducirá.

La segunda representación alude a la infancia entendida en su calidad de niños/as clientes y/o consumidores/as, la cual estaría condicionada por el mercado y los medios de comunicación que de alguna manera proyectaron en la infancia un/a potencial cliente/a, siendo el discurso publicitario la principal herramienta para la captación del consumo infantil y familiar.

Si bien la revista Charoná se concibió en su formato y contenido como una publicación para niños/as escolares, emerge en una coyuntura histórica donde la imagen del niño/a como consumidor/a comenzaba a manifestarse en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana. Esta

nueva representación de la infancia comenzará a convivir con su representación moderna, y particularmente con la imagen del escolar o el/la alumno/a.

Cabe preguntarse, por tanto, en qué medida ambas representaciones de la infancia conviven en la publicación abordada, así como por las formas en que se traduce esta convivencia: ¿transforma, mixtura, o hay una que logra imponerse sobre la otra?

La investigación indaga, además, en el rol que la publicación adjudica a los/as adultos/as, procurando identificar en qué medida se dirige a estos/as y la forma en que lo hace; así como busca conocer si la revista se torna en una herramienta facilitadora para los/as adultos/as respecto al apoyo a los/as niños y niñas en las tareas curriculares domiciliarias, denominadas popularmente “deberes”.

Los/as adultos/as se convierten así en productores/as y en destinatarios/as en tanto referentes encargados de la supervisión del cumplimiento de los “deberes” de los niños y niñas y además en quienes tienen el poder efectivo de compra de la publicación y de otras posibilidades de consumo generadas a partir de la oferta publicitaria de la revista.

En cada edición se da cuenta de hechos históricos, sucesos de actualidad, y se presentan artículos sobre la fauna y flora de nuestro país, historietas y otros tipos de ilustraciones gráficas de las cuales se pueden leer eventos caricaturizados de la historia e idiosincrasia nacional.

En función de la información recabada para la elaboración de esta investigación se puede afirmar que los contenidos de tipo educativo y comercial en formato de publicidad, no se plasman de manera azarosa. Los contenidos educativos de la publicación abordada tienen como guía programas escolares vigentes, establecidos por definiciones gubernamentales que dan cuenta de una política pública sectorial de carácter universal. En esta línea se aprueban, legitiman y establecen los contenidos educativos en las diferentes áreas académicas. Por su parte, los programas curriculares escolares vigentes no solo remiten a la educación estatal (laica, gratuita y obligatoria) sino también a la educación privada, ya sea religiosa o no, pues se encuentran regulados y supervisados por el Estado en todo el territorio nacional.

La revista Charoná se presenta como una publicación laica, lo que podría acentuar su capacidad para adaptarse a diferentes lectores/as, independientemente de sus credos religiosos y políticos. En este sentido, la publicación parecería caracterizarse por poseer la capacidad de integrar a su lectura a diferentes públicos a nivel nacional.

Por otro lado, los contenidos publicitarios presentes ofrecen una variedad de productos y servicios tanto de consumo infantil como familiar, lo cual podría conspirar con la pretendida capacidad de adaptarse a los/as diferentes lectores/as y/o consumidores/as ya que tal vez no necesariamente todos los niños y niñas pueden conformarse en una clientela rentable.

La revista realiza una oferta comercial que pretende generar demanda en un público infantil que parece haber adquirido la posibilidad de incidir de manera directa en el consumo familiar.

Como ya fue esbozado anteriormente, se parte del supuesto de que la publicación en cuestión expone simultáneamente dos representaciones de la infancia, una que define al niño y la niña como escolares, y que los enmarca en una proyección temporal futura “el/la niño/a como futuro de la patria” o como los denomina la autora Carli (1999) como “herederos de un provenir”, como sujetos incompletos, en proceso de constitución y/o crecimiento; y otra, que define al niño y la niña como consumidores o potenciales clientes, como seres autónomos, con posibilidad de incidencia en el aquí y ahora en lo relativo a las posibilidades de direccionar el consumo familiar.

Este trabajo asume el desafío de explorar las dos representaciones de la infancia, que se exponen en la publicación – el niño y la niña escolar y el niño y la niña cliente/a –; e identificar similitudes y diferencias entre ambas, así como rupturas y continuidades de las dos representaciones en relación a la configuración moderna de la niñez.

Es importante señalar, que esta investigación indagó además en relación a la reproducción de los estereotipos de género por medio de los diversos discursos que se plasman en la publicación y en cómo estos interpelan a los niños y niñas en cuento al lugar que le es asignado en la sociedad.

La principal fuente empírica de este trabajo de carácter cualitativo, son las revistas Charoná cuya fundación es responsabilidad del Arquitecto Sergio Boffano y que fueron emitidas de forma semanal a partir del año 1967, hasta la década del 80 cuando comienza a publicarse con frecuencia quincenal. Su alcance territorial remitió y remite a toda la república, siendo una publicación que se comercializó de manera independiente hasta años posteriores al tramo de este estudio, donde la publicación pasó a emitirse de manera adjunta al diario La República¹. Esta revista cobró protagonismo en el país, a lo largo de varias generaciones, por disponer de contenidos relacionados a los programas curriculares escolares vigentes en cada periodo histórico. Asimismo, aspectos tales como la distribución de la revista en todo el territorio nacional sumado a la ausencia de otras tecnologías comunicacionales en determinados momentos hacen de Charoná un referente oportuno para estudiar representaciones de la infancia en una etapa de tiempo significativa de nuestra historia contemporánea. También, la ausencia de trabajos académicos previos que aborden la publicación en estudio opera como estímulo a la hora de pensar la realización de esta tesis.

Se considera relevante el tramo temporal abordado en este trabajo (1969-2004), por ser un periodo en el que se produjeron transformaciones políticas, sociales, económicas y culturales importantes en relación a nuestro pasado reciente.

¹ *La Republica* es un diario uruguayo de circulación nacional, fundado en 1988 por el Dr. Federico Fasano. En el año 2012 por motivos personales y empresariales se desvinculó sin que la publicación cambiara sustantivamente su línea editorial.

Si se piensa en el comienzo de la fecha de edición de la primera publicación de la revista, se puede observar que la misma se produce en un momento de quiebre de la historia reciente de nuestro país. El historiador inglés Finch, hace referencia a esta época como el “fin” de una etapa histórica que marcó el cierre de lo que para muchos fue el “Uruguay optimista”,

En los años 50 la frase “como el Uruguay no hay” reflejó el sentimiento generalizado de satisfacción del mismo. Sin embargo, hacia los últimos años de la década de los setenta, todo eso había terminado. A partir de entonces por lo menos un diez por ciento de la población emigró y se llegó a hablar, con cierta ironía amarga, de la “latinoamericanización” de país. La amargura fue más que intensa por la severidad de la represión política y la declinación del nivel de vida, en un país acostumbrado a disfrutar de condiciones económicas cómodas y hablar sin temor (2014, p.16).

Lo planteado por Finch, opera como una síntesis de los profundos cambios que vivió nuestro país en la época abordada en este trabajo, producto entre otras cosas de la crisis del modelo de sustitución de importaciones, de la irrupción de gobiernos militares, de la restauración democrática y de la consolidación de una política con rasgos de corte liberal en lo económico. Estos cambios estuvieron acompañados de una emergencia de la cultura del consumo, como transformación del funcionamiento del capitalismo,

[...] la idea de que la única liberación posible es la del consumidor, puesto que el consumidor es el centro de la flexibilidad, es quien pide, quien se cansa de una cosa y pide otra (Harvey, 2004, s/p).

De manera contradictoria, en el momento en que se produce en la región y buena parte del mundo una expansión de las orientaciones neoliberales, en el campo de la infancia se producen cambios significativos en la legislación internacional y nacional en torno a la protección a la infancia. En este sentido, como hito histórico a subrayar, se hace imprescindible mencionar la sanción de la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño (CIDN) en 1989, ratificada por nuestro país en 1990. La Convención promovió el desafío de superar la doctrina tutelar imperante y alentar la emergencia de una nueva, denominada de la protección integral². En nuestro país, fue recién en el año 2004, bajo la presidencia del Dr. Jorge Batlle³ que se aprueba el nuevo Código de la Niñez y la Adolescencia, a partir del cual, de alguna manera se consolida jurídicamente a nivel nacional el pretendido nuevo paradigma en torno a la infancia.

Pese a estos hitos, Bustelo (2011) plantea que los procesos de ratificación de la Convención y la aplicación de parte de sus preceptos en los diferentes países, en muchos casos ha

² La Doctrina de la Protección Integral, implicó el marco de un mínimo reconocimiento y respeto a los derechos de los/as niños/as, que debe inscribirse en prácticas y políticas de los países (Beloff, 1999).

En muchos paises de América Latina estos pretendidos cambios se produjeron en contextos de transición política y/o consolidaciones de sus democracias, lo que podría haber complejizado la consolidación en materia de derechos humanos para la infancia. La doctrina pretende superar las tradicionales formas de pensar y entender la infancia desde una perspectiva asistencial y tutelar, introduciendo la discusión en clave de ciudadanía y derechos (Beloff, 1999).

³ Presidente de la República Oriental del Uruguay, entre los años 2000 y 2005.

resultado ambigua y no siempre ha redundado en avances significativos, siendo un ejemplo el discurso distorsionado y reflejado en la mayoría de los países de la región, que vincula infancia/adolescencia con seguridad. Esto último puede explicarse, en parte, debido a que la CIDN se corresponde con un momento del desarrollo de la categoría “infancia” que construye a los y las niños/as como sujetos de derecho y con un proceso histórico, político y cultural hegemonizado por una ideología individualista, neoliberal, que intenta atentar contra el Estado de bienestar. Así, el niño/niña “se enfrenta a un Estado debilitado que, paradójicamente, debe garantizarle sus derechos” (Bustelo, 2011, p.104).

En relación a la estructura de esta tesis, la misma está compuesta de cuatro capítulos, el primero refiere al fundamento de la investigación y al interés por la temática, así como también a la relevancia académica para el campo de conocimiento. Asimismo, serán presentados los antecedentes de la investigación, en donde se esbozan las obras de diferentes autores y autoras, tanto de origen nacional como extranjero; los/as cuales en un principio harán referencia al surgimiento de la infancia moderna en Europa, para posteriormente hacer alusión al de la infancia moderna en Argentina y Uruguay. Los antecedentes destacan, además, autores rioplatenses, que centran su atención en lo que entienden la emergencia de una nueva representación de la infancia, presentada como rupturista con respecto a la representación de la infancia moderna.

El segundo capítulo presentará las diferentes referencias teóricas, las cuales introducirán en un comienzo el concepto de la representación social como herramienta de análisis para las Ciencias Sociales y se particularizará en las de la infancia. También, se expondrá en este capítulo las principales teorías manejadas en la academia sobre el surgimiento de la infancia moderna en occidente en el contexto de florecimiento de la Modernidad; por último, se plasmarán las exposiciones de distintos autores que entienden que el agotamiento de la Modernidad aparejó, entre otras cosas, relevantes cambios en el estatuto de la infancia moderna, los cuales ponen en jaque la misma.

En el tercer capítulo se plasmará el problema de investigación, las preguntas de las que se parte y los objetivos. Se desarrollará la estrategia metodológica escogida, la técnica de recolección de información; y se expondrá la transcripción de algunos pasajes del cuaderno de campo con el fin de introducir al lector y a la lectora en la “apasionante” historia de la revista Charoná.

En el cuarto capítulo se desarrollará la presentación y el análisis de los resultados de este trabajo, y se colocará el foco en cómo la representación social de la infancia moderna irá perdiendo terreno e irá siendo colonizada por nuevas representaciones, lideradas por el niño y la niña clientes. También se plantearán algunos aspectos referidos a las diferencias de género (léase también desigualdades) planteadas en la publicación entre la representación del niño y la niña en el periodo histórico abordado en esta investigación.

En este capítulo se abordarán tres ejes de análisis y al finalizar cada uno de estos, el lector podrá observar una sección denominada “Una breve reseña”, en la que se pretende realizar una suerte de síntesis de las principales “imágenes” que nos brinda la revista.

Al cierre del trabajo se presentarán algunas consideraciones finales de la investigación, así como se dejarán plasmadas algunas líneas de análisis posibles de ser abordadas en futuros trabajos.

CAPÍTULO 1. FUNDAMENTACIÓN Y ANTECEDENTES ACADÉMICOS

El tema de investigación surge de ideas e inquietudes profesionales y personales generadas durante el trascurso de mi participación como estudiante en la Maestría en Derechos de la Infancia y Políticas Públicas.

Se aspira a que esta tesis sea una posibilidad para generar nuevos insumos que enriquezcan la reflexión en torno a las representaciones de la infancia en nuestro país, y permita bucear en aspectos de nuestra historia contemporánea.

En relación a la relevancia teórica del tema de investigación, se entiende que su abordaje permite profundizar en los actuales vínculos de la infancia con instituciones como la Familia, el Estado y el Mercado. Asimismo, teniendo en cuenta los escasos antecedentes académicos a nivel nacional de este tipo de investigaciones, se aspira a contribuir al acervo académico en torno al tema, así como a estimular el desarrollo de futuras líneas de investigación.

A esto se le suma el desafío personal de poder inmiscuirme, desde la posición de investigador, en una publicación de referencia nacional, la que no me es ajena, habiendo sido fiel aficionado e integrante de una de las tantas generaciones que crecieron al amparo de su lectura e influencia.

Las representaciones sociales de la infancia han sido fuente de análisis de diversos autores de occidente, uno de los más emblemáticos es el autor francés Philippe Ariès (1987) con su obra “El niño y la vida familiar en el antiguo régimen”. Su estudio refiere a la construcción social e histórica de la infancia en el mundo occidental, particularmente en Francia. Este considera que, en los antiguos regímenes, si bien la familia existía como realidad no necesariamente expresaba los valores morales y los sentimientos característicos de la Modernidad. En este escenario, Ariès se propuso realizar un profundo examen de los sentimientos con respecto a la infancia y la vida familiar a través de la existencia cotidiana desde la Edad Media hasta el siglo XVIII y de esta forma poner a prueba hasta qué punto el sentimiento de la familia hacia la infancia es un sentimiento moderno. Mas precisamente ubica el surgimiento del sentimiento de la infancia moderna en el tránsito hacia el siglo XVII. Las

fuentes empíricas abordadas por el autor para su obra fueron variadas destacándose los registros de historia del arte, epitafios, actas de nacimientos, entre otras.

Por su parte, Jaques Donzelot (1998) en su renombrada obra “La policía de las familias” centra su atención en las transformaciones del sentimiento de la familia, tomando nuevas dimensiones en un escenario que obliga a las familias a establecer formas de integración moderna que le dan a la sociedad su carácter policíaco. El autor plantea que cuando el poder (la riqueza), se convierte en un problema para la producción, se hace necesario economizar sobre los cuerpos y administrar las poblaciones, lo cual deviene inevitablemente en intervenir a la familia, generando diversas transformaciones al interior de esta última. Plantea que son las empresas higienizadoras, las que desestabilizan la autoridad patriarcal para poder imponer las normas que aseguren la conservación, la calidad y disponibilidad del individuo, haciendo también referencia por otro lado, a la moralización de las relaciones por medio del ahorro, la educación y la sexualización.

Por su parte, diversos autores contemporáneos, rioplatenses, se han sumado al estudio de las representaciones de la infancia con trabajos de alto nivel académico. Dentro de los mismos, podemos destacar a la argentina Sandra Carli⁴, quien, a través de sus trabajos, en calidad de autora y/o compiladora, hace referencia a las representaciones sociales de la infancia, representada en el/la niño/a “alumno/a”, como consecuencia del surgimiento (entre otras factoras) de la Institución escolar. Dentro de los textos a destacar, se encuentran: “La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping” (2006); “De la familia a la escuela. Infancia, socialización y subjetividad” (1999); “La memoria de la infancia. Estadíos sobre historia, cultura y sociedad” (2011). La obra de Carli, se basa en una profunda reflexión histórica que se contrapone a la imagen de ahistoricidad que muchas veces se ha depositado en la infancia. En esta línea, entiende la infancia como un entramado de discursos, prácticas e imágenes, que aborda explorando distintos caminos históricos, objetos, discursos e imágenes. La autora entiende a la infancia como invención, experiencia y memoria, abordando lo social y lo cultural a través de la infancia.

Una parte importante de su trabajo reflejó la emergencia de la representación de la infancia escolarizada en el marco del advenimiento de la Modernidad en la república Argentina, y no ha dejado de problematizar en sus trabajos los actuales desafíos para la infancia en los tiempos que corren. Asimismo, ha colocado la discusión en torno a una cierta “crisis” de representación de la infancia en el marco de las estructuras económicas inauguradas en la década de los noventa, lideradas por las corrientes neoliberales.

En el caso uruguayo, se pueden destacar diferentes autores y textos, los que no necesariamente en sus trabajos abordaron el tema específico sobre representaciones

⁴ Si bien la autora plantea dicha realidad pensando en el escenario argentino, podría extenderse a otros países de Latinoamérica y en particular a Uruguay.

sociales de la infancia uruguaya, pero la profundidad de sus obras les permitió indagar sobre el “descubrimiento de la infancia” con el advenimiento de la Modernidad a nuestro país. En este sentido, una referencia bibliográfica es la del historiador José Pedro Barrán (2015) y su obra “Historia de la sensibilidad en el Uruguay. La cultura “bárbara” (1800-1860). El disciplinamiento” (1860-1920). En el capítulo II, expresa que en la cultura “bárbara” la infancia no fue otra cosa que la primera etapa hacia la plenitud. Hace una lectura histórica, señalando que el “descubrimiento” de la infancia se produce en el contexto de la época “civilizada” (1860-1920), donde el/la niño/a comenzarán a ser vistos como un ser diferente, con derechos y deberes inherentes a su ciclo vital. De su trabajo se destaca cómo la escuela Vareliana y el Derecho fueron protagonistas en el descubrir del niño y la niña y jugaron un rol importante en lo relativo a desestimular el castigo del cuerpo. Barrán plantea que de forma concomitante comienza a emerger un fuerte sentimiento de “amor” de la mano de la imposición del amamantamiento materno como una práctica deseable; el horror frente al abandono infantil; la reivindicación de los mimos y las caricias; el paulatino descenso de la mortalidad infantil; entre otros, lo que generó el surgimiento de la estima social por los sentimientos paternos y maternos.

De igual forma, Silvana Espiga (2015) en su obra “La infancia normalizada. Libros, maestros e higienistas en la escuela pública uruguaya 1885-1918”, presenta un repaso por la historiografía de la educación en nuestro país. En el capítulo IV del mencionado trabajo “El buen enseñante: los manuales escolares”, la autora aborda los manuales de lectura del período abordado, pudiendo reconstruir de esta forma las representaciones sociales de la infancia a comienzos de nuestra era moderna, señalando cómo las diferencias de clase y género representaban de forma dual a la infancia en un mismo momento histórico.

El autor argentino Mariano Narodowski (2016), en una de sus tantas obras sobre la temática: “Un mundo sin adultos. Familia, escuela y medios frente a la desaparición de la autoridad de los mayores”, discute la emergencia de una nueva infancia, la que rompe con el esquema de la asimetría entre adultos/as y niños/as. Para esto no solo detiene la mirada en la infancia, sino también en los cambios de la subjetividad adulta, la cual a su criterio se presenta cada vez más reticente al paso del tiempo, aferrándose a la juventud en el intento de no llegar a la inevitable vejez. A su estudio no escapa la “crisis” de la institución escolar, así como tampoco el protagonismo de los medios de comunicación en lo relativo a la generación de nuevas subjetividades infantiles.

Las argentinas Silvia Duschatzky y Cristina Corea (2013), en la obra “Chicos en banda. Los caminos de la subjetividad. En el declive de las Instituciones”, proponen un provocador trabajo donde se plantean (entre otras cosas), la idea de la “destitución” de la institución escuela, percibiendo una pérdida de credibilidad en sus posibilidades de fundar subjetividad. Si bien no plantean una desaparición absoluta de la subjetividad, esbozan la idea de la desaparición

de algunos tipos subjetivos, lo cual deviene en posiciones escolares “desubjetivantes”, donde los docentes son el síntoma de la pérdida de una autoridad simbólica que los excede. Hacen hincapié a su vez, en la presencia de una maternidad y paternidad “desinvertidas” en relación a la tradición moderna, lo cual pone de relieve la simetrización e indiferenciación de los lugares (adultos/as/infancia/adolescencia), así como también la pérdida de referencia en la cual “anclar”.

En este nuevo contexto, diversos autores y autoras continúan desarrollando la idea de la emergencia de una nueva representación social de la infancia, entre ellas la ya citada Sandra Carli (2006) quien en un trabajo titulado “Notas para pensar la infancia en la Argentina (1983-2001). Figuras en la historia reciente”, comienza manejando la idea de que la infancia argentina fue parte de un “laboratorio social”, en medio de un contexto dominado por acelerados cambios científicos-tecnológicos, fragilización del mercado laboral, la globalización y mundialización de la cultura. En este escenario, si bien la infancia adquirió visibilidad por su reconocimiento como “sujeto de derecho”, la retracción de los Estados-Nación generó cierta invisibilización en un gran sector de la infancia argentina cuya cara radicalmente visible es la del “niño/a de la calle”. De forma concomitante, en el mismo ciclo histórico se desarrolló un proceso de ascendente mercantilización de bienes y servicios dirigidos a la infancia, los cuales colocan en escena y discusión la representación de la infancia consumidora.

Eduardo Bustelo (2011) en su producción “El recreo de la infancia. Argumentos para otro comienzo”, retoma las ideas anteriores, señalando que el capitalismo visualizó y capturó a la infancia como elemento reproductor de su poder. Desarrolla esta idea concentrando su atención en la construcción de la subjetividad de la infancia a través de la industria cultural, denominando conceptualmente al fenómeno como “capitalismo infantil” y señalando que el biopoder conecta a la infancia con el consumo, desarrollando una subjetividad que inhabilitaría procesos emancipatorios basados en la ciudadanía.

Otro trabajo a destacar es el de la autora Viviana Minzi (2006), y su trabajo titulado “Los chicos según la publicidad. Representaciones de la infancia en el discurso del mercado de productos para niños”, el que es producto de una investigación realizada en marco de una tesis de Maestría en el Instituto Gino Germani (Universidad de Buenos Aires). La investigación centra su análisis en la representaciones del niño y la niña emergentes de las publicidades televisivas de productos dirigidos a la infancia en el tramo 2000-2004 y toma como referencia aquellas publicidades emitidas en las emisoras de aire y cable de la ciudad de Buenos Aires, durante las vacaciones de invierno en el periodo señalado.

El trabajo ofrece una exhaustiva lectura de cómo la televisión y sus cuantiosos minutos de encendido para la población de menor edad, ha puesto a disposición de la infancia la circulación de un sin fin de publicidades, las cuales también ofrecen una variada gama de

productos y servicios. Siendo esto así, el discurso publicitario se encargó no solo de promocionar y/o vender los productos ofrecidos sino también de moldear al niño que consume. Minzi (2006) concluye como parte de su trabajo, que existe una convivencia en relación a la infancia teñida de ideas acuñadas en la Modernidad y otra en la Posmodernidad y que en las últimas décadas comenzó a ganar terreno la figura del niño/a autónomo/a con un cierto poder sobre el “mundo adulto”, en detrimento del niño/a moderno/a obediente y tierno/a. También, hace hincapié en que las visiones de la infancia que circulan socialmente impactan en las perspectivas del mundo tanto de los/as niños y niñas como de los/as adultos/as y que por lo tanto y como consecuencia, el comienzo de siglo presenta una infancia con intereses, valores y percepciones de sí mismos y de los otros, distintos a los de épocas anteriores.

Carolina Duek (2006) en el marco de una investigación realizada en el año 2003, para su tesis de grado de la carrera en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales-Universidad de Buenos Aires, presenta un trabajo titulado “Infancia, fast-food y consumo (o cómo ser un niño en el mundo McDonald's)”. Su obra se propone identificar los nuevos modos de construcción de la infancia contemporánea a través de la propuesta comercial de festejos de cumpleaños infantiles de la empresa trasnacional McDonald's. Dentro de las conclusiones destaca, cómo el paradigma neoliberal y el poder de los medios de comunicación y el mercado, se presentan a sí mismos como “reemplazantes naturales”, de instituciones modernas (familia, escuela); y cómo el mercado logró apropiarse de la cultura infantil y promovió la construcción de la infancia como categoría propia del marketing.

Por su parte Mariana Bernal (2006), en su trabajo “Género, etnia y clase en el cine infantil argentino. Un análisis de las representaciones de la niñez en las películas de los noventa”, se propone indagar por medio del cine la creación de identidades infantiles y los imaginarios de una época en torno a la infancia. En este sentido, entiende que los guiones de los films tienen la capacidad de interpelar a los niños y las niñas, constituyéndolos/as en sus modelos de identificación. La investigadora se propone observar las representaciones de la infancia en las películas argentinas dirigidas a la niñez; dar cuenta de cómo se reproducen las relaciones de poder y los estereotipos de género, etnia y clase en el público infantil; y deconstruir los mecanismos a través de los cuales se fijan determinados roles y formas de relación de los/as niños/as con los/as adultos/as. Asimismo, reflexiona en torno a la responsabilidad adulta sobre los consumos infantiles y el papel del Estado en lo que respecta a la generación de políticas de corte cultural dirigidas a la infancia.

En Uruguay, es importante destacar el trabajo de la uruguaya Sandra Leopold Costábile (2014): “Los laberintos de la infancia. Discursos, representaciones y crítica”, que se caracteriza por una profunda reflexión en torno al recorrido histórico de la infancia desde el advenimiento de la Modernidad hasta nuestros actuales y cercanos días, convocando para este fin a diversos investigadores e investigadoras del mundo occidental, de variadas nacionalidades y

formaciones académicas. En relación a su propuesta de investigación, por un lado, aborda y analiza el discurso político- legislativo en relación a la infancia, en el marco de la aprobación del Código de la Niñez y la Adolescencia⁵, y por otro, el proceso parlamentario que culminó con la promulgación de la Ley 18.214⁶.

Con el fin de continuar profundizando en el estudio de las representaciones de la infancia en el Uruguay contemporáneo e indagar en torno a sus posibles rupturas y/o continuidades en relación a la construcción moderna de la infancia, toma como fuentes empíricas las revistas Mamá y bebé⁷, y Padres e Hijos⁸.

Ambas publicaciones nacionales, se enuncian como especializadas en temas de infancia, abocándose fundamentalmente a la vulgarización de saberes expertos provenientes de diversos campos disciplinares, así como también a la difusión de un amplio catálogo publicitario orientado a promover el consumo infantil. La investigación de Leopold, despliega enunciados que simultáneamente confirman la continuidad de determinados atributos de la infancia moderna, así como también se confirma el abandono de otros. En este sentido, se arriba a un mapa conceptual contradictorio que no permite aventurar conclusiones con respecto al proceso de redefinición de la infancia.

Según la autora (2014), el discurso político- legislativo, representó a la infancia como débil, dependiente de cuidados especiales y de la protección del adulto/a; así como también objeto de vigilancia y disciplinamiento en el entendido que debe ser encauzada y corregida porque los/as niños/as serán los “hombres y mujeres del mañana”. Otro aspecto que señala, es la continuidad de la existencia estereotipada de la representación social del “menor-abandonado-infractor”.

Las publicaciones “especializadas” en infancia utilizadas por Leopold arrojaron elementos que conservan la imagen moderna de la infancia, como su representación como objeto de cuidado y en proceso de preparación para la vida adulta.

En relación a la ruptura de las representaciones modernas de la infancia, ambas fuentes discursivas provocan una cierta inversión de las lógicas de dependencia entre los/as adultos/as y la infancia: niño/a que le enseña al adulto/a; niño/a como promotor/a de salud y niño/a cliente/a como configuración del mercado.

⁵ Sancionada el 7 de setiembre 2004, Ley 17.823.

⁶ Ley de noviembre del 2007, prohíbe utilizar el castigo físico y/o trato humillante como forma de corrección disciplinante por parte de los padres y/o responsables, hacia los/as niños/as y adolescentes.

⁷ Muestra: revistas emitidas de setiembre del 2004 a noviembre del 2007.

⁸ Muestra: revistas del periodo comprendido entre mayo del 2004 a noviembre del 2007.

CAPÍTULO 2. REFERENTES TEÓRICOS

2.1. Representación social de la infancia

A través de sus imágenes y textos, la revista Charoná nos aproxima al lugar de la infancia en las instituciones y en la sociedad, así como a la comprensión de las representaciones sociales de ésta en el Uruguay contemporáneo. La noción de representación social se constituye en una valiosa herramienta para realizar una lectura histórica de la infancia en nuestro país.

Dense Jodelet (1993) plantea que S. Moscovici, inspirado en los trabajos de Durkheim, fue uno de los responsables de reposicionar la noción de representación social y de que cobre relevancia, transformándose en una herramienta de análisis para la Psicología Social, y para otras Ciencias Sociales.

En esta misma línea, Sandra Araya plantea que, si bien el análisis de Moscovici tiene como eje organizador al Psicoanálisis, “el contenido del mismo no se dirigió a la comprensión del psicoanálisis, sino al entendimiento de la naturaleza del pensamiento social” (Araya, 2002, p.12). Asimismo, Jodelet plantea que los “sistemas de referencia” (imágenes, palabras, huellas físicas) se “inyectan en el lenguaje cotidiano hasta convertirse en una categoría del sentido común, en el instrumento para comprender al otro, para saber cómo conducirnos ante él e, incluso, para asignarle un lugar en la sociedad” (1993, p. 472).

Estos “sistemas de referencia” consensuan un conjunto de significados,

que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar sentido a lo inesperado, categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con los que tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos. Y a menudo cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de nuestra vida social las representaciones sociales son todo eso junto (Jodelet, 1993, p. 472).

Por lo tanto, la noción de representación social nos permite interpretar y pensar nuestra realidad cotidiana, abriendo la posibilidad de generar una “forma de conocimiento social”,

La actividad mental desplegada por individuos y grupos a fin de fijar su posición en relación a situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones que les conciernen. Lo social interviene ahí de varias maneras: a través del contexto concreto en el que se sitúan los individuos y los grupos; a través de la comunicación que se establece entre ellos; a través de los marcos de aprehensión que proporciona su bagaje cultural; a través de los códigos, valores e ideologías relacionados con las posiciones y pertenencias sociales específicas (Jodelet, 1993, p. 472).

La autora subraya que, las representaciones sociales están signadas a su vez, por lo psicológico, donde como sujetos sociales aprehendemos y observamos las imágenes proyectadas por los distintos tipos de sistemas de referencia. Por lo tanto, deben ser abordadas “como el producto y el proceso psicológico y social de lo real” (p. 472).

El conocimiento cotidiano, el que es naturalizado y concebido como neutro en nuestro diario vivir, se torna relevante para el estudio de las representaciones sociales que es el que lo eleva y resignifica, evidenciando “nuestra realidad consensual” (1993, p. 473). Sandra Araya (2002) agrega al respecto que,

[...] las personas conocen la realidad que circula mediante explicaciones que extraen de los procesos de comunicación y del pensamiento social. Las representaciones sociales (RS) sintetizan dichas explicaciones y, en consecuencia, hacen referencia a un tipo específico de conocimiento que juega un papel crucial sobre cómo la gente piensa y organiza su vida cotidiana: el conocimiento del sentido común (p.11).

Banchs, haciendo referencia al abordaje de las representaciones sociales plantea que, “el hecho de que sean histórico- sociales implica necesariamente que son modificables, cambiantes” (1999, p.3). Concomitantemente con la idea anterior, la autora resalta el fenómeno de la “polifasia cognitiva” desarrollado por Moscovici, “en tanto que las representaciones tienen un carácter a la vez estable y dinámico, son al mismo tiempo estructuras y procesos, pensamiento social constituido y constituyente” (1999, p.3).

La construcción de las representaciones sociales no necesariamente carece de conflicto, ya que la cultura se resiste en algunos casos más que en otros a los eventuales cambios, producto del devenir histórico. Se trata de una resistencia denominada “memoria social” en sentido de Jodelet (1993).

Por su parte, Banchs (1999) subraya el carácter histórico cultural de las representaciones, lo que “implica por un lado que las mismas no surgen de la nada, sino que están ancladas en una cultura, con sus saberes populares, mitos, tradiciones y por lo tanto responden a las características particulares de cada tradición histórica cultural” (p.4).

Particularmente, en lo concerniente a las representaciones sociales de la infancia, Sandra Carli (2011) afirma que “el concepto de infancia ha sido en muchos casos un supuesto y en otros el depósito de una idealidad. Un componente de ahistoricidad se desliza en las miradas sobre la infancia, provocando la invención de retóricas” (p.10). Frente a estas posturas la autora pondera las indagaciones con perspectiva “histórico cultural” y señala que una historia de la infancia necesariamente debe afrontar los desafíos de una historia cultural. Estos implican complejizar y ampliar la mirada de los posibles escenarios en lo que transcurre la infancia,

La investigación histórica puede ser complejizada por el análisis de las características y dimensiones culturales de la experiencia infantil en escenarios lejanos y actuales, en distintos contextos y ámbitos, de tal manera que el relato histórico articule los componentes heterogéneos del vínculo entre pares, generaciones y sectores sociales, en un mismo tiempo histórico y dé cuenta del difícil entramado entre aspectos sociales, económicos y culturales en la vida infantil (p.11).

Retomando a Hall, Carli (2011) manifiesta la importancia de esta concepción a la hora de abordar la historia de la infancia, subrayando aspectos centrales de cuando la historia cultural dirige su abordaje al campo de la infancia,

Una historia cultural invita a reconocer las marcas que en las identidades infantiles imprimen en la vida cotidiana las configuraciones familiares, las instituciones educativas, la esfera pública, los medios de comunicación, los saberes expertos, pero sin dejar de considerar las particularidades de la identificación infantil, entendida como una construcción nunca terminada que no cancela la diferencia (p.11).

En esta misma dirección, la autora hace un llamado a repensar la historia de la infancia, esquivando las miradas totalizantes,

la investigación histórica sobre la infancia debe incorporar la pregunta por los horizontes posibles, por lo indeterminado de una identidad infantil, siempre abierta a la contingencia, sin por ello negar el peso de los procesos históricos. Sin embargo, en lugar de fijar las identidades infantiles mediante la construcción de estereotipos, modelos o figuras, más allá de su valor como construcciones analíticas, se debe tratar de identificar y analizar el conjunto de modelos de identidad disponibles en un período histórico para población infantil, cuestionando las perspectivas deterministas que adjudican a ciertas instituciones un alcance totalizador en la configuración de los destinos de una generación (Carli, 2011, p.13).

En esta invitación a repensar la infancia, la autora convoca a estudiar sus particularidades, sus transformaciones y alcances, reconociendo en este marco las limitaciones de las instituciones clásicas (Familia, Escuela, Estado); profundizando en el abordaje de la historia de la infancia teniendo en cuenta “el contacto y circulación en espacios discontinuos (de la esfera privada a la pública: los medios de comunicación, la calle, los ámbitos de sociabilidad infantil y juvenil, las prácticas de lectura, el juego, etc.)” (Carli, 2011, p.13).

La misma autora (2003) señala dos fenómenos contemporáneos que operan de forma simultánea y que de alguna manera constituyen un modelo de “fragmentación y heterogenización de la sociedad infantil”, los que podrían conducir a que ésta sea hoy, “menos representable” desde un “discurso universal” (p.3).

En la “fragmentación y heterogenización” de la infancia operan diferentes factores que si bien podrían considerarse en principio como contradictorios, son capaces de convivir en un mismo tiempo y espacio histórico. Por un lado, los procesos de exclusión social, polarización social extrema y la pérdida de un tejido social integrado y por el otro, lo que la autora (2003) denomina “mutación simbólica de un escenario nacional globalizado desde el punto de vista cultural y tecnológico” (p. 3) que refleja una multiplicación de las representaciones de la infancia de tipo “estético”,

[...] la producción de representaciones visuales que ofrecen signos universales (como ejemplo, las imágenes de niños en publicidades) que hibridizan o naturalizan las experiencias históricas de sectores de la población infantil que van desde la muerte por desnutrición infantil hasta la guerra, o que si las muestran (por ejemplo, en las fotos de la prensa gráfica o en las imágenes televisión) colocan a la sociedad en un lugar de espectador y no de interpelación política (2011, p.13).

Otro tema que aborda la autora es la relación entre el “representante adulto” y la “infancia representada” como una relación no exenta de complejidades, y como una “relación asimétrica” respecto al componente etario (Carli, 2003, p.5).

2.2. Infancia: entre el pasado, el presente y el futuro

En las últimas décadas la infancia ha tenido un lugar preponderante en la arena política, plasmándose en los discursos de los gobiernos, de la sociedad civil, de los organismos internacionales, del mercado, de los saberes expertos, así como de la academia.

Se podrían identificar diferentes hitos, siendo uno de los de mayor trascendencia mundial la Convención Internacional de los Derechos del Niño (20 de noviembre 1989), el que implicó la concreción del primer tratado internacional para la defensa, protección y promoción de los derechos de los niños y niñas del mundo. En este tratado, de 54 artículos se reconoce la vigencia del derecho de los niños y niñas a un pleno desarrollo físico, mental y social, así como también se pondera el derecho a la libertad de expresión y/o opinión para todos los niños y niñas de los países firmantes.

Pese a este tratado, Sandra Leopold parafraseando a Barbagelata, señala que el discurso moderno de la infancia en algunas oportunidades se ha visto tristemente divorciado de la realidad,

[...] el desierto- la muerte, eso que siempre es idéntico para todos- llega cuando los niños de la calle, los niños de la guerra, los zapatos de los niños de Auschwitz, tensan al límite lo que una cultura, un discurso, nombra como niño. También desde otros lugares, donde no hay guerra, donde hay casas cómodas, donde la acumulación, la abundancia y el derroche; allí también se describen infancias desnudas (2014, p.17).

La academia propició y propicia un vasto campo de estudios en relación a los temas de infancia, un ejemplo trascendental es el del historiador Philippe Ariès quien, en la década del sesenta, dio a conocer una de las obras más relevantes en relación a la “Historia de las mentalidades”, denominada “El niño y la vida familiar en el antiguo régimen”.

La tesis central del autor (1987) parte de la idea de la inexistencia del “sentimiento de la infancia” en el trascurso del Antiguo Régimen Europeo, identificado en este periodo histórico una procesualidad en donde por medio de graduales transformaciones en los sentimientos, en las actitudes y en los aspectos vinculares entre adultos/as y niños/as, se termina deviniendo en la imagen moderna de la infancia. Particularmente, ubica el surgimiento del sentimiento de la infancia moderna en el tránsito hacia el siglo XVII.

La obra de Ariès tiene como base empírica elementos de la historia del arte, historias de tumbas, epitafios, modos de construcción, vestimenta, historia de los juegos, actas de bautismo de comunión y nacimiento (Minnicelli, 2004).

El mismo autor (1987), en su trabajo, expresa como característica de la época moderna, el papel preponderante que asume la edad (años de nacido) en la vida cotidiana, como elemento distintivo e identitario,

[...] nuestra personalidad civil se expresa ahora con más precisión por nuestra fecha de nacimiento que por nuestro patronímico, que podría muy bien, si no desaparecer, al menos reservarse para la vida privada, mientras que el número de identidad lo remplazaría para el uso civil, cuya fecha de nacimiento sería uno de sus elementos constitutivos. En la edad media, el nombre propio fue considerado como una designación demasiado imprecisa, y fue necesario completarlo con un apellido, a menudo un nombre de lugar. Y resulta que ahora es conveniente agregar una nueva precisión de carácter numérico, la edad (Ariès, pp.33-34).

Retomando lo expuesto en relación a la hipótesis central sobre la inexistencia del sentimiento de la infancia durante el Antiguo Régimen, el autor explica entre otras cosas que los distintos ciclos de la vida se entrelazaban en una densa convivencia donde la edad no tenía efectos discriminatorios. Esto se visualiza, por ejemplo, en las pinturas que retratan a los niños/as de esa época participando de los juegos con adultos/as, del cabaret, la taberna, entre otros. Los retratos de época se convirtieron en un elemento central de su investigación, las que representaron la construcción histórica del sentimiento moderno de la infancia,

Hasta aproximadamente el siglo XVII, el arte medieval no conocía la infancia o no trataba de representarla; nos cuesta creer que esta ausencia se debiera a la torpeza o la incapacidad. Cabe pensar más bien que en esa sociedad no había espacio para la infancia (Ariès, 1987, p.57).

El historiador sostiene que, hasta finales del siglo XIII, no surge en las obras de arte de la época representaciones sociales capaces de simbolizar el sentimiento moderno de la infancia. Esta solía estar representada por hombres reducidos al tamaño de un niño, pero sin ninguna diferencia en expresión, rasgos y musculatura. El sentimiento imperante en ese momento histórico estaba signado por la infancia como momento fugaz de la vida, que rápidamente se perdería en el recuerdo.

Es a comienzos del siglo XVII, cuando Ariès (1987) comienza a visualizar- gracias al arte del pintor-, la emergencia de un nuevo sentir por parte de los/as adultos/as hacia la infancia, más precisamente la emergencia de un nuevo sentimiento en torno a la figura infantil. Se comienza de forma gradual ya no solo a observarse a los niños y niñas representados/as en los retratos de su familia, sino también en la imagen de la infancia expresada con sus rasgos particulares y de forma exclusiva. Es este tal vez el inicio de una tendencia que se logró consolidar en nuestros días. El deseo de las familias de tener imágenes con sus hijos/as retratados/as, se asemeja a la necesidad actual de tener fotografías de los niños y niñas en nuestros celulares, computadoras y otros dispositivos informáticos.

De forma concomitante con lo anterior se suma otro elemento importante que es la progresiva separación de los ámbitos adultos e infantiles. Ariès (1987) sostiene que tanto en la Edad

Media como a principios de la Era Moderna los niños y las niñas convivían “mezclados” con los/as adultos/as desde el momento que podían desenvolverse por si mismos/as,

Desde ese momento los niños entraban de golpe a la gran comunidad de hombres y compartían con sus amigos, jóvenes o viejos, los trabajos y los juegos cotidianos. El movimiento de la vida cotidiana arrastraba en una misma oleada las edades y las condiciones, sin dejar a nadie un momento de identidad ni de intimidad. En esas existencias demasiado densas, demasiado colectivas, no quedaba espacio para un sector privado. La familia cumplía una función la trasmisión de la vida, de los bienes y de los apellidos, pero apenas penetraba en la sensibilidad (p.539).

Estas imágenes de un colectivo fuertemente cohesionado- reflejado en obras artísticas de época-, comenzaron a diluirse de forma gradual, producto entre otros aspectos de cambios demográficos. La edad- ciclo de vida- comenzó a ser un elemento de fragmentación grupal. Los progresos y avances de la medicina jugaron un papel central en la preservación de la vida de los niños y niñas, y gestaron las bases para la emergencia de un nuevo sentir, de un nuevo reconocimiento de la infancia más ajustado al hoy. De un tiempo en que la infancia parecía no ser relevante para casi nadie, se devino a una época signada por la institución familia (nuclear) sobre la cual se depositó la obligación de brindar protección y cuidados especiales a los/as hijos/as, apoyada por un corpus de profesionales “capaces” de dotar de saberes a los referentes adultos/as por intermedio de una vasta literatura de vulgarización.

Un elemento central de esta nueva fragmentación entre adultez e infancia, es el surgimiento de la educación y la institución que canalizará los objetivos de la misma: la escuela,

Se sustituye el aprendizaje tradicional por la escuela, una escuela transformadora, instrumento de disciplina severa, protegida por la justicia y la policía. El desarrollo extraordinario de la escuela en el siglo XVII es una consecuencia del nuevo interés de los padres por la educación de sus hijos (Ariès, 1987, p.541).

Una publicación de la época (1602), expresa que el deber y la obligación moral de los padres de enviar a sus hijos “desde la más tierna edad, al mercado de la verdadera sabiduría (es decir el colegio), donde se harán artesanos de su propia fortuna, ornatos de la patria, de la familia y de los amigos” (Ariès,1987, p.539).

2.3. El Uruguay moderno y el descubrimiento de la infancia

Independientemente de que las transformaciones civilizatorias se den en el contexto europeo, las mismas no son ajenas a los procesos sociales y culturales transitados en nuestra región y particularmente en nuestro país. Sin caer en lecturas eurocentristas extremas, se podría sostener que Europa fue capaz de ordenar y marcar los cambios civilizatorios en gran parte del mundo. Esta época denominada Modernidad, estaba sostenida por una nueva cultura de

la ciencia, del progreso indefinido, la industria, lo urbano, las comunicaciones y la ciudadanía política (Caetano y Rilla, 2005, p. 93).

En términos temporales la primera fase del proceso modernizador del Uruguay podría ubicarse en el último cuarto del siglo XIX y la segunda, a comienzos del año 1900,

[...] fue implementado un modelo agroexportador en lo económico y autoritario en lo político, que, si bien logró modificar sensiblemente la estructura política del país, no fue capaz de evitar los rigores de la crisis financiera y económica internacional. Fue así que en 1890 las circunstancias obligaron ciertos ajustes y reorientaciones, al tiempo que se ambientaba una fecunda reflexión sobre el “destino” del país a fin de siglo. *La segunda fase*, abierta en 900, habría de sintetizar y proyectar la acumulación precedente en una dirección reformista y democrática, que, sin embargo, tampoco podría escapar al impacto de las crisis del capitalismo mundial desatadas en 1913 y sobre todo en 1929 (Caetano y Rilla, 2005, p. 94).

En este contexto, la Modernidad también descubrió a la infancia moderna en nuestro país, Barrán (2015) expresa, que en la “época barbara” (1800-1860), “el niño” no era otra cosa que una primera fase a la plenitud y era representado como un hombre pequeño. El autor estima que este puede ser un elemento que nos permita explicar la utilización del castigo corporal ante la pena y la corrección, a todos por igual, “niños, jóvenes y adultos” en ese momento histórico.

Barrán (2015) señala que en la “época bárbara” (al igual que en la Edad Media en Europa), convivían y participaban los/as adultos/as y los niños de los mismos hechos sociales y culturales de la época, como ser de las ejecuciones públicas, los velorios, las agonías, así como de los ritos, espacios y/o eventos que posteriormente serían reservados en la época moderna para los/as adultos/as.

Una vez inaugurada la época denominada por el historiador como “civilizada” en torno al año 1860, comenzaron de manera gradual a producirse cambios en la sensibilidad social y con esta, el descubrimiento del niño,

La época “civilizada” cambiará todos los supuestos culturales. El niño será visto como un ser diferente, con derechos y deberes propios de su edad; le serán vedados rubros enteros de la actividad social (las ceremonias de muerte, por ejemplo), y otros se le reservarán especialmente (la escuela y el juego), y, sobre todo, los adultos y niños se separarán de manera rigurosa en los dormitorios, los almuerzos y cenas, en la enseñanza, en las diversiones y espectáculos. De la indiferenciación que implica también la convivencia, se pasará a la diferenciación y el apartheid, todo ello, sin embargo, en aras del amor y la vigilancia (Barrán, 2015, p.295).

El descubrimiento de la infancia irrumpió de forma progresiva, y poco a poco fue internalizándose en nuestra sensibilidad moderna. El/la niño/a comenzó a ser captado en su singularidad, siendo un ejemplo de esto la prensa escrita del 1916 que presentaba avisos publicitarios para niños/as, los que competían con los avisos dirigidos para adultos/as (Barrán, 2015).

La imagen de la infancia pasó a estar mediada por la familiaridad afectuosa y el poder paterno, lo que se podría traducir entre el amar y el vigilar,

La crítica de las amas de leche y la preferencia confesada por amamantamiento materno; el horror socializado ante el abandono de los recién nacidos; la reivindicación, no sin discusiones de las caricias y los mimos; la preocupación de la moralidad infantil como “excesiva”; el paulatino descenso de la natalidad y la sustitución de formas “bárbaras” de controlarla – el infanticidio y el abandono- por las “civilizadas”- el coitus interruptos y el aborto-, todos estos hechos denotan el surgimiento de la estima social por los sentimientos maternos y paternos, la valorización de la afectividad en la crianza y la educación, la percepción de la individualidad insustituible de cada hijo, la aparición, como modelo de la conducta familiar, del amor al niño (Barrán, 2015, p.298).

Pero el niño y la niña emergente, descubierto en la familia nuclear, estará teñido por un estricto control de orden policíaco, como lo plantea Donzelot haciendo referencia a la emergencia de la Modernidad en caso europeo,

ese primer objeto, la familia, se esfuma en provecho de otro, lo social, del que es a la vez reina y prisionera; como el conjunto de prácticas de transformación de la familia son también las que establecen las formas de integración moderna, que dan a nuestras sociedades su carácter particularmente policíaco [...] Ni destituida ni piadosamente conservada, la familia es una instancia en la que la heterogeneidad de las exigencias sociales puede ser reducida o funcionalizada, estableciendo una práctica que ponga en flotación las normas sociales y los valores familiares, y que cree al mismo tiempo una circularidad funcional entre lo social y lo económico. Freud con Keynes (Donzelot, 1998, p.11).

El niño y la niña fueron amados, pero también disciplinados pues la llegada de un nuevo orden económico pareciera requerirlo. Tanto los reformistas como los representantes de la iglesia, entendían al niño o la niña como seres bárbaros, de sentimientos inferiores que debían ser reprimidos. Males como la holgazanería, la sexualidad temprana y “viciosa”, debían ser censurados y erradicados de la vida cotidiana de la nueva infancia. El modelo de la niña fue vinculado a la docilidad y la obediencia, mientras que el del niño a la rectitud y la abnegación propias del carácter del “trabajador” (Barrán, 2015, p.310).

El efecto disciplinante y policíaco tejió como estrategia dos métodos: la vigilancia continua y sistemática por parte de los padres y educadores/as, y la auto corrección. No existía espacio donde el niño o la niña no fueran vigilados y controlados. La vigilancia sobre la infancia debía ser esmerada, continua y personal; los horarios de llegada al hogar, las lecturas, el recreo escolar, entre otros, formaron parte de los espacios y/o elementos a vigilar y controlar. En cuanto a la auto corrección como estrategia civilizatoria fue impuesta por la iglesia por medio de la culpa desde el sacramento de la confesión, pero la escuela se encargó de secularizar la culpa “la internalizó definitivamente y la convirtió a la conciencia” (Barrán, 2015, p.313).

Es en la primera fase modernizadora de nuestro país donde emergió una de las instituciones más relevantes para este trabajo, la escuela pública, la que surge de la mano de una

importante reforma de corte positivista, liderada por el reformador José Pedro Varela⁹. El nuevo sistema de enseñanza tendrá un carácter de corte igualitarista, un claro y marcado sesgo disciplinante acorde a las nuevas exigencias de las transformaciones económicas del mercado y la filosofía derivada de la matriz iluminista (Caetano y Rilla, 2005). La educación transitó por un fuerte proceso de secularización que se fue gestando en la primera fase del proceso modernizador y continuó afianzándose en la segunda fase. Hecho que terminó consolidando la escuela pública como laica, gratuita y obligatoria, y que más allá de sus detractores y defensores continúa- mediada por las actuales circunstancias- presente hasta nuestros días.

Es de destacar que el avance secular- sin estar exento de tensiones sociales- no solo puede entenderse por la determinación militante de las nuevas élites políticas y empresariales, sino también por la debilidad numérica, institucional y teológica de la iglesia católica en nuestro país (Barrán, 2015). Siendo esto así, la escuela se posicionó como uno de los “templos” laicos de mayor referencia para gran parte del sentir uruguayo,

La escuela, entonces, fue el paradigma “civilizado” de la represión del alma porque el Estado liberal así lo quiso, porque la Iglesia Católica no tenía ni densidad clerical como para crear su propio andamiaje, y porque la cultura de la “civilización” decía confiar más en la educación ostensible y formal que en el manejo sentimental de las oscuras fuerzas del inconsciente (Barrán, 2015, p.285).

De alguna manera, este proceso de reforma escolar fue moldeando lo que podría denominarse la representación del niño y la niña escolar, pero también la representación de “sujetos incompletos”, a los que hay que completar por medio de la instrucción, con el fin de convertirlos en individuos “civilizados” del mañana, afianzados en sólidas normas morales, habidos para el trabajo y guardianes de la propiedad privada.

La escuela se instauró como un espacio de sociabilidad, socialización, captación y clasificación de la infancia, en un contexto de proyectos higienistas- al igual que ocurrió en Europa- que necesariamente debió generar para su desarrollo nuevas prácticas culturales (Espiga, 2015).

Es así que, entre la escuela y el hospital, entre el/la maestro/a y el/la médico/a, entre el/la alumno/a y el/la paciente, parece haber una línea muy fina, donde el/la niño/a ofició en la escuela como objeto de la salud, así como también como canal para llegar a las familias;

Las nuevas concepciones de salud pública e higiene, definidas por los médicos e higienistas a fines del siglo XIX y principios del XX, se reprodujeron desde el aula escolar pública. Por lo tanto, puede decirse que el Estado moldeó y mandató nuevas prácticas pedagógicas basadas en preceptos del higienismo social a la vez que propagó valores específicos de forma direccional en diversos grupos sociales. La obligatoriedad de asistir a la escuela puso de manifiesto la dimensión de política sanitaria y social aplicada por las

⁹ (1845- 1879) fue escritor, periodista y político uruguayo. En 1876 asumió como director de instrucción pública y presentó un proyecto de Ley por el que el Estado Uruguayo establecería la enseñanza escolar laica, gratuita y obligatoria.

autoridades educativas. Desde este punto de vista, el niño fue considerado por las autoridades escolares como un vehículo directo para adoptar y trasladar valores, modelos, rutinas y así modificar prácticas y concepciones de higiene de los adultos, en su mayoría aún analfabetos (Espiga, 2015, p.16).

En alusión al surgimiento y a los inicios de la escuela pública en el Uruguay, Espiga (2015) plantea que dicha institución, no solo vigiló y castigó al niño y a la niña, sino que aplicó sobre la infancia la censura, sobre todo en la etapa fundacional de la institución escolar. Las autoridades educativas de la época dispusieron a través de actos administrativos, la prohibición a los maestros de mandar a sus alumnos/as a comprar textos de lectura por fuera de los determinados por las autoridades.

También, el disciplinamiento del cuerpo fue un objetivo claro, ponderando al cerebro como el único órgano que participa en el proceso de enseñanza/ aprendizaje, siendo la contra cara de esta concepción un cuerpo dominado y regulado (Espiga, 2015).

Las lecturas educativas, estimuladas y mandatadas por parte de la Escuela se asimilaron a los nuevos valores modernos, pues ahí también se representaban al buen y al mal niño o niña. En este contexto, el concepto de buena conducta y, adjetivos como “bueno”, “estudioso”, “agradable”, se contraponen al niño “desgreñado”, “grosero” y “egoísta” (Espiga, 2015, p.167). De las lecturas escolares (1885-1910), se desprenden muchos de los nuevos valores de la época, y con estos los prototipos de infancia y de adulto del futuro que se quería forjar. La abnegación y el sacrificio- sobre todo del niño y la niña pobre-, el trabajo, el ahorro, la puntualidad, la limpieza, el respeto, la veracidad y obediencia, eran algunos de estos (Espiga, 2015).

La escuela favoreció y reprodujo en cierta medida la mirada androcéntrica de la época, y los textos contribuyeron a la construcción de distintos escenarios de acción para los niños y las niñas. A estas últimas se las tendió a confinar al mundo de la esfera doméstica en el rol del cumplimiento de las tareas reproductivas del hogar, mientras que a los varones se los situó en el espacio público, ya sea en el campo o en la ciudad (Espiga, 2015).

El contexto de la emergente Modernidad del novecientos introyectó en la sociedad uruguaya una concepción de la mujer subordinada al dominio patriarcal, cuyas expresiones se pudieron observar en todos los sectores sociales de la población. La figura de la madre “abnegada”, la “compañera del hombre” y la “esposa casta”, fue objeto de dominio masculino, imponiéndole a la mujer, en una primera instancia, un rol sumiso hacia su padre y luego hacia su marido. En este escenario a los niños se les regalaba cometas, pelotas y a las niñas muñecas; los hombres eran doctores, peones, estancieros, vendedores ambulantes y las mujeres madres, esposas, cocineras, ocupadas en los quehaceres del hogar, siendo sobre fines del siglo XVIII y comienzos del siglo XX, las maestras una de las pioneras en romper el cerco de la prisión de la esfera doméstica. La mujer (sobre todo) de la familia burguesa se vio obligada a asumir

los roles que le fueron asignados, se la “quiso bella y ociosa, se vio débil, dulce, tierna, delicada, pasiva, niña, adorno, histérica y tonta, en una palabra, “femenina”. Se convirtió en uno de los lujos perversos de la cultura burguesa” (Barrán, 2015, p.360).

Volviendo a la escuela en su etapa fundacional es también importante subrayar que, inauguró y se ocupó de imprimir en la infancia el “valor patriótico” centrado en torno a la figura de nuestro prócer José Gervasio Artigas¹⁰, ponderando en sus programas escolares la historiografía nacional, con una mirada política de fomento a las ideas republicanas y los principios generales del liberalismo político imperante en la época. La escuela como actor moderno “debía cimentar el amor por la “patria chica” (amigos, pueblo, escuela) y a la “patria grade” la formada por los héroes” (Espiga, 2015, p.188).

Por lo tanto, la Modernidad inauguró la imagen del niño y la niña moderna, del vínculo materno y paterno, de la familia nuclear, de la escuela, e incluso de la patria.

Pero ¿qué podría pasar cuando los paradigmas que fueron la base de la Modernidad comienzan a ser puestos en cuestión cuando comienzan a emerger otras formas de entender al individuo y a la sociedad y cuando la razón nos conduce a un corpus de respuestas las que ya no son capaces de responder a las preguntas del presente? ¿Cómo pensar la infancia en estos nuevos tiempos, y cómo resignificarla en un tiempo histórico en el cual creíamos tener todas las respuestas?

2.4. Instituciones, sujetos y consumo

Las últimas décadas han sido testigo de diversas transformaciones de las instituciones clásicas de la Modernidad, así como también de la organización de la producción y el trabajo. Son diversas las producciones que se han desarrollado sobre el tema, así como también los posicionamientos de cómo estas transformaciones han impactado en la vida cotidiana.

Algunas posturas académicas han colocado en escena el concepto de Modernidad Tardía, pensado como un capítulo inevitable de la Modernidad, y otras, que lo entienden como el agotamiento de la etapa moderna y el nacimiento de otra, denominada Posmodernidad.

Sea cual sea la postura a la que eventualmente pueda adherir cada lector, lo cierto es que tanto una como otra, describen una multiplicidad de transformaciones en nuestra subjetividad y en el capitalismo a nivel global, lo cual podría haber impactado sobre la imagen moderna de la infancia.

En términos temporales, el Mayo Francés del año 1968 podría officiar como síntoma y signo del inicio de un nuevo estadio en el mundo occidental. Este suceso histórico podría sintetizarse como una reacción ante la imperante sociedad de consumo, el imperialismo, el

¹⁰ (1764-1850) fue militar y estadista rioplatense; fue considerado el jefe de los Orientales y el protector de los pueblos libres, máximo prócer de la República Oriental del Uruguay.

autoritarismo y el sistema capitalista. Reacción protagonizada en su conjunto por los grupos obreros- estudiantiles que condujeron enérgicas protestas, como lo fue la huelga de mayor entidad de la historia europea.

Un punto interesante a resaltar de estos hechos es que muchas veces las personas movilizadas supieron sortear el corset institucional de los sindicatos, gremios y la Universidad, desafiando y desconociendo en muchas oportunidades sus mandatos. Esto podría indicar que no solo estaba en cuestión el sistema económico, sino que también habitaba en los protagonistas del Mayo Francés un cuestionamiento a las instituciones imperantes. Los impactos del suceso histórico, no son objeto de estudio de este trabajo, pero pueden verse en éstos el corolario de una nueva etapa.

Laura Vecinday (2014) inspirada en autores como Netto (1981;1992; 1995; 1996), Castel (1984; 1986; 1997; 2003; 2004; 2008), Antunes (1995 y 1996) y Behering (1998), transmite que, a partir de la década del 70, comienza a observarse un avance de las actividades financieras, una desterritorialización de la producción, y un avance de la llamada revolución tecnológica.

En este contexto, un nuevo modelo de acumulación denominado Toyotismo comienza a imponerse sobre el modelo de producción Fordista. El nuevo modelo trae consigo un pronunciado excedente de mano de obra, ya que una de las características del nuevo patrón de acumulación es la maximización de las oportunidades de acumulación y concentración del capital, apoyado en las nuevas tecnologías industriales. Estas últimas permitieron y permiten una mayor producción a expensas de un número reducido de trabajadores y trabajadoras. Concomitantemente, se produce un progresivo desmantelamiento de los Estados de Bienestar, en un escenario de crisis que provoca el estancamiento económico, abandonando su carácter esporádico (Vecinday, 2014).

A las transformaciones esbozadas, se le suma la caída del comunismo en Europa; el fin de la Guerra Fría; la mundialización de la economía; los debilitamientos de los Estados- Nación; una nueva división internacional del trabajo y un sin fin de nuevas tecnologías (Vecinday, 2014). Es importante mencionar, además, los efectos de la interrupción institucional producida por las últimas dictaduras militares en gran parte de Latinoamérica durante las décadas de los años 70 y 80.

Por lo tanto, instituciones clásicas como la familia, la escuela, la fábrica, el Estado, entre otras, ya no pueden ser concebidas como lo fueron en la época moderna, ya que, a raíz de las transformaciones y sucesos históricos señalados, se vieron fuertemente impactadas en forma directa.

La desregulación de los Estados de Bienestar, y las nuevas determinaciones de orden económico, acentuaron la vulnerabilidad, la pobreza y la exclusión (debilidad de los lazos de integración), y generaron cambios en la subjetividad de los individuos. Sin embargo, no

necesariamente toda crisis de las instituciones clásicas y/o los cambios en la subjetividad, se encuentra relacionada al problema de las nuevas orientaciones neoliberales, sino que puede responder a las desigualdades y autoritarismos que operaran en las instituciones de la Modernidad. Ejemplo de esto, pueden ser los autoritarismos con sesgo de género y generación, que suelen operar al interior de las familias que tienen como base ideológica, de sostén, el modelo patriarcal.

François Dubet (2006), plantea el avènement de un nuevo estadio de la Modernidad denominado Modernidad Tardía y centra gran parte de su trabajo en el impacto que esta nueva etapa tiene en las instituciones y en el individuo. En este marco, hace referencia a la emergencia de una nueva reivindicación de lo individual, planteando también transformaciones y límites del programa institucional, entendido este último como un trabajo dirigido sobre los otros, con el objetivo de establecer una mediación entre los valores universales y los individuos particulares,

[...] un tipo particular de trabajo sobre los otros que presupone una fuerte integración de principios que rigen la acción, un trabajo concebido como una vocación y subjetivación fusionada en la sociabilización misma por la vertiente de disciplinas aplicadas a los individuos (p.419).

El mismo autor hace referencia a que la decadencia de los programas institucionales y/o de las instituciones forman parte de la crisis por la que estaría atravesando la Modernidad, donde las reivindicaciones individualistas se transformarían lentamente en representaciones de la socialización,

no hay una ruptura con el programa Institucional; tampoco un pasaje brutal de un modelo a otro, sino una suerte de prolongada implosión surgida de la modernidad en sí cuando se persigue el proceso de racionalización de desencanto y diversificación de la vida social y de sus representaciones. [...] La decadencia del programa Institucional proviene de la exacerbación de sus contradicciones latentes, cuando ya no se posee capacidad ideológica para borrarlas, cuando ya no se cuenta con la fuerza para reducir las paradojas que podía superar por el don de su magia. El programa institucional se correspondió con la puesta en escena moderna de la secularización: actualmente vivenciamos la secularización de esa secularización (Dubet, 2006, p.64).

Ya los autores clásicos de la Modernidad como Marx, Durkheim, Weber, entre otros, habían puesto en evidencia desde diferentes perspectivas y sensibilidades, los rasgos contradictorios de la Modernidad. Si bien, por un lado, podría ser pensada en sus valores universales, su capacidad de integración y sus redes de complementariedad, por el otro, presentaba en su seno el constante surgimiento del individuo autónomo, libre y amo de sí mismo, al que Touraine denominó sujeto.

Así, el sentimiento de anomia, crisis y desencantamiento del mundo por parte de los nostálgicos de los tiempos pasados, de la familia clásica, entre otras instituciones, no son más

que el conjunto de sentimientos inevitables- para muchos- de la ambigüedad en la que se sostuvo la Modernidad (Dubet, 2006).

Con los ojos puestos en el surgimiento de una nueva individualidad, pero desde un análisis más radical, Lipovetsky (2003) advierte el fin de la Modernidad y anuncia el nacimiento de la sociedad Posmoderna,

[...] dicho de otro modo, cambió de rumbo histórico de los objetivos y modalidades de la socialización, actualmente bajo la égida de dispositivos abiertos y plurales; dicho de otro modo, el individualismo hedonista y personalizado se ha vuelto legítimo y ya no encuentra oposición; dicho de otro modo, la era de la revolución, del escándalo, de la esperanza futurista, inseparable del modernismo, ha concluido [...] Los grandes ejes modernos, la revolución, las disciplinas, el laicismo, la vanguardia han sido abandonados a fuerza de personalización hedonista (Lipovetsky, 2003, p.9).

En relación a la emergencia de una nueva individualidad, Fernández (1999) manifiesta cómo el paso de las libertades políticas -supuestamente ya conquistadas- a las libertades psicológicas, producen relevantes transformaciones subjetivas en el diario vivir, y advierte nuevos modos de disciplinamiento,

Un desinvertimiento de lo público en favor de lo personal (lo íntimo), concomitantemente con una desustancialización del yo, del cuerpo y los valores; el consumo es el nuevo modo de disciplinamiento social, aún para los que no pueden consumir [...] El consumo es el nuevo eje de la individualización, hace necesario el control de los deseos. El yo se ha vaciado. Los neuróticos tradicionales pronto podrán ser vistos como adictos a la identidad. Los nuevos malestares son el stress, el pánico, las adicciones, el vacío de deseo. Se ha desfondado la idea de progreso, los nuevos pacientes enferman de futuro (p.316).

Lipovetsky (2003) por su parte, plantea que se ha generado una nueva forma de control de los comportamientos, así como una diversificación de las formas de vida, de ejercer y vivir la vida privada, de los roles y de las creencias, gestándose una segunda revolución individualista, una nueva lógica que denomina proceso de personalización.

Se producen de esta forma, nuevos valores en relación a la realización personal, el respeto por el despliegue de la personalidad íntima, la legitimación del placer, el reconocimiento de las peticiones singulares, la modelación de las instituciones en base a motivaciones y deseos de los individuos.

El autor (2003) parte de la idea de que el proceso de personalización potenció una “segunda fase de la sociedad de consumo”, el que a su criterio habría moldeado una nueva “cultura posmoderna”, destacándose, como signos de la emergente nueva cultura, la búsqueda de la calidad de vida, la pasión por la personalidad, la sensibilidad ecologista, entre otros.

Lipovetsky (2013) identifica tres grades momentos que devinieron en el actual estadio de la sociedad de consumo; al primer momento lo sitúa aproximadamente- en alusión a Europa- a inicios de 1880 y hacia el fin de la Segunda Guerra Mundial. Este se caracterizó por el impulso de las economías nacionales, posibilitado en gran medida por las infraestructuras modernas de transporte y comunicación, como fueron el ferrocarril, el teléfono y el telegrama. En la misma

dirección, se convirtieron en un gran motor de desarrollo del capital, las máquinas de fabricación continua que aumentaron la producción a un menor costo, haciendo posible la producción en masa de productos estandarizados a nivel nacional (modelo Fordista de producción).

El consumo de los productos era limitado, pues los recursos económicos de los hombres y mujeres populares eran muy magros para lograr la obtención de estos productos modernos, y, por lo tanto, el acceso tendió a ser monopolizado por las clases burguesas. Asimismo, en esta fase comienza a emerger la publicidad como elemento catalizador del consumo, así como la ponderación del nombre y la marca de los productos, ya no siendo responsabilidad del vendedor dar garantía de la marca, sino del fabricante. Comienza a gestarse la creación de grandes almacenes y las formas de seducción hacia el/la potencial cliente/a empiezan a ser más agresivas.

El segundo momento señalado por Lipovetsky (2013), es ubicado a partir del año 1950 y tiene como característica la ampliación del universo de consumidores, generándose de forma procesual lo que podría entenderse como la sociedad de consumo de masas. El modelo de producción imperante continuaba siendo el Fordismo, pero con la diferencia de que el consumo de los productos emblemáticos de la época, comienzan a tener dominio también sobre las clases populares, siendo una de las herramientas de captación, el acceso al crédito. En este momento, se gesta de forma procesual la ejecución de una práctica de producción que tiende a la diversificación de los productos y procesos, que reducen el tiempo de vida de las mercancías, produciendo una emergencia de la moda y la renovación cada vez más acelerada y segmentando las poblaciones objetivo, por edades y factores socio culturales. Se caracteriza, además, por una posición híbrida que combina la lógica Fordiana con la lógica de la moda y el consumo tradicional con el de tipo más hedonista e individualista.

En el tercer momento abordado por el autor (2013) y denominado como sociedad de hiperconsumo, se produce una comercialización moderna de las necesidades, articuladas por una lógica desinstitucionalizada, subjetiva y emocional, en la cual el consumo se caracteriza más, por motivaciones privadas que por el deseo de la distinción.

Los productos y servicios, posicionados como protagonistas de una dinámica consumista orientada a la búsqueda de la felicidad privada, se encuentran orientados a la calidad de vida, a la conservación de la juventud, de la salud y son dirigidos hacia personas de todos los rangos etarios.

Si bien en esta etapa hay una continuidad en la estandarización del consumo, este último es reinterpretado y organizado en nuevas composiciones capaces de expresar una "realidad individual". Es un consumo de corte también emocional, que se orienta a la búsqueda de sensaciones y de un mayor bienestar subjetivo,

[...] el imperativo es comercializar todas las experiencias en todo lugar, en todo momento y para todas las edades, diversificar la oferta adaptándola a expectativas de los compradores, reducir los ciclos de vida de los productos mediante la aceleración de las innovaciones, segmentar los mercados, fomentar el crédito para el consumo, fidelizar al cliente mediante prácticas comerciales diferenciadas (Lipovetsky, 2013, p.9).

Por lo tanto, estas transformaciones del capital generaron nuevas modalidades de consumo, en un contexto en el que las desigualdades de clase persisten y en el que los Estados de Bienestar son cuestionados y sometidos a reformas que constriñen las políticas sociales de corte universal y a su presupuesto a políticas de corte residual.

Pese a ello, los análisis no necesariamente terminan siendo apocalípticos,

[...] las amenazas que pesan sobre la educación y la cultura, las aspiraciones trascendentales, reflexivas y críticas de los sujetos no han quedado decapitadas en absoluto. Las razones para tener esperanza no han caducado: a pesar de la inflación de las necesidades comercializadas, el individuo sigue viviendo para algo más que los bienes materiales pasajeros. Los ideales del amor, la verdad, la justicia y el altruismo no están en bancarota: en el horizonte de los tiempos hipermodernos no se perfila ningún nihilismo total, ningún “último hombre” (Lipovetsky, 2013, p.14).

Este apartado intentó reflejar algunas de las transformaciones producidas en el modelo productivo y económico imperante, así como la emergencia de nuevas sensibilidades que se constituyen en un eje necesario para el desarrollo de este trabajo. Asimismo, se pretendió un acercamiento a las representaciones de la infancia moderna y sus impactos. En este escenario, se recorrió la bibliografía de diferentes autores y autoras, que nos aportan elementos para pensar en particular la emergencia de la infancia moderna.

2.5. Infancias: entre el nacimiento y su desaparición

La imagen del niño/a escolar y/o alumno/a, podría ser una de las representaciones sociales de la infancia más significativa de la Modernidad, aunque en nuestro contexto actual se entiende pertinente preguntarse por el estatuto de dicha representación en un escenario donde la institución escuela como fuera concebida y entendida en la Modernidad está en cuestión.

En esta línea, Ignacio Lewkowicz (2013) problematiza la idea de cómo continúa operando la escuela en un tiempo histórico donde los Estados- Nación tienden a mostrarse “agotados”,

[...] la vida individual y social transcurre en ese suelo- es decir, la familia, la escuela, la fábrica, el hospital, el cuartel, la prisión-. Ahora bien, estas instituciones apoyaban en la meta institución Estado- nación. Y ese apoyo era el que preveía sentido y consistencia integral. Pero la articulación institucional no termina ahí. Los dispositivos disciplinarios (la familia y la escuela, por ejemplo) organizan entre sí un tipo específico de relación. Deleuze en “Posdata sobre las sociedades de control” denomina a esa relación analógica. Este funcionamiento, que consistía en un uso del lenguaje común por parte de los agentes institucionales, habilitaba la posibilidad de estar en distintas instituciones, bajo las mismas operaciones [...] esta correspondencia analógica entre las marcas subjetivas producidas

por las instituciones era la que aseguraba la relación trasferencial entre ellas. [...] La escuela trabaja sobre las marcaciones familiares; la fábrica, sobre las modulaciones escolares; la prisión, sobre las molduras hospitalarias. Como resultado de esta operatoria, se organizaba un encadenamiento institucional que aseguraba la eficacia de la operatoria disciplinaria (p.20).

El autor (2004) entiende que el Estado- Nación delegaba en sus dispositivos institucionales, la función de producir y reproducir el soporte subjetivo para forjar al ciudadano, y es en la escuela donde la Modernidad depositaría su energía en sembrar al soberano del mañana. Sin embargo, hoy la escuela no continuaría operando en la misma dirección, pues “sin Estado-nación que asegure las condiciones de operatividad, la escuela en particular- y las instrucciones disciplinarias en general- ve alterada su consistencia, su sentido, su campo de implicación, en definitiva, su propio ser” (Lewkowicz, 20, p.30).

Frente a la decadencia de los Estados-Nación, el ciudadano pareciera devenir inevitablemente en el consumidor del presente,

[...] la reproducción ampliada del capital, el hecho de que el mercado se imponga como modo universal para el consumo, va de la mano con la difusión cada vez mayor de la cultura entendida como proceso de significación. Así, la lógica mercantil hace que todo pueda ser consumido como mercancía, incluso la cultura, y por supuesto, también la educación (Lewkowicz, 2013, p.24).

Entiende a la escuela, no necesariamente como aquella institución reproductora y productora de ciudadanía, sino como una organización prestadora de un servicio, en este caso de capacitación y, por lo tanto, la subjetividad que produce y reproduce, no será la misma cuando es la lógica del mercado la que opera dominando.

Por su parte, Narodowski¹¹ entiende que más allá de las actuales circunstancias no es prudente ni razonable hablar del fin de la institución escolar,

[...] la escolarización encerrada en sus dispositivos transdiscursivos modernos sigue siendo el modelo que mantiene un predominio altamente significativo en la distribución y circulación de saberes en la sociedad contemporánea. Es redundante corroborar que cada día más y más personas se escolarizan en instituciones definidas como clásicas escuelas de la modernidad posfigurativa (2016, p.163).

Narodowski (2016), coloca la mirada en otra de las representaciones sociales de la Modernidad, la del docente, poniendo el foco en la “centralidad de la autoridad adulta magisterial”. La discusión no pasaría por la ponderación de las actualmente en boga tecnologías de la información (TIC) por encima del docente, sino por las relaciones sociales y las nuevas formas de transmisión generacional. De hecho, el autor subraya la capacidad de

¹¹ Mariano Narodowski (2016), toma como marco teórico de referencia los aportes de la antropóloga norteamericana Margaret Mead, quien entiende la infancia moderna como aquella subordinada al mundo adulto, como “cultura posfigurativa”, en la que la adultez era sinónimo de sabiduría. En contrapartida las “culturas prefigurativas”, serían aquellas en la que no necesariamente las nuevas generaciones aprenden de sus mayores, pues el mundo que se les presenta es radicalmente distinto al de las generaciones pasadas.

la escuela para “escolarizar” los nuevos elementos tecnológicos que van surgiendo, como ya sucedió con la radio y el televisor a mediados del siglo XX.

En este marco, “el carácter posfigurativo de nuestra cultura no termina de morir y su sustitución por el nuevo orden prefigurativo no acaba de ocurrir. En esa grisácea, ambigua y ciertamente indeterminada situación mora el presente escolar” (Narodowski, 2016, p.167).

En la misma línea, François Dubet (2006), con un análisis menos radicalizado que los dos autores anteriormente citados, plantea el devenir del alumno/a al niño/a, y la emergencia del alumno/a activo/a. En un comienzo, como ya fue plasmado en este trabajo, la escuela moderna- escuela republicana-, instauró- sobre todo en su época fundacional-, la disciplina racional, impersonal y fría,

Como bien lo ha demostrado Ariès, la escuela republicana se centraba en el alumno porque el niño dejaba de ser un adulto miniatura, se volvía otro, un ser de naturaleza al que debía elevarse a la cultura. Para hacer del niño un adulto, en principio debía negárselo en tanto sujeto autónomo en el espacio de la escuela. Paradójicamente, el niño desaparecerá de la escuela en pro del alumno (Dubet, 2006, p.108).

Continuando su línea argumentativa señala, haciendo referencia al caso francés, que, a partir de la década del 50 se producen sustanciales cambios a nivel de las concepciones escolares que determinan la llegada del niño/a a la par que la del alumno/a- sin difuminar a este/a último/a-, “gradualmente los profesores abandonaron el delantal gris del clérigo de la Republica y la nación y actualmente se consideran especialistas en infancia, psicología, pedagogía y didáctica” (Dubet, 2006, p.108). Este no fue un proceso exento de tensiones, principalmente para los que se inclinaron hacia la pedagogía o para la didáctica; para los primeros, el/la niño/a debía imponerse ante el/la alumno/a y para los segundos, el/la alumno/a debía imponerse ante el/la niño/a. En este proceso, comienzan a operar distintas representaciones de los/as maestros/as más aferrados/as a la matriz institucional, en contraposición a los/as nuevos/as maestros/os menos aferrados/as a ésta.

El mismo autor (2006), profundiza aún más sobre la nueva relación de los infantes con sus maestros/as, señalando la emergencia de un/a nuevo/a niño/a, así como también una relativa ruptura con la clásica asimetría del docente y el/la niño/a moderno/a, donde los vínculos tienden a simetrizarse sin que esto signifique el fin de la disciplina. Dubet plantea ejemplos sobre lo mencionado: el tuteo de niños/as hacia los/as docentes, el ganar espacios para la libre circulación en el aula por parte de los y las niños/as, y el protagonismo de éstos/as en la ejecución de actividades y proyectos. Así, comienza a observarse una progresiva emancipación del niño/a de la escuela moderna, siendo tal vez la síntesis, el/la “alumno/a activo/a”,

No todo consiste en amar a los niños, sino también en comprenderlos, reconocerlos y, sobre todo, volverlos activos. La pedagogía frontal en la que el maestro de la lección a todos, lección que los niños aprenden y recitan ya no goza de buena reputación. Los

profesores parecen obsesionados por los ejercicios -inteligentes-, los que dan sentido a las enseñanzas, los que movilizan al alumno y le permiten encontrar los procesos más adaptados a sus especificidades cognitivas y psicológicas (Dubet, 2006, p.110).

De forma concomitante, la institución familia también ha modificado sus representaciones- al igual que la escuela-. La sociedad burguesa depositaba en la familia la responsabilidad de “constituir la matriz subjetiva de los futuros ciudadanos” (Duschatzky y Corea, 2013, p.70), por lo que se podría asistir a mutaciones de las representaciones de la infancia en el interior de las familias. Las autoras se afilian a la idea de la “caída” de los Estados-Nación, señalando como impacto crucial un “vacío” en las relaciones familiares, ancladas en las “jerarquías simbólicas”, en la organización paterno- filial. Se presenta de esta forma, la posibilidad de observar alteraciones en el tipo de organización familiar representativo de la Modernidad, o sea en la familia nuclear burguesa.

En lo relativo a los vínculos familiares pueden observarse importantes transformaciones como el “borramiento de las fronteras generacionales, pasaje del saber a la información con sus efectos concomitantes en la devaluación de la experiencia y la transmisión intergeneracional” (Duschatzky y Corea, 2013, p.70). El nuevo escenario, no solo nos presenta un abanico de nuevos arreglos familiares sino también la emergencia de nuevos modos de vinculación familiar y/o múltiples formas de relacionamiento alternativas del modelo paterno- filial.

En relación a este punto, la idea del mercado penetrando en las relaciones familiares retoma preponderancia,

El mercado sustituye las viejas tradiciones intergeneracionales achatando y desjerarquizando aquellos saberes que antes eran secretos y reservados para ciertas épocas y momentos. El adulto mayor ya no es identificado como portador de sabiduría, aquel que marcaba el camino de una tradición enriquecedora. Sus preceptos pueden ser vistos como obsoletos, anticuados y anticientíficos (Narodowski, 2016, p.106).

Frente a este nuevo escenario se plantean tres modalidades subjetivas de habitar la nueva situación denominada “desubjetivación, resistencia e invención”. En relación a la primera modalidad en el entorno familiar, Duschatzky y Corea hacen referencia a la tendencia a la disolución de la clásica asimetría moderna entre adultos/as y niños/as,

[...] la visible indiferenciación de los lugares tradicionales de padre, madre e hijo, con la consecuente disolución de las posiciones de protección y autoridad de los padres hacia los hijos. En este marco de disolución y confusión, la desubjetivación consiste en la imposibilidad de gestionar lugares de enunciación desde los cuales habitar estas transformaciones (2013, pp.73-74).

Como ya fue esbozado en el cuerpo de este trabajo, la Modernidad trajo consigo la separación de los/as adultos/as y los/as niños/as, que por medio de la institucionalización se materializó en la segregación de unos/as y otros/as, inventando instituciones de sociabilización que garantizaban dicho objetivo. De esta manera se asiste, al fin de la era moderna o en su defecto

al proceso de profundas transformaciones de esta última. En este sentido, las autoras (2013) señalan la emergencia de relaciones vinculares que ponen de relieve la indiferenciación de lugares, así como la pérdida de referencias. Dentro de los cambios percibidos, marcan cambios en la relación intergeneracional basados en el principio de autoridad, en donde la maternidad y la paternidad aparecen “desinvertidos” y, por lo tanto, se visualiza una destitución simbólica de las figuras burguesas de la familia.

En relación a la segunda modalidad, llamada “resistencia”, plantean la forma en que las familias han tendido a generar estrategias de cuidado para con sus hijos e hijas, en un mundo que se presenta en muchas ocasiones hostil,

Expresa cierta actitud de defensa, algo así como un modo de abroquelarse para protegerse de los efectos riesgosos que acechan la existencia. La familia aparece aquí como el lugar de refugio y preservación. La alteración del modelo se registra entonces en tránsito de una familia que propiciaba la salida al mundo a una familia que preserva de los riesgos del mundo. Tradicionalmente la familia era la encargada de instalar al niño en el mundo mediante una serie de prácticas de socialización que atendían a su automatización progresiva. El mundo era apetecible en tanto prometedor de nuevas posibilidades [...] El mundo se ha vuelto inhabitable y la familia procura entonces dilatar la salida de sus hijos. La calle es peligrosa, amenazante, y en consecuencia el cuidado familiar no es aquel que fortalece al hijo para salir al mundo sino el que lo preserva de los riesgos del mundo (Duschatzky y Corea, 2013, p.78).

Por último, las autoras aluden a la última modalidad denominada “invención” para referirse a la producción de recursos de las familias para transitar el actual estado de declive institucional,

Presencia, límite, acompañamiento, trasmisión de valores son algunos de los rasgos de la actual enunciación paterna y materna. La nueva autoridad simbólica se instala por fuera o en el borde de un campo social configurado sin principios contundentes de jerarquía. En otras palabras, cuando las referencias que sostienen a un sujeto en el devenir de su existencia se han vuelto frágiles la vida se torna un hacerse a sí mismo cada vez. La caída de una ficción estructuradora de la experiencia, lejos de experimentarse como liberadora, trae aparejada la sensación fatigosa de ser uno mismo. (Duschatzky y Corea, 2013, pp.80-81).

A esta etapa, se le suma un proceso creciente de desarrollo del consumo, el que permeó de alguna manera en todos los estratos de la sociedad y en los diferentes miembros de la familia, produciéndose a la vez una suerte de democratización del consumo en su interior. En este escenario, los niños y las niñas comienzan a ganar protagonismo frente a una ascendente oferta de productos y /o servicios dirigidos a la infancia.

Bustelo (2011) sostiene que el control social ya no sólo debería ser pensado a través de las instituciones sociales tradicionales, como la familia y el Estado, sino también desde las nuevas formas de comunicación masiva. El mismo autor, tomando como punto de anclaje a Foucault, plantea que los medios de comunicación “amplifican los discursos explícitamente distorsionados, con la pretensión de ocultar relaciones de dominio” (2007, p.37). Asimismo, manifiesta que pasamos de una sociedad disciplinaria a una de control, con mecanismos de

dominación diseminados en la sociedad de manera sutil, los que permean en la sociedad a través de los/as ciudadanos/as que internalizan las pautas y los códigos de integración o exclusión. El autor entiende la infancia desde el biopoder en sentido de Foucault, como un público al que se lo puede determinar cómo consumidor y generador de consumo. Sostiene con esta idea que es a través de esta operación que se mercantiliza a la infancia como consumidora y/o dinamizadora del consumo (Bustelo, 2011).

Es importante mencionar que los medios de comunicación tienen un peculiar protagonismo en estas nuevas modalidades de control. Los/as niños y niñas son educados/as a través de éstos para consumir y también para inducir a consumir a sus referentes adultos, “su subjetividad se va configurando a través de los efectos de la propaganda y de una gran variedad de técnicas comunicacionales que los introducen e inducen directa o indirectamente a consumir” (Bustelo, 2011, p.61).

El autor, sostiene que, de alguna manera, el mercado homogeniza, disciplina y controla a los y las infantes al mismo tiempo que los/as introduce en la dinámica del consumo y transforma en clientes de gran relevancia para sostener el nuevo modelo de acumulación.

El mercado inteligentemente supo leer e invertir de alguna forma la idea de la escuela y de la familia que posicionaba a los/as niños/as como “ciudadanos/as del futuro”, dándole otra significación a la infancia, como etapa de la vida que merece ser vivida y pensada en el hoy, posicionando a los y las niños/as como actores y sujetos del presente.

Bustelo (2011), retomando a Minzi, resalta la importancia de los medios de comunicación y sus nuevas tecnologías, siendo la TV una de las principales ventanas al mundo de los productos y servicios infantiles,

La “pantalla chica”- con importantes horas de encendido entre la población más pequeña- se encarga de la puesta en circulación de guiones para conocer esos productos, comprenderlos, desearlos, manipularlos e indicar sus respectivas fechas de vencimiento social. En este contexto es donde la publicidad como agente discursivo del mercado acepta una de sus mayores misiones, no solo promocionar productos sino moldear al niño que consume (Bustelo, 2011, p.67).

Comienzan, de esta manera, a emerger nuevas ideas en torno a las distintas representaciones de la infancia donde la figura del niño/a como “consumidor/a” y “cliente/a” se consolida en la sociedad. En este sentido, Corea y Lewkowicz plantean la idea de que estaría variando el propio estatuto de la niñez,

Sospechamos que nuestra época asiste a una variación práctica del estatuto de la niñez. Como cualquier institución social, la infancia también puede alterarse, e incluso desaparecer. La variación práctica que percibimos está asociada a alteraciones que, a su vez, sufrieron las dos piezas claves de la modernidad: la escuela y la familia. Pero también dicha variación hunde sus raíces en las mutaciones prácticas que produjo en la cultura el vertiginoso desarrollo del consumo y la tecnología (Corea y Lewkowicz, 1999, p.14).

La figura del consumidor ya no solo alcanzó a modificar algunas características de la infancia moderna, sino que podríamos estar asistiendo a su posible desaparición. La publicidad es una herramienta de suma trascendencia para la captación de consumidores y un motor reproductor de nuevos tipos de subjetividad.

Los autores antes señalados (1999) plantean que la publicidad infantil puede tener dos destinatarios: a los/as adultos/as o directamente a los/as niños/as. Es en el último caso en el que se generarían los efectos culturales directamente vinculados a la hipótesis de la variación de la infancia. En su trabajo, Corea y Lewkowicz (1999) realizan observaciones de cómo la publicidad dirigida a la infancia, estimula y legitima comportamientos y acciones disonantes de la infancia moderna. Se observan publicidades que estimulan y legitiman la confrontación y determinación de los/as niños/as hacia los/as adultos/as para imponer un determinado consumo y/o servicio. Por lo tanto, también se desestimula y deslegitima el imaginario del niño/a moderno/a “dócil” y “frágil”, características que sostenían gran parte del modelo educativo de la disciplina.

Es la publicidad, dirigida a la infancia, la que coloca otros elementos ya esbozados en este trabajo: la asimetría entre adultos/as y los/as niños/as y por ende la fractura del vínculo de dependencia entre éstos/as. Puede observarse en la publicidad el estímulo y la legitimación para que la infancia dispute su lugar como consumidora de igual a igual que sus adultos/as y presenta a un/a niño/a que no necesita que le resuelvan las cosas.

Por su parte, Sandra Leopold (2014) en función de los resultados de su investigación e inspirada en los aportes de Bauman, señala que en la “carrera de consumo”, no necesariamente se producen distinciones etarias, de género y de clase, sino que el acceso/ no acceso a los productos depende de cada desempeño individual y poder adquisitivo.

De hecho, la imagen más clásica de la dependencia infantil en la sociedad moderna, que puede ser la del bebé alimentándose del pecho de su madre (Narodowski, 2016), es interpelada por la publicidad infantil en la que los/las bebés- sin importar el género-, les hablan a sus padres/madres, reflexionan con estos, los educan en torno a cómo deben ser cuidados/as e inducen a la compra de un determinado producto y/o servicio.

El mercado, a través de la publicidad denota también, habilidades para apropiarse de las tendencias sociales, y transformarlas en una ganancia,

En estas propuestas comerciales donde la salud es sinónimo de felicidad el mercado parecería incorporar la marcada tendencia medicalizadora de la vida social, al tiempo que la oferta mercantil recupera la estrategia sanitaria socializadora que privilegia la promoción de prácticas de autocuidado de los individuos para la resolución de una vida saludable (Leopold, 2014, p.161).

El universo del marketing entiende al niño/a como consumidor/a ideal, “lo cual es así porque el niño se encuentra despojado o desprovisto de dos límites que funcionan como frenos

imaginarios del consumo, al menos el mundo adulto: el poder adquisitivo y la fidelidad a las marcas” (Corea y Lewkowicz, 1999, p.96).

Otra de las observaciones realizada por los autores, es que se ha producido un significativo cambio en las estrategias publicitarias, donde los juguetes- típico producto de uso y deseo infantil- pasan al universo general del consumo,

[...] la publicidad de juguetes de los ochenta, por ejemplo, muestra al niño en situación de juego con el producto. Se reproduce el ritual del juego; el juguete se inscribe en una situación lúdica y se representa en ella a la imagen del niño. Hay una apelación a las sensaciones del juego producidas en la relación con el juguete. En la publicidad de los noventa, en cambio, el producto se ha automatizado: aparece despojado del niño y de la situación de juego; el objeto se mueve sólo, o como efecto de la imaginación; no lo mueve el niño [...] Llevado este fenómeno al terreno del consumo, la hipótesis es elocuente: el niño, elemento ahora ausente del enunciado publicitario, ha devenido consumidor (Corea y Lewkowicz, 1999, p.97).

La pregunta que emerge teniendo en cuenta a los/as autores/as convocados/as en este trabajo es hasta qué punto la revista Charoná podría ser un insumo relevante para pensar las representaciones de la infancia en el Uruguay contemporáneo. Dicha incógnita pretenderá ser respondida a lo largo de este documento.

CAPÍTULO 3. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

3.1. Problema y preguntas de investigación

El problema de investigación trata de las representaciones sociales de la infancia en el Uruguay contemporáneo, expresadas en la revista Charoná en el periodo histórico comprendido entre los años 1969 y 2004.

Las preguntas de investigación que orientan el estudio quedaron configuradas de la siguiente manera:

- ¿Cuáles son las representaciones de la infancia que expone la revista Charoná a través de su diseño gráfico, contenidos temáticos y oferta publicitaria?
 - ¿Se observan aspectos de contenido y diseño en la publicación que puedan identificar las diferentes representaciones de la infancia?
 - ¿Se observan diferencias en función de la fecha de edición de la revista en lo concerniente a las representaciones de la infancia presentes en la publicación?
 - ¿Se observan rupturas y continuidades en relación a las representaciones de la infancia presentes en la publicación?
 - ¿Se destaca la representación del niño/a escolar y/o alumno/a? ¿En qué se observa?
- ¿Qué atributos se identifican en el/la niño/a en tanto escolar?

- ¿Se destaca la representación del niño/a cliente/a? ¿En qué se observa? ¿Qué atributos se identifican en el/la niño/a en tanto cliente/a?
- ¿Se observa una determinada representación social de la niña (mujer) y del niño (varón)?
- ¿Se ven reflejadas en las revistas representaciones sociales de instituciones como la familia, la escuela y el mercado? ¿Cómo se traducen estas representaciones en la publicación?
- ¿A quiénes se dirige la revista? ¿Cuáles son los contenidos y diseños específicos que convocan tanto a los/as destinatarios/as directos/as como a sus referentes adultos/as?

3.2. Objetivos de la investigación

3.2.1. Objetivo general:

Analizar las diferentes representaciones de la infancia en el Uruguay contemporáneo entre los años 1969 y 2004 a través del contenido que exponen las revistas Charoná, considerando su diseño gráfico, sus contenidos temáticos y oferta publicitaria.

3.2.2. Objetivos específicos:

- Indagar aspectos de contenido y diseño para identificar las diferentes representaciones de la infancia y sus características presentes en la publicación.
- Identificar las representaciones sociales de instituciones como la familia, la escuela y el mercado en la revista; así como el tratamiento que se les da en la publicación.
- Indagar la posible existencia de una determinada representación social de la niña en su estatus de mujer y del niño en su estatus de varón, y analizar las diferencias de género que puedan presentarse.

3.3. Opción metodológica

Se trata de un estudio cualitativo, basado en fuentes documentales, que utiliza como técnica de análisis, el análisis del discurso con el objetivo de interpretar los contenidos manifiestos (evidentes) y latentes (ocultos), de los mensajes sobre las representaciones sociales de la infancia en el Uruguay contemporáneo. A tales efectos, y en virtud del lapso de tiempo abordado 1969-2004, se indagó en las continuidades y rupturas en relación al discurso

emitido¹², y acerca de a qué niño y/o niña se dirige la revista Charoná. Se exploró, además, el diseño de la publicación, haciendo foco en los siguientes elementos: ilustraciones de las tapas centrales¹³ y contra tapas, personajes ilustrados y su fisonomía, presentación especial de tópicos tratados en la publicación y diseños publicitarios.

La principal fuente empírica de la investigación, son las revistas Charoná y sus anexos como ampliación de éstas. Estudiar sus contenidos, permitió abordar la relación del producto con los/as lectores/as, las representaciones de la infancia, los significados atribuidos a la misma en diferentes contextos históricos y en dicha dirección, explorar los mensajes explícitos e implícitos en dicha publicación.

En relación a lo expuesto se indagó sobre tres ejes:

- 1- La representación de la infancia escolarizada. Para abordar este eje se utilizó como objeto de observación y análisis todas aquellas notas y/o artículos, que de manera implícita y/o explícita señalaban alguna relación con niños y/o niñas en su calidad de escolares y/o con la institución educativa. Asimismo, se abordó el discurso publicitario (publicidad), cuando estuvo centrado en la infancia escolarizada. Además, se analizaron artículos de la historia nacional fundacional, a punto de partida de la idea de que a través de los mismos se estaba imprimiendo una mirada política en la infancia escolarizada.
- 2- La representación del niño y la niña clientes. Se abordó como objeto de observación y análisis el discurso publicitario.
- 3- La representaciones de género en la infancia. Se tomó como objeto de observación y análisis, notas y/o artículos del discurso mediático que de manera explícita e implícita hicieran referencia a la división sexual del juego. De igual forma y con la misma intencionalidad, se abordó el discurso publicitario y las diferentes expresiones literarias con el fin de determinar el sexo y el rol de los protagonistas de dichas expresiones. También, se observaron expresamente notas y/o artículos dirigidos a personalidades de la cultura y de la esfera pública, mujeres.

Además de los tres ejes, se tuvieron en cuenta las ilustraciones de niños y niñas en general, los/as principales protagonistas de la publicación y las portadas de las revistas, partiendo de la idea de que las imágenes pueden decirnos tanto o más que las palabras.

¹² Se entenderá en este trabajo por discurso, a aquellas prácticas comunicativas, comerciales y técnicas, que instituyen condiciones de recepción específicas del discurso, las cuales producen un tipo de subjetividad, en este caso, en el espectador y consumidor (Lewkowicz y Corea, 1999).

Por tanto, se hablará de discurso publicitario para hacer referencia a la publicidad en sus diversos formatos y de discurso mediático, al contenido emitido por los/as periodísticas y técnicos/as de la publicación abordada.

¹³ Se entiende que ofrecen al lector un pantallazo general sobre el tópico o los tópicos que se resaltarán en la publicación. Es en la portada principal de la revista donde se realizan anuncios de suplementos especiales que acompañarán la misma y de otros productos adjuntos que pueden eventualmente acompañar la publicación.

En cuanto a los criterios de selección de las revistas, se procuró alcanzar la mayor diversidad de casos posible, de acuerdo a la disponibilidad en el acceso y en función de los criterios de selección de la muestra diseñados con anterioridad y de los esbozados de acuerdo a la información recabada durante el proceso. En un principio, se pretendió abarcar revistas de todos los meses del año y al menos una por cada año del lapso temporal de la investigación. Teniendo en cuenta que la metodología cualitativa es flexible ante cambios y por la no accesibilidad a todo el material pretendido, se fueron tomando diferentes opciones metodológicas.

En un principio, la investigación se había propuesto abordar como periodo de estudio desde el año 1967 (año fundacional de la publicación) al 2004 (año de aprobación del Código de la Niñez y la Adolescencia), pero la imposibilidad de acceder al material de los años 1967 al 1969, implicó dos decisiones. Una de ellas fue la de incluir los tres primeros números de la revista Pílan (dos números del año 1969 y un tercero del año 1970). Para esta investigación, esta revista sentó las bases de lo que sería luego, la revista Charoná.

La segunda opción metodológica se tomó a partir de no haber encontrado las revistas de los años fundacionales, y en consecuencia se decidió tomar más de una revista entre los años 1970 a 1973. Por un lado, con el fin de lograr una mayor posibilidad de observación y análisis de la etapa fundacional y por otro, con el de rescatar una valiosa documentación que podría brindar elementos sustanciales de nuestra historia reciente en relación a la infancia.

Es importante señalar que tampoco fue posible acceder a las revistas del año 1981 y 1990 y que se incorporaron a la investigación números de las revistas: “Maquendá”, revista oficial de la Comisión Nacional de Baby fútbol y “Las aventuras de Charoná. Secuestro y rescate”, las que se comercializaron de forma adjunta a la publicación abordada.

Cabe aclarar que la selección de revistas puede no ser representativa de otras, pero el cometido de esta investigación fue la particularización y profundización en sus contenidos, en un determinado momento histórico.

El abordaje temporal en meses y años, procuró captar las diferentes coyunturas y eventos políticos, sociales y/o culturales, que pudieran haber incidido en los contenidos de los discursos emitidos por la revista.

La muestra quedó conformada de la siguiente manera, presentada según revista, año y meses del año relevados (tabla 1, 2, 3, 4 y 5):

MES/AÑO	En.	Febr.	Mzo.	Abr.	My.	Jun.	Jul.	Agto.	Sept.	Octub.	Nov.	Dic.
1970							X			XX		X
1971		X							X	XX		
1972					X	X	X	X	X		X	
1973	X					X				X		
1974									X		X	

1975			X									
1976												X
1977								X				
1978	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1979					X							
1980								X				
1981	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1982								X				
1983					X							
1984			X									
1985							X					
1986												X
1987						X						
1988				X								
1989				X								
1990	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
1991												X
1992						X						
1993					X							
1994				X								
1995						X						
1996			X			X						
1997			X									X
1998								X				
1999					X							
2000							X					
2001										X		
2002				X								
2003												X
2004									X			

Tabla 1. Muestra revista Charoná

MES/AÑO DE LA REVISTA	En.	Febr.	Mzo.	Abr.	My.	Jun.	Jul.	Agto.	Sept.	Octub.	Nov.	Dic.
1969							X	X				
1970	X											

Tabla 2. Muestra revista Pilán

MES/AÑO DE LA REVISTA	En.	Febr.	Mzo.	Abr.	My.	Jun.	Jul.	Agto.	Sept.	Octu b.	Nov.	Dic.	s/d
1973													X

Tabla 3. Muestra suplemento "Las aventuras de Charoná: secuestro y rescate"

MES/AÑO DE LA REVISTA	En.	Febr.	Mzo.	Abr.	My.	Jun.	Jul.	Agto.	Sept.	Octub.	Nov.	Dic.
1991												X

Tabla 4. Muestra revista oficial de la Comisión Nacional de Baby Fútbol

MES/AÑO DE LA REVISTA	En.	Febr.	Mzo.	Abr.	My.	Jun.	Jul.	Agto.	Sept.	Octub.	Nov.	Dic.
-----------------------	-----	-------	------	------	-----	------	------	-------	-------	--------	------	------

Tabla 5. Muestra revista Maquendá

Por tratarse de una investigación basada en documentos, es pertinente resaltar los aportes que realiza Corbetta (2007), quien los clasifica en personales e institucionales. Dentro de los primeros, subraya las autobiografías, los diarios íntimos, las cartas y los testimonios orales, entre otros. Dentro de los institucionales, señala que son producidos en la esfera pública y que tienen como potencial para el investigador, la posibilidad de acceder a lecturas concernientes a las sensibilidades de una época determinada,

No recogen solo hechos memorables que se producen en una sociedad o una cultura, sino que proceden también y sobre todo a la vida cotidiana de las personas comunes. Así, los documentos institucionales pueden convertirse en datos para la investigación, material empírico para estudiar los fenómenos sociales más variados (Corbetta, 2007, p.389).

El autor (2007) identifica varios tipos de materiales que se pueden agrupar dentro de la categoría documentos institucionales, como pueden ser los producidos por los medios de comunicación (programas radiales y publicidad radial), televisión (programación televisiva y publicidad televisiva), cine, periódicos (artículos periodísticos y publicidad gráfica), entre otros. Los restantes tipos de documentos se resumen en materiales jurídicos, de la política, empresariales y administrativos, huellas físicas, narrativa (textos literarios), textos pedagógicos y documentos de la cultura popular.

La revista Charoná, como principal material empírico del presente trabajo, es una conjunción entre los textos pedagógicos¹⁴ (contendidos escolares curriculares), los documentos de la cultura popular (historietas, leyendas, entre otros), y los producidos por los medios de comunicación (publicidad).

3.4. Algunos aspectos significativos del trabajo de campo

Una vez seleccionada la muestra de revistas Charoná a relevar en el trabajo, me aboqué a la búsqueda de ejemplares, partiendo de la idea de que acceder a éstos no iba a ser una dificultad.

¹⁴ El autor plantea que los textos pedagógicos "son una fuente documental importante sobre la cultura de una sociedad. Dada su finalidad, transmitir a las nuevas generaciones los valores y las normas del mundo de los adultos, son probamente el espejo más fiel de la cultura y la ideología de cada época" (Corbetta, 2007, p.393).

Sobre mediados del mes de diciembre del 2018, concurrí a la biblioteca del Poder Legislativo¹⁵ en el entendido de que muchos/as investigadores/as habían tenido una buena experiencia en la misma, tanto en lo referente a la atención del personal, como en lo relativo al acceso a diarios y revistas. En cuanto a la atención del personal, a segundos de mi llegada al lugar, fui recibido por un funcionario que se mostró interesado en mis inquietudes académicas y rápidamente se comunicó al sector Revistas para realizar la consulta sobre el material requerido. Mientras que la búsqueda se iba procesando, fui invitado a leer la prensa escrita del día, invitación a la que accedí.

Minutos después, el funcionario se dirigió hasta donde me encontraba y me transmitió que no contaban en la biblioteca con revistas Charoná del periodo de tiempo solicitado (1967-2004), ya que habían tomado la decisión de donar los ejemplares a distintos Centros de Atención a la Infancia y la Familia (CAIF)¹⁶ de la ciudad. Hecho que no me pareció significativo hasta que tuve que volver a la biblioteca sobre el final del trabajo de campo y comencé a problematizar algunos aspectos vinculados a nuestro pasado reciente en relación a la infancia.

Una vez desestimada la biblioteca del Poder Legislativo para el acceso a las revistas, me dirigí a la Biblioteca Nacional¹⁷ en la que encontré parte de lo requerido.

Para acceder al material gestioné el carné de investigador y una vez otorgado comencé las tareas de relevamiento. La atención de los/as funcionarios/as fue de carácter de excelencia, por lo que solo me restan palabras de reconocimiento para todos/as quienes cumplen distintos roles en el lugar.

Se suscitaron diferentes problemas a la hora de la búsqueda de las revistas: no se encontraron representados todos los años propuestos en la investigación y en los casos en que sí, en algunos años no están representados todos los meses.

Asimismo, se presentaron dificultades a la hora de acceder a los suplementos adjuntos de las revistas ya que en su gran mayoría no estaban a disposición.

Pese a los inconvenientes, la mayor parte del material relevado en el trabajo de campo pertenece a los archivos de la Biblioteca Nacional.

La tarea de recopilación del material se realizó en el período comprendido entre el 4 de enero y el 18 de marzo del 2019. Entre esas fechas concurrí a la Biblioteca Nacional en diez oportunidades, accediendo de esta forma a revistas de 30 de los 38 años que abarca la

¹⁵ Tiene como principal objetivo asistir a los Legisladores y a todo el Parlamento en el cumplimiento de sus funciones, estando también sus servicios a disposición del público en general. Por su magnitud, es considerada como la segunda biblioteca más importante del país. Se encuentra ubicada en Palacio Legislativo, en la dirección A.V. Las de las Leyes 1180, Montevideo, Uruguay.

¹⁶ Centros en el marco de una política social dirigida a familias y a niños/as de 0 a 3 años de edad y cuya propuesta pedagógica abarca tanto las zonas urbanas como rurales del país.

¹⁷ Es la principal biblioteca del país, funciona como una unidad ejecutora del Ministerio de Educación y Cultura y tiene dentro de sus cometidos el de preservar y difundir el patrimonio bibliográfico y documental del país. Se encuentra ubicada geográficamente en el Centro de Montevideo, en la A.V. 18 de Julio 1970.

investigación. Los ocho faltantes fueron los siguientes: 1967,1968, 1969,1970, 1978,1981, 1990 y 1996.

A raíz de la falta de ejemplares de algunos años, me propuse continuar con la búsqueda sabiendo que los años fundacionales de la revista serían los más difíciles de obtener.

En paralelo, en enero de 2019 establecí contacto a través de una red social con Sergio Boffano, quien lleva el mismo nombre de su padre, quien fuera creador y fundador de Charoná y director de la ésta durante muchos años. En acuerdo, le envié un correo electrónico en el que me presentaba y detallaba las características y el marco de la investigación. También señalaba la necesidad de poder acceder a las revistas Charoná de los primeros años de edición.

En el mes de febrero, reitero el correo electrónico enviado teniendo en cuenta que no había recibido respuesta y por segunda vez no fue contestado.

Casi sin expectativas, y encontrándome al final de la recolección de información en la biblioteca, solicito con fines recreativos, más que académicos, los ejemplares del año 2012 que no estaban previstos relevar. Cuando accedo a los mismos, me llaman la atención las nuevas encuadernaciones, así como la presencia de todos los números emitidos ese año. Hecho que no coincidía con la realidad de las revistas relevadas en la investigación.

También, observando los ejemplares identifico el teléfono celular de Mateo Boffano (nieto del creador de las revistas Charoná), quien estaba señalado como colaborador fotógrafo. Es así que comienzo a pensar en la posibilidad de establecer una nueva comunicación, esta vez con su nieto.

Unas horas más tarde, me comunico vía telefónica, presentándome y explicándole mis inquietudes respecto a poder acceder a las revistas Charoná en sus primeros años de edición, así como también trasmitiéndole mis fallidos intentos de comunicación con su padre.

Mateo me responde y expresa lo interesante que le resulta la investigación, pero hace hincapié en no poder ayudarme debido a no tener disponible el material requerido. De todas maneras, me solicita que le reenvíe el correo electrónico antes enviado a su padre, ya que esta vez recibiría una respuesta.

Pocas horas después, recibo una contestación por parte de Sergio Boffano, en la cual me informa que lamentablemente en el año 2005 se produjo un incendio en el archivo de la revista, quemándose gran parte del material que su padre había encuadernado de manera muy prolija. Señala la situación con pesar ya que con el incendio se perdieron los primeros números de Charoná.

De todas maneras, plantea querer ayudarme ya sea para aportar algún relato en torno a su padre, a la revista y/o a su principal personaje Charoná. Asimismo, me transmite que los/as

organizadores/as de Montevideo Comics¹⁸ quieren hacerle un homenaje a su padre y a Charoná y manifiesta que tal vez el material con el que cuento podría ser un buen aporte para dicha causa. Se despide con un “abajo está mi celular, saludos”.

El lunes 29 de abril tomo contacto con Sergio telefónicamente, con la idea de realizar un intercambio que me permita continuar explorando aspectos clave de la revista. Esta vez con un protagonista directo de la publicación abordada, quien fue de alguna manera el continuador de la obra Boffano y un posible testigo directo del mundo detrás de Charoná. En la comunicación, Sergio evocó con tristeza lo que significó el incendio que afectó el archivo de las revistas. También se mostró sorprendido por la falta de algunos ejemplares en la Biblioteca Nacional ya que su padre “siempre separaba las mejores ediciones para enviarlas a la biblioteca”.

Además, resaltó la figura de su padre en su faceta de artista y emprendedor. Señaló que no solo producía la revista con un fin económico, sino por la convicción de que estaba haciendo una contribución a la cultura.

En relación al personaje principal, transmite que la idea de un “indiecito” como personaje fue manejada por Boffano en Italia-Torino y que según le contó, entre los años 45 y 48, ya había creado una caricatura con esas características para una revista llamada el “Correo del Bambini”. Publicación que se emitía de forma adjunta al diario “El correo de la cera” que salía por la noche.

En lo relativo al nacimiento de la revista Charoná cuenta que habría surgido como un encargo del grupo empresarial Sociedad Editora Uruguay S.A, el cual tenía parte de sus instalaciones en la calle Bartolomé Mitre, esquina Buenos Aires, local que actualmente funciona como dependencia del Poder Judicial en la ciudad de Montevideo. Dicho grupo empresarial se identificaba con las siglas SEU y era el grupo editor del Diario La Mañana, así como también de otras publicaciones nacionales que se comercializaban de forma adjunta a los mencionados diarios y/o de forma independiente. Recuerda que los representantes de SEU le habían encargado la dirección artística de una revista infantil que se emitiría de forma semanal y se comercializaría de forma independiente. De esta manera el “profe”, como lo solían llamar a Boffano, retomaría la idea del personaje del “Correo del Bambini”.

Cuenta que en el año 1967 se da inicio a la salida en los kioscos del país de la revista infantil que hoy me ocupa y con ésta se da nacimiento a su personaje protagonista: Charoná. Si bien tuvo su génesis en Europa, su creación estuvo inspirada en los pueblos originarios de América, y por tanto la denominación Charoná obedece a la conjunción de dos etnias sumamente identificadas con este lado del Río de la Plata, Charrúas y Chanaes.

¹⁸ Organización dedicada al desarrollo de la historieta, la animación y otras actividades a fines.

Años más tarde de su creación, Charoná pasó a transformarse en un sello registrado del “Profe” Boffano, adquiriendo los derechos sobre la publicación y según lo relatado por su hijo, el trascorrir de su padre por la revista estuvo rodeado de gratos momentos los que superaron algunos vaivenes económicos que atravesó la publicación. El Prof. Boffano habría sido testigo de una revolución en lo que concierne al mundo de la imprenta, desde la salida al mercado de las primeras revistas emitidas en formato de papel de diario en calidad de imprenta rotativa, a una progresiva mejora en la calidad del papel revista, hasta las nuevas tecnologías y digitalización. Siendo también importante señalar que la presencia de Charoná no solo se limitó a los medios de comunicación impresos, sino también abarcó los medios televisivos.

Cuenta también, que en la década del 90 por el canal 5 tendría lugar el programa “El rato de Charoná”. Programa que adquirió el nombre por tener una hora de comienzo asignada, pero cuya duración estaba determinada por las necesidades y posibilidades del canal. Seguidamente a la experiencia en el canal estatal, se produjo la incursión de Charoná en canal 10, con los programas Charoná T.V y “Charoná premia el saber”.

Uno de los puntos resaltados por Boffano trató de la capacidad de la revista para mantenerse en el mercado, comercializándose de manera independiente desde 1967 a 2009, cuando finalmente comienza a venderse de manera adjunta al Diario La República.

Al final de la conversación, Boffano manifiesta nuevamente la posibilidad de poder concretar un encuentro, sumando a los responsables de Montevideo Comics.

Una vez aceptada la propuesta de Sergio Boffano, se estableció una comunicación con los organizadores del Montevideo Comics quienes me transmitieron que se encontraban en los preparativos para el desarrollo de una Convención de Historietas, Animación y Juegos del Uruguay a celebrarse los días 11 y 12 mayo de 2019. Por lo que descartaron la posibilidad de realizar el homenaje a Boffano en este año.

Es importante mencionar que el “Profe” Boffano dejó de existir fiscalmente en el año 2002, hecho que fue informado por la publicación en cuestión en el mismo año, en una nota acompañada con su foto y un dibujo de Charoná firmado por la redacción de la revista,

Hace 34 años el profesor Sergio Boffano tuvo una ilusión: crear una revista para los niños que fuera, a su vez, didáctica y entretenida. A ello dedicó toda su vida, todas sus fuerzas. Con la caballerosidad y el buen humor que siempre lo distinguieron formó, además, un equipo de colaboradores, sus amigos a su decir, que serían su herramienta de trabajo para conseguir su meta.

A Charoná, que el mismo ideó y plasmó en sus rasgos definitivos, lo consideraba como un hijo; pues Charoná es el prototipo del pibe uruguayo: inteligente, pícaro, solidario, de firme carácter. Por eso hoy que lo despedimos de este mundo, no de su revista porque siempre estará con nosotros, lo queremos representar junto a su criatura: Charoná¹⁹

¹⁹ Charoná. *Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXXIV, n °690, setiembre de 2002, Montevideo, p.3.

En este contexto, las autoridades gubernamentales también entendieron pertinente homenajear al “Profe” Boffano y en el 2003 la revista Charoná anunció en una nota escrita por Sergio Boffano el otorgamiento de la distinción de Caballero de la república italiana, otorgado por el presidente de la República en la Casa de los Italianos, en manos del propio embajador ante nuestro país.

Fue todo un honor y orgullo recibir tan importante distinción, además de las palabras que el embajador leyó antes de la entrega fueron muy halagadoras y reconfortantes. Resaltamos la labor realizada por nuestro querido profesor que no solo desde las páginas de la revista sino, su vida entera entregando a su trabajo de artista y a intentar constantemente de llegar todos los meses con ediciones de la revista Charoná con muy buen material e ilustraciones que muchas veces y en su gran mayoría, fueron realizadas por el con mucho amor y empeño, para que la única revista nacional llegue a manos de los chicos como un producto lo más completo posible²⁰.

Junto al artículo titulado “Reconocimiento al Arq. Sergio Boffano” aparece una foto de éste, de su hijo Sergio y de su nieto Mateo Boffano abrazado por ambos.

Por otra parte, y retomando el tema de la búsqueda de los números de las revistas faltantes para la investigación, por medio de un amigo y trabajador de la editorial Banda Oriental, logro contactarme telefónicamente con el maestro y escritor José María Obaldía, quien fuera un importante colaborador en los comienzos de la revista.

En el mes de mayo del 2019, logré establecer una amena comunicación con Obaldía, quien me transmitió que efectivamente trabajó como colaborador de la publicación en la época de la última dictadura militar.

En este sentido, su trabajo se convirtió en un refugio, ya que una vez destituido de sus funciones como maestro en la educación pública, sus actividades laborales se redujeron a trabajos en los medios de comunión y en la escritura. Su participación en la revista, en los años de persecución, fue desde el anonimato, ya que de esa forma podría evitar problemas con el gobierno autoritario de turno.

Obaldía recordó con alegría sus años de trabajo en Charoná, señalando que a lo largo de éstos tuvo muchas participaciones con ideas y vueltas, pero siempre que retornó, lo hizo con alegría. No dudó en calificar a Charoná (sobre todo en sus comienzos) como una revista artiguista y laica, intentando en esos puntos ser un fiel reflejo de la educación pública.

Sus aportes en la revista se dieron sobre todo en el campo de la historia y la literatura, su manejo de los programas escolares de la época facilitaba la pertinencia de los contenidos educativos en relación al desarrollo del año escolar.

Obaldía manifestó que los contenidos que elaboró para la revista, los desarrolló pensando en las necesidades de sus colegas maestros y maestras. Muchas veces ocurría que los y las educadores/as tenían dificultades para abordar determinados temas por la escasez de

²⁰ Charoná. *Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXXV, n° 715, diciembre de 2003, Montevideo, p.3.

mariales educativos de calidad y en este sentido, el aporte iba en esa orientación. En esta dirección, las piezas literarias y la reconstrucción de hechos históricos, principalmente los referentes a la gesta artiguista, se conformaron en piezas clave de una revista de alcance nacional.

También, destacó el trabajo del Maestro Luis Neira²¹, con quien muchas veces trabajó coordinando la elaboración de los diferentes contenidos.

En el intercambio telefónico le consulté por alguno de los nombres de los asesores pedagógicos que figuraban en una revista de los años 70: Zaida De Rosa, Mary Pedroza y Mariela Guillot²², no siendo posible en ese momento para Obaldía identificar a estas personas, pero expresando que seguramente estén vinculadas al área del magisterio.

Al cierre de la comunicación me confirma que no tiene acceso a las revistas faltantes, por lo cual mi búsqueda continuó. Es así que recorro a vendedores/as de revistas antiguas, logrando de esta manera reducir el margen en años de revistas faltantes, restringiendo los mismos a 1967, 1968, 1969, 1981 y 1990. En esta búsqueda, también fueron importantes los aportes en revistas, de amigos y amigas que, por alguna razón, aún conservaban en sus casas algunas de ellas.

Dando casi ya por descartada la posibilidad de encontrar revistas de los primeros tres años y buceando un día en internet, encuentro un sitio web que plantea que, durante finales de los años 60, Boffano dirigió también a encargo del grupo empresarial SEU, una revista que se comercializaba adjunta al Diario La Mañana²³: Pilán. Era una publicación “infantil” que de alguna manera pretendía reflejar el éxito de un personaje televisivo de la época llamado con el mismo nombre e interpretado por Eduardo Freda²⁴.

En función de esta información inicié la búsqueda de alguno de esos ejemplares con el fin de encontrar alguna pista que tal vez pudiera acercarme a las revistas Charoná en su etapa fundacional. Por esta razón decidí consultar, en las dos bibliotecas de referencia, la posible existencia de esta revista en los respectivos archivos, habiendo descartado rápidamente la Biblioteca Nacional ya que en esos días mi concurrencia era cotidiana. Decidí, por lo tanto, sobre comienzos del mes de mayo, consultar en la biblioteca del Poder Legislativo.

Al llegar, tomo contacto con una funcionaria quien después de unas llamadas telefónicas con el sector Revistas me informa sobre la no disponibilidad de ejemplares. De todas maneras, la funcionaria me recomendó que me dirigiera a la hemeroteca de la biblioteca con el fin de hablar de manera directa con algún responsable del área y poder despejar definitivamente la

²¹ Periodista, escritor y maestro. En la década del 60 desarrolló tareas como docente en la educación pública; publicó diversos textos de literatura infantil y participó como escritor en variadas revistas infantiles.

²² *Charoná. Revista Uruguay para niños uruguayos*, año 4, n° 50, julio de 1970, Montevideo, p. 6.

²³ Periódico matutino, que en sus primeras épocas tenía una frecuencia semanal, fundado por Pedro Manini Ríos. Hasta 1980 fue editado por SEUSA, quien también publicaba el diario Vespertino El Diario.

²⁴ Actor y cómico uruguayo, fallecido el 10 de abril del 2011.

existencia de la publicación requerida. Así, establezco contacto con una referente del lugar quien definitivamente concluye que la revista no está en los archivos, pero sí los diarios La Mañana de la época y que por alguna razón se había tomado la decisión de no conservar el material.

De forma espontánea me manifiesta que, hacia finales de los años 60, cuando ella era una niña, en su casa “tenía menos estatus que un perro” y que, por lo tanto, es muy probable que la revista infantil no fuera conservada de forma intencional, pues tal vez se entendía que era un material que no tenía mayor trascendencia. Finalmente, señala “tal vez se la regalaban a los hijos de los funcionarios, quien sabe...”.

En este sentido destaca que, la política de recopilación de este tipo de materiales se ha modificado en los últimos 10 años y que en la actualidad no hay ningún material que se excluya de ser conservado por la biblioteca.

Finalmente, a través de vendedores/as de revista logré acceder a los tres primeros números de la revista Pílan, dos de ellos emitidos en julio y agosto del 1969 y uno en enero del 1970, los que serán incluidos en la investigación.

La elaboración de este diario de campo se fundamenta en el entendido de que pueden existir posibles elementos preliminares que de alguna manera nos aproximen a la forma de concebir la infancia sobre todo en los primeros años relevados en esta investigación.

La no conservación de algunas revistas, en contraposición a otros materiales de la época, podría estar arrojando pistas en torno a las representaciones de la infancia de la época y/o al lugar que en ese maco se le daba a la infancia.

CAPÍTULO 4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. La infancia escolarizada²⁵

Para abordar la representación del niño y la niña escolar se relevaron tanto notas y/o artículos del discurso mediático, como publicidades comerciales dirigidas a éstos/as. Para referirse a los/as niños/as en tanto alumnos/as, se hará alusión a “escolares”.

En función de que la revista Pílan del año 1969, seleccionada en la muestra, es la primera que salió a circulación, el autor le presenta al lector el perfil editorial que caracterizará la publicación. En una nota titulada “A nuestros lectores” se expondrán los lineamientos generales de la revista y los que serían algunos de sus valores y principios,

²⁵ La gran mayoría de los artículos de la publicación no cuentan con firma de autor/a, lo que imposibilita, entre otras cosas, que no se pueda establecer la especificidad técnica de sus creadores/as. En los casos que contengan firma de autor/a será señalado.

Pilan reflejará en sus páginas todo lo que interese al mundo del niño. Ciencia, historia nacional y universal; pintura, música, artes en general. Las fechas gloriosas de la Patria serán rememoradas como corresponde y si es preciso, editaremos números especiales. Aunque el gerente proteste y diga que somos “antieconómicos”.

Pero si usted quiere aburrirse, no lea el nuevo Pilan. Nosotros creemos que en el desarrollo integral del niño vale tanto el teorema de Pitágoras como un buen torneo de fútbol, como un juego de ingenio. Tendremos bellas historias de piratas, de islas misteriosas; vamos a explorar lugares tan misteriosos y desconocidos como nuestro Uruguay o la misma Luna. Y ahora, es serio: Pilan tiene vocación campesina. Le gustan los niños que van a escuelas lejanas, casi inaccesibles, a lomo de petiso o simplemente a pie. Quiere alcanzarles a esos niños todo lo que esté a su alcance. Para eso, necesitamos que las maestras y maestros de todo el país, nos hagan llegar sugerencias, pedidos, y que, si llega el caso, nos manden detrás de pizarrón ²⁶.

De la cita se desprenden varios elementos a resaltar: en relación a los contenidos de la publicación se plantean que serán de tipo educativo-curricular y que abarcarán las diferentes áreas de conocimiento; subrayando que serán ponderados los artículos dedicados a la historia nacional y especialmente a aquellos acontecimientos de mayor envergadura patriótica. También, expone la denominación “desarrollo integral del niño”, expresando con esta “categorización”, la importancia de la concurrencia del niño y la niña a la escuela, y de practicar deportes y/o desarrollar la imaginación.

Se observa en el mensaje emitido por la revista una tendencia a la “escolarización” de las actividades lúdicas -en todas rige una suerte de vínculo con lo educativo y/o curricular-. Los juegos fomentan el “ingenio”, la literatura infantil el ejercicio de la lecto-escritura, la exploración implica adentrarse en saber de geografía, astrología, entre otras y el deporte -fútbol –como un facilitador de cohesión grupal.

Por lo tanto, el perfil editorial de la revista da cuenta de que la institución escuela será medular en la misma, no solo reproduciendo sus contenidos curriculares, sino también dirigiéndose a los niños y niñas es su estatus de escolares. Esta idea nos acerca a la interrogante planteada por Dubet (2006), quien retomando a Ariès, pregunta ¿en qué medida la centralidad del alumno/a no se termina imponiendo a la del niño y la niña?

Otro de los elementos a subrayar de este primer corte editorial, es que las maestras y maestros también están participados en las publicaciones, invitados a “formar” parte de la revista a través de sus aportes a la redacción. La “invitación” a los/las maestros/as a enviar sugerencias nos aproxima a dos ideas: la primera es que están incluidos/as dentro de la población objetivo de posibles lectores/as, y la segunda, es que la publicación -en una primera instancia Pilan y luego Charoná- podría estar cumpliendo un rol complementario a los textos educativos oficiales de la enseñanza primaria.

Es importante destacar que a través del abordaje de las publicaciones seleccionadas se observó, que los docentes serán representados en las imágenes (dibujos, fotografías), e

²⁶ *Pilan*, año 1, nº 1, julio de 1969, Montevideo, p.2.

incluso en artículos que parecieran estar exclusivamente dirigidos a éstos. La alusión a los maestros y maestras, no se presenta solapada, sino que se realiza de manera explícita: un ejemplo de ésta puede ser un artículo dedicado en la Charoná -de octubre de 1970- a la conmemoración del 56° aniversario de la jubilación de la Maestra Josefina Ipar de Malazzi. La nota informa sobre la nueva denominación que pasará a tener la Escuela N° 19 de Santa Clara, la que llevará el nombre de la mencionada educadora. Situación que llevó a que alumnos/as, ex alumnos/as, autoridades del sistema educativo y representantes de la comunidad, se reunieran para participar del evento. En las imágenes, se pueden observar a niños y niñas con su uniforme escolar compuesto de una túnica blanca y una gran moña azul y también, a las maestras y vecinos de la localidad participando de la conmemoración.

Otro ejemplo, puede ser el de la nota emitida en mayo de 1972, donde se presenta un extenso texto en relación a las funciones del Consejo Nacional de Enseñanza Primaria y Normal, el organigrama de esta institución y sus formas de organización. El artículo es denominado “¿Qué es el Consejo Nacional de Enseñanza Primaria y Normal?” y se destaca por su extensión y su alto nivel de detalle, por lo que se infiere que difícilmente pueda tratarse de un artículo de interés para un/a niño/a. La nota es acompañada por tres fotografías, y en una de estas se puede observar a escolares con panderetas en las manos participando de una clase de música.

En cuanto al Consejo Nacional de Enseñanza Primaria y Normal, el texto expresa algunas de sus características,

La propia denominación del Ente está indicando cuáles son las áreas que comprende su servicio: la enseñanza primaria y la enseñanza normal. O sea: la atención a la educación de los niños en el tramo de edad que también preceptúa la constitución (entre los 6 y los 14 años) y la formación de los maestros para atender la educación de esos niños ²⁷.

Como ya fuera señalado, las maestras, maestros, directoras y directores de los centros educativos son protagonistas en muchas de las imágenes de las revistas de los años 70,71,72, produciéndose un corte de esta tendencia en los años posteriores. En las imágenes fotográficas se puede observar a los/las maestros/as en los actos escolares, en las salidas recreativas, incluso en la tapa de una revista emitida en diciembre de 1970, donde se ilustra por medio de un dibujo - un aula donde los/as niños/as parecieran estar “libres” en lo que concierne al movimiento de sus cuerpos, sonriendo, “agasajando” a la maestra, obsequiándole una manzana. Como se verá a continuación, esta última imagen no será representativa de cómo se presenta a los/as escolares en la etapa fundacional de la revista. En esta línea, otra de las curiosidades del perfil editorial que presentó el primer número de la revista *Pilan* es la legitimación de las prácticas de castigo por parte de los/las maestros/as

²⁷ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 6, n° 144, mayo de 1972, Montevideo. p.24.

hacia los/las niños/as cuando la conducta esperada no se ajustaba a la norma, “para eso, necesitamos que las maestras y maestros de todo el país, nos hagan llegar sugerencias, pedidos, y que, si llega el caso, nos manden detrás de pizarrón”²⁸.

Se produce de esta manera una defensa del estatuto del escolar, en cuanto se entiende a la infancia como un elemento pasible de ser disciplinado. En este sentido, Carli²⁹ (1999) señala que la escuela moderna se caracterizó por una marcada “obsesión” positivista por controlar el exceso de movimiento, la atención dispersa, el cuchicheo y los motines (p.25). Cabe mencionar, que a lo largo de este estudio no se relavaron más mensajes en esta dirección. También, en los primeros años, la publicación presentó al sacrificio, la abnegación y el valor infantil como virtudes sociales, llegando incluso a manifestar -Pilan 1969- que la revista se dirigiría especialmente a todos/as aquellos/as niños y niñas que, no contando con condiciones materiales adecuadas, asistían a la escuela. El sacrificio tiene fuertes vínculos con el trabajo, ya que un niño o niña sacrificado/a es a su vez aquel que trabaja. Barrán (2015), presenta al trabajo como uno de los nuevos dioses de la era moderna, siendo la escuela vareliana “uno de los agentes más eficaces en la internalización de ese nuevo dios por los niños y las clases populares” (p.235).

Fue el primer número de la revista *Pilan* el que inició la tendencia a ponderar el sacrificio, la abnegación y el trabajo en la infancia,

Pilan tiene vocación campesina. Le gustan los niños que van a escuelas lejanas, casi inaccesibles, a lomo de petiso o simplemente a pie. Quiere alcanzarles a esos niños todo lo que esté a su alcance ³⁰.

En la línea de lo expresado anteriormente, en la revista *Charoná* de diciembre de 1970 los/as alumnos/as de la escuela pública ocupan un lugar central, con un artículo titulado “Cooperativismo en acción” el que se compone de un texto y tres imágenes. Dos de estas, con alumnos/as con uniformes escolares característicos y una tercera con seis adultos/as, dos maestras, un maestro y tres integrantes de la Comisión Fomento.

El artículo se centra en la experiencia de un viaje realizado por alumnos/as de la Escuela Pública N° 12 de Paso de los Toros- Departamento de Tacuarembó, quienes orientados/as por una propuesta educativa, viajan a Montevideo,

Tras realizar un hermoso viaje en tren arribaron días pasados a Montevideo, un grupo de 16 niños, alumnos todos ellos de la Escuela N° 12 de Paso de los Toros.

Y *Charoná* fue a recibirlos por un motivo muy especial.

Ellos eran integrantes de una Cooperativa Escolar, y habían costeado su viaje con su propio esfuerzo. Este era el motivo de la presencia de *Charoná* en la Estación Gral. Artigas. Sabemos que el tema de las Cooperativas integra los programas escolares. Pero, a pesar de ello, la existencia de las sociedades cooperativas es algo nuevo como organismo dentro

²⁸ *Pilan*, año 1, n° 1, julio de 1969, Montevideo, p.2.

²⁹ Si bien la autora plantea dicha realidad pensando en el escenario argentino, también podría extenderse a otros países de Latinoamérica y en particular a Uruguay.

³⁰ *Ibidem*, p.2.

del funcionamiento de la escuela, aunque, sin embargo, llena una función social de trascendental importancia [...].

Y con este fin llegaron estos simpáticos visitantes. Quisieron interiorizarse de lo que hace y cómo lo hace la Oficina Central de Cooperativismo Escolar que se encuentra en nuestra capital y donde la orientación corre por cuenta de una Inspectora de Escuela...³¹



Ilustración 1. Charoná representado por una niña. Charoná, 1972

Las imágenes de escolares en el entorno de la escuela y/o con sus maestras y maestros estarán también muy presentes entre los años 1969-1973 donde se los observa con sus túnicas blancas y moñas azules³², maestras/os y autoridades del sistema educativo participando de “rituales” escolares. Carli (1999) plantea que, la escolarización de la infancia ha sido interpretada de múltiples maneras, por ejemplo, Ariès la entendió como un “periodo de reclusión”, mientras que autores como Foucault hicieron hincapié en sus efectos de disciplinamiento del cuerpo y las conciencias. La misma autora retoma los trabajos de Varela y Álvarez quienes entienden que la escolarización,

Fue una “máquina de gobierno de la infancia” a partir de la cual se produjo la definición de un estatuto, la emergencia de un espacio específico para la educación de los niños, la aparición de un cuerpo de especialistas de la infancia, la destrucción de otros modelos de educación y la institucionalización de la escuela a partir de la imposición de la obligatoriedad escolar (p.24).

³¹ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 4, N° 71, diciembre de 1970, Montevideo, p.4.

³² El uniforme de la escuela pública en Uruguay está compuesto por una túnica blanca y una moña azul, y es el mismo para todos los/as escolares del país.

Las imágenes y los textos que reflejan a los/as escolares, no solo transmiten la idea de la escuela pública como una institución de transmisión de contenidos educativos, sino también como aquella capaz de insertar a la infancia en un orden político.

Los rituales escolares (conmemoraciones de fechas patrias) son un ejemplo de esto y como lo graficaran los textos e imágenes, lo que motiva el festejo es indiferente, la solemnidad siempre estará presente en las celebraciones.

En julio de 1970, se presenta una nota titulada “Escuela N° 53 Gran Bretaña” cuyo texto hace referencia a un evento en el seno de la institución educativa,

Niños portando banderitas uruguayas e inglesas, con la unción que es dable ver en pequeños escolares ante una conmemoración, fue lo que llenó de emoción al Sr. Embajador de Gran Bretaña el día que se festejaba, en la escuela que lleva ese nombre, el cumpleaños de la Reina Isabel II de Inglaterra ³³.

La instancia contó con la presencia de niños/as y maestros/as del centro educativo, así como también de autoridades del Consejo Nacional de Enseñanza Primaria y representantes de la embajada británica. Los/as escolares cantaron el himno de Uruguay y el de Inglaterra, así como canciones de origen inglés que fueron interpretadas en español.

Para cerrar el acto una de las autoridades de la Embajada, brindó unas palabras para el público presente “destacó la importancia de esas banderas de las dos patrias levantadas en alto por niños, uruguayos; simbolizan la unión de los dos pueblos y la amistad que había que fomentar³⁴”. La nota culmina con una apreciación final del autor, “en suma: acto sencillo, pero de hondo y generoso contenido patriótico fue el que se realizó en la Escuela N° 53 “Gran Bretaña” ³⁵ y es acompañada de dos imágenes. En una, se encuentran niños/as con uniformes de la escuela pública (túnica blanca y moña azul) portando los pabellones patrios y la bandera de Inglaterra, así como niños/as con banderines, los/as que están escoltados/as por otros/as perfectamente alineados/as, con un retrato del José Gervasio Artigas que pareciera estar observando la escena.

En la otra imagen, puede observarse a autoridades de la educación pública, y al representante de la embajada emitiendo unas palabras y detrás de este último, un pizarrón con la palabra “Welcome” escrita con tiza ³⁶.

³³ Charoná. *Revista Uruguay para niños uruguayos*, año 4, n° 50, julio de 1970, Montevideo, p.6.

³⁴ *Ibidem*, p.7.

³⁵ *Ibidem*, p.7.

³⁶ *Ibidem*, p.p. 6-7.



Ilustración 2. Escolares en un acto de la escuela pública. Charoná, nº 50, 1970

En el artículo ya citado (octubre 1970) que presenta el homenaje a la maestra de Santa del Olimar también puede observarse a niños y niñas con uniformes escolares, ordenados en filas en el patio de la escuela, “dirigidos” por el director de la institución con el fin de dar comienzo al acto. A su vez, se observan las banderas del pabellón nacional y la curiosa presencia de un policía y/o soldado entre los/as escolares.

En la revista relevada de 1987, se propone un juego lúdico para los escolares de menor edad (pre escolares), para los que la publicación propone un “ejercicio patriótico” donde los/as niños/as deberán recortar fragmentos de papel celeste, para posteriormente pegarlos en la bandera de Uruguay. El juego está compuesto por un sector de papel celeste para recortar, una imagen de una niña izando la bandera de Uruguay- la cual no tiene las franjas horizontales celestes-, y escolares y pre escolares observándola ³⁷.

La autora Martha Amuchástegui (1999) plantea en uno de sus artículos, haber observado fotografías de la primera mitad de siglo XX, donde se visualizan escolares cumpliendo con estrictos y fuertemente estructurados actos escolares,

Niñas y niños sentados o parados en hileras escalonadas y acompañados por la maestra, que ocupa el centro de la escena. Todos tienen la mirada atenta, los cuerpos erguidos, están serios o con una sonrisa apenas insinuada; esas imágenes de cada alumno y del

³⁷ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XVIII, nº 389, junio de 1987, Montevideo, p. 34.

grupo, esas formas, gestos y actitudes se mantuvieron durante décadas como expresión de normas y comportamientos enseñados (p.107).

En concordancia con lo señalado por la autora, se observaron imágenes con características similares en los primeros años de la revista Charoná, en particular aquellas relacionadas a las posturas y expresiones de los niños y niñas. Las imágenes encontradas hacen alusión a celebraciones que no conciernen a hechos históricos nacionales, aunque se pueden observar los mismos patrones de comportamiento que se desarrollan en las conmemoraciones patrias: un estricto orden en la disposición espacial de los niños y niñas; culto a los símbolos patrios (Pabellón Nacional); mensajes subyacentes con una gran carga simbólica y un alto reconocimiento social por parte de las autoridades educativas, autoridades estatales y de los vecinos del barrio y/o los pobladores del lugar en el que se desarrolla el evento retratado.

La autora (1999) plantea que estas celebraciones representan significaciones que refieren al orden social, cultural y político, donde los niños y niñas internalizan rituales, se reconocen como miembros de un grupo y comienzan a formar parte del proceso de integración al espacio público (pp.107-108).

En función de lo expuesto, resulta interesante problematizar la función social y cultural de estos actos/celebraciones y/o solemnes rituales y conocer hasta qué punto estos operaron como dispositivos de disciplinamiento infantil,

Las normas enseñadas para manifestar el comportamiento disciplinado y patriótico corresponden a símbolos ligados con la obediencia y la subordinación al orden jerárquico. En la escuela, ese orden es el que el niño obedece a la maestra, a la directora, a las autoridades...y, por, encima de todo, a la patria representada por sus emblemas, articuló los significados de su acatamiento a ese orden como expresión de respeto.

La bandera representa a la patria, a la que debemos respeto (cabe destacar que en el proceso de formación del sentido de "patria", su simbolismo alude al lugar donde nacimos, donde nacieron nuestros padres o antepasados). El significado de respeto alude tanto a la obediencia a los mayores, en el pensamiento (no contradiciendo) y en el gesto (manteniendo silencio y control corporal) (Amuchástegui, 1999, p.115).

En esta línea de pensamiento, la autora (1999) plantea que a la escuela le fue impuesta la responsabilidad de la construcción del ciudadano como súbdito de la patria. En relación a este punto son relevantes los aportes de Lewkowicz (2013), quien ha profundizado en sus trabajos sobre la relación escuela- ciudadanía en los Estados modernos,

El ciudadano es el tipo subjetivo resultante del principio revolucionario que postula la igualdad ante la ley. Ahora bien, esta producción en torno de la ley se apoya en dos instituciones primordiales: La familia nuclear burguesa y la escuela. La escuela, en tándem con la familia, produce los ciudadanos del mañana. La subjetividad ciudadana se organiza por su suposición básica de que la ley es la misma para todos [...] El ciudadano como subjetividad es reactivo a la noción de privilegio de la ley privada. La ley es pareja: prohíbe y permite por igual a todos. Por supuesto, a algunos el aparato judicial les va a permitir un campo de transgresiones, pero eso se relaciona más con el aparato judicial concreto que con la institución básica que es la ley. El ciudadano es un individuo que se define por esta relación con la ley. Es, en principio, depositario de soberanía, pero ante todo es depositario

de una soberanía que no ejerce. La soberanía emana del pueblo; no permanece en el pueblo.

Para ser ciudadano de un Estado-nación hay que saber delegar soberanía. El acto ciudadano por excelencia es el acto de representación por el cual se delega los poderes soberanos en el estado constituido. Y para poder delegar, el ciudadano tiene que estar educado. Es decir, se trata de educar las capacidades de delegación (pp.20-21).

El mismo autor (2013) plantea, que forjar la conciencia nacional en los niños y niñas, es una forma de educar las capacidades de delegación. Los mismos son homogenizados por el ritual patriótico, entonanán y asumirán el contenido de las canciones de la patria como constitutivas y delegarán el poder en los/as maestros/as y en los/as adultos/as quienes serían “soberanos/as ya constituidos/as”.

Otro elemento a destacar es el de la obediencia y la subordinación de la infancia en relación a los/as adultos/as, en este caso a los/as maestros/as, que también se podría trasladar a nivel familiar hacia el padre o la madre u otros referentes adultos como pueden ser los/as abuelos/as.

En los primeros años de la publicación queda establecido con cierta claridad que son los/as adultos/as – sostenidos por la ideología de las instituciones imperantes- quienes determinan qué es lo que un/a niño/a debe y no debe hacer. Queda establecido, además, cuál es el rol del adulto/a: mandar, ordenar, determinar y transmitir de manera vertical tanto los conocimientos de la vida cotidiana, como los curriculares,

[...] buscan (o más bien pugnan, se enfrentan) por caminos diversos y desencontrados legitimar el enunciado acerca de las posibilidades y los límites de la infancia. Se trata de una suerte de pretendidos pastores adultos, celosos cuidadores de un rebaño pueril que debería ser guiado por su propio bien.

La dependencia infantil [...] necesita un faro al que remitirse, con el que alinearse, ya que su propio trámite es inevitable: el autogobierno [...] es propio de los adultos y solo será admitido en los niños en ciertas ocasiones especiales y en dosis “adecuadas” al momento de su desarrollo, sobre todo como una estrategia adulta más que contribuya a su formación (Narodowski, 2016, p.62).

De lo expuesto podría subrayarse una imagen significativa que puede observarse en la revista de octubre de 1970 donde una niña con su uniforme de escolar planta junto a una persona mayor -que por la edad podría ser su abuelo y/o bisabuelo- un árbol,

[...] un alumno de ayer, asistido por una alumna de hoy, planta para el alumno del mañana un árbol. Se plantaron veinte árboles simbolizando los años de trabajo de la maestra en esa Escuela. Los árboles fueron proporcionados por la junta Honoraria Forestal y la dirección de Paseos Públicos ³⁸.

Esta imagen, posee una gran carga simbólica ya que ambos plantan el mismo árbol lo que puede dar cuenta de que los dos pertenecen a un mismo presente – plantan juntos el mismo árbol-, comparten una historia en común- raíces del árbol- y serán parte de alguna u otra

³⁸ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 4, nº 64, octubre de 1970, Montevideo, p.7.

manera de un mismo futuro- crecimiento del árbol-. En este caso, se podría decir que el futuro es una extensión del presente, donde los/as niños/as son una prolongación lineal de sus abuelos/as y de sus referentes adultos y que la transmisión generacional del conocimiento podría estar reflejando la importancia del rol de ese abuelo. Narodowski (2016), señala que el “abuelo” de la época moderna era ponderado como líder del clan, pasando de encarnar “la sabiduría, la historia, la experiencia, la memoria y la sangre” a ser el “abuelo viejo despreciado, desvalorizado, salvo que en su tiempo libre sirva para cuidar a sus nietos y así liberar a sus padres de sus obligaciones sacrificiales” (p.95).

Volviendo a las imágenes de los/as escolares se puede observar también, que cuando son representados/as -en fotografías- en espacios públicos urbanos, se los/as ve más “libres” y/o “relajados/as” que en el ámbito de la institución escuela. La nota “Cooperativismo en acción” de diciembre de 1970, presenta tres fotografías tomadas en la Estación de trenes General Artigas de la ciudad de Montevideo; en una, aparecen tres docentes y tres integrantes de la Comisión Fomento; en las otras dos, niños y niñas acompañados/as de la maestra, integrando una delegación. En las ilustraciones, se puede observar a los/as escolares más relajados/as y sonrientes, aunque sin perder su orden de formación (encolumnados/as). Los niños y las niñas de la delegación son oriundos de la ciudad de Paso de los Toros, departamento de Tacuarembó, lo que podría ser reflejo de que la revista Charoná se posicionó como una publicación de interés para los escolares de todo el país, en concordancia con su “eslogan” del momento “Revista Uruguaya para niños uruguayos”.



Ilustración 3. Escolares del departamento de Tacuarembó, ciudad de Paso de los Toros, en la estación de trenes Gral. José Gervasio Artigas ubicada en Montevideo. Charoná, nº 71, 1970

Cuando las imágenes de los/as escolares, retratan a estos últimos fuera de la institución escuela y sin la compañía de sus maestras y/o maestros, “suelen romper” el orden establecido de las filas, se toman de las manos, se abrazan, se ríen efusivamente, juegan y se divierten, dejando primar el estatus de niños y niñas por sobre el de escolares. En los artículos relevados de octubre de 1970 y octubre de 1971, se refleja lo descrito anteriormente, a través de notas que se titulan “Mi Escuela y el Barrio”, referente a la Escuela N° 49 ubicada en el Barrio Flor de Maroñas, departamento de Montevideo y la otra, a la Escuela N ° 82 del barrio Buceo. En dichos artículos se observan entrelazadas otras configuraciones donde ya no solo están presentes la escuela y el o la niño/a escolar, sino que aparecen otras figuras como el barrio. El relato de la nota está escrito como si fuera narrado por cuatro niñas: Elizabeth, Marita, Isabel, Mercedes y Perla, y es acompañado por seis fotos de ellas con sus uniformes escolares, en los diferentes escenarios que se van presentando,

Esta es nuestra escuela. Hoy está cerrada porque no se da clase: es el “Día del Maestro”. Lleva el nombre de “República de Nicaragua” [...]

La escuela ocupa una manzana. Su frente da a la calle Andrés Latorre. Te recordaré quién fue. Fue un militar, cuyos servicios se remontan a la época artiguista, habiendo sido uno de los capitanes del jefe de los Orientales.

Hacia el oeste tiene como límite la calle Chayos; hacia el norte, Pirineos, y hacia el sur: Combate.

Está enclavada en el barrio Flor de Maroñas, cerca de la muy conocida Curva de Maroñas³⁹.

Los vestigios de un Montevideo fabril y un complejo de viviendas de interés social también son reflejados en las imágenes y los textos,

Es un barrio fabril. Por doquier se elevan las chimeneas de fábricas, que dan trabajo a miles de técnicos y obreros. ILDU, SADIL, SUITEX Y CAMPOMAR⁴⁰, son las más importantes, además de fábricas de corchos, aceites, etc.

La edificación es muy variada: humildes, pero aseadas viviendas; cómodas residencias, casas de dos y tres plantas, y este núcleo de viviendas económicas pertenecen a I.N.V.E, que significa Instituto Nacional de Viviendas Económicas. Son departamentos muy confortables, por los que se paga muy poco. Cientos de familias disfrutaban de estas ventajas⁴¹.

En otras imágenes, se puede ver a las mismas niñas en el quiosco del barrio leyendo la revista Charoná, “no falta en nuestro barrio, el clásico quiosco de ventas de diarios y revistas. Hace años que está allí instalado. Nosotros vamos todos los miércoles a comprar ¿adivina qué revista?”⁴²

Estas notas tienen una gran carga simbólica, ya que el escenario de los/as escolares en las imágenes no será solo la escuela, sino también el barrio (Buceo y Flor de Maroñas), las

³⁹ Charoná, *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 4, n° 64, octubre de 1970, Montevideo, p.26.

⁴⁰ El nombre de las fábricas se encuentra destacado en el texto de la revista original, escrito con mayúscula.

⁴¹ *Ibidem*, p.26.

⁴² *Ibidem*, p.27.

fábricas más emblemáticas de la zona, y los espacios públicos como plazas, inmediaciones de un cementerio, la rambla, entre otros.

Por lo tanto, las ilustraciones no solo representan a los niños y niñas habitando la ciudad, sino también, los últimos años del Montevideo fabril y del barrio como promotor de integración.

En la nota de octubre 1971, referida a la Escuela N° 82 "Winston Churchill", barrio Buceo, la representación del niño/a como escolar y/o alumno/a nuevamente se enclava en el factor identitario: barrio. Se compone por siete fotografías donde se observa a escolares en diferentes escenarios del barrio Buceo. Las mismas, no solo grafican la clásica imagen del escolar uruguayo/a, sino también las del Montevideo de la época,

En la calle Comercio y Asamblea se levanta una enorme fábrica, que no cesa nunca en su actividad: CRISTALERIAS DEL URUGUAY⁴³, que fabrica, no solamente botellas, sino un sin fin de artículos más, a cuál de todos más hermoso y útil, por lo cual constituye una fuente inagotable de trabajo. Muy pronto "Charoná" te hablará de todo lo que en ella se hace⁴⁴.

Las restantes fotos, muestran a escolares en la entrada de la escuela, en la puerta principal de ingreso al cementerio del Buceo, en la sede del Club Social y Deportivo Huracán Buceo, jugando en terrenos ubicados en las calles Rivera y Propios, leyendo revistas Charoná y estando sobre la rambla,

He aquí, por último, una vista de la Playa Buceo. Lo que le dio el nombre a la costa fueron las operaciones de rescate del cargamento de dos naufragios importantes. En efecto, desde allí se organizó una "estación de buzos" que dio nombre al paraje, "como buceo de la luz". Andando el tiempo, el pueblo, sabio simplificador, redujo dicha denominación a la actual de Buceo.

Las zonas más alejadas de la rambla son un remanso de la ciudad, que vive intensamente la pasión deportiva al conjuro de una camiseta blanca, roja y negra^{45 46}.

⁴³ El nombre de la fábrica se encuentra destacado en el texto de la revista original, escrito con mayúscula.

⁴⁴ *Charoná. Revista Uruguay para niños uruguayos, año 5, n° 117, octubre de 1971, Montevideo, p.25.*

⁴⁵ *Ibidem, p.25.*

⁴⁶ Referencia al Club de Fútbol Huracán Buceo.



Ilustración 4. Escolares de la escuela pública nº 49 frente a fábrica del barrio Flor de Maroñas. Charoná, nº 64, 1970

En noviembre de 1974, se releva una imagen- caricatura- acompañada de un poema, que representa a un niño escolar perteneciente a la comunidad afrodescendiente de nuestro país. Tanto el poema, como el dibujo, colocan tres ideas para el desarrollo de este trabajo, una de estas es la representación del niño/a escolar afrodescendiente, la cual oscila entre la estigmatización y la invisibilidad; otra, es el protagonismo central en la revista del niño/a blanco/a; y, por último, la omisión de otros/as niños y niñas pertenecientes a otros grupos étnicos nacionales u otras etnias de descendencia extranjera, niños y niñas en situación de discapacidad, entre otros.

El poema pareciera estar teñido de un prejuicio étnico, pues en este caso, el niño afrodescendiente es el niño “morenito” o “negrito”,

Tajo de sandía
 Mazamorra blanca
 campanita de oro
 castañuela clara,
 se ríe el negrito
 con toda su alma.
 Sus ojos son lumbre
 que encienden la cara
 brillante y oscura
 maliciosa y sana.

Ríe el morenito
Y su risa larga
Son cien cascabeles
de avispas doradas
que encienden el aire
que pican el alma
que sueltan las riendas
de la carcajada⁴⁷ .

Como toda expresión literaria, podría tener múltiples interpretaciones, pero la descripción del rostro de este niño- brillante, oscuro, malicioso y sano- inclina al investigador por inferir una mirada estigmatizante hacia la comunidad afrodescendiente, bajo la idea de la representación del niño afro como peligroso y cuanto no, gracioso. Esta última imagen del niño afro “sonriendo a carcajadas” hace contraste con la de los/as escolares que nos viene presentando la revista hasta esa fecha, dando tal vez la impresión de un niño menos disciplinado, menos civilizado o por oposición, más bárbaro.

La alusión al niño afrodescendiente como “gracioso” fue ya manejada en una de las revistas de diciembre de 1970, donde en una nota titulada “Dibujos con una cuchara” se invita a niños y niñas en edad pre escolar a dibujar con el contorno de una cuchara invertida la cara de un elefante y con una cuchara en la posición normal, la cara de un niño africano, “Este gracioso negrito y el elefantito están dibujados usando el contorno de una cuchara de madera. Toma una cuchara, un papel y verás lo fácil que es hacerlo”⁴⁸, resultando este “juego lúdico” una ridiculización a la infancia afrodescendiente.

El estigma y la discriminación basados en el prejuicio hacia las personas afrodescendientes en nuestro país tiene su génesis en los tiempos coloniales y la llegada de los/as primeros/as africanos/as y/o afrodescendientes. Si bien el paso de las décadas pareciese haber dejado atrás estas páginas de la historia, el estigma y la discriminación continúan operando al día de hoy. Si nos remitimos a la infancia y adolescencia, Cabella en Scuro (2008), señala que hacia el año 2007, el nivel de pobreza de los/as niños/as y adolescentes afrodescendientes era más alto que la de sus pares blancos, al igual que la edad de egreso precoz del sistema educativo.

4.1.1. De la imagen grupal a la individualidad escolar

Con la revista de noviembre de 1974 y el poema dedicado al niño escolar afrodescendiente se quiebra con una regularidad que se venía sosteniendo hasta el momento, basada en representar al escolar integrado/a- tanto en imágenes como en textos-, en grupos de pares.

⁴⁷ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año II, n° 79, noviembre de 1974, Montevideo, p.2.

⁴⁸ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 4, n° 71, diciembre de 1970, Montevideo, p.29.

Se inaugura una tendencia, donde la imagen del escolar comienza a estar representada en su individualidad, produciéndose en el discurso mediático un drástico cambio comunicacional. Como fue expuesto en el capítulo “Referentes teóricos”, François Dubet (2006), se refiere al concepto de *Modernidad Tardía* y subraya la emergencia de un nuevo estadio de la Modernidad, donde la individualidad del sujeto, pareciera imponerse ante la imagen del colectivo integrado, planteando en esta dirección que “los valores de plenitud personal, de narcisismo y de autenticidad dominan en la vida personal a causa de la extensión del consumo” (p.66).

Es en la revista relevada de marzo de 1975 -ofrece un saludo de comienzo de curso escolar a sus lectores/as- donde pareciera plasmarse de forma radical la disipación de la imagen grupal escolar. En esta, “Charoná” brinda unas palabras que se plasman en la primera página de la publicación de manera directa para el niño y la niña que comienza su año lectivo, luego del receso de las vacaciones,

Ya llegó el año escolar 1975-76 y desde este pupitre juvenil CHARONÁ⁴⁹ te saluda al comenzar esta nueva etapa de estudios.

CHARONÁ se propone acompañarte para alentar tu optimismo, o si preferís, fe en uno mismo. El pesimismo impide hacer grandes descubrimientos y roba enormes posibilidades. Sin ánimo de decirlo, y sin la seguridad que da el saberse lleno de facultades, jamás se produciría el genio, ni el descubridor, ni el campeón.

La constancia es la característica peculiar de los que piensan y saben, por lo tanto, a dónde van; de los que tiene ideas claras y voluntad decidida de llegar hasta el fin.

La historia nos demuestra que no siempre son los más fuertes los que vencen, sino los que ponen más corazón en la pelea.

CHARONÁ te imagina como un guerrero que no rehúsa nunca el combate con la excusa de que su espada es más corta que la del adversario: es suficiente dar un paso hacia adelante para que la longitud de los aceros se iguale. Constancia, sí, pero también valor a la empresa.

Bueno; ahora los maestros y los libros esperan.

Pero, también a tu lado, como fiel amigo, CHARONÁ será un complemento inseparable en los momentos de estudio y de esparcimiento⁵⁰.

Este perfil editorial dirigido a hablarle a un/a niño/a particular y ya no a “todos/as” los niños/as, se contrasta con la primera nota abordada (Pilan de 1969) en la que se transmitía que al autor le gustaban “los niños” que iban a escuelas lejanas.

El perfil editorial de las primeras publicaciones se caracterizó por su generalidad, ya que podrían estar dedicadas de forma explícita tanto a los y las escolares, como a los/as adultos/as del hogar y/o docentes.

Esta tendencia de hablarle de forma directa a la infancia y a cada niño/a en su individualidad, sin la necesidad de mediación entre la publicación y los/as lectores/as continuará en los siguientes años, asentándose en el tiempo y repitiéndose de forma similar en el saludo de

⁴⁹ El nombre del personaje se encuentra destacado en el texto de la revista original, escrito con mayúscula.

⁵⁰ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año III, n° 93, marzo de 1975, Montevideo, p.1.

Charoná de comienzo del curso escolar de marzo 1984. La nota de ese año, está acompañada por la imagen de un escolar con el pabellón nacional,

¿O... no será que como se dice corrientemente, el tiempo ha pasado volando? Es posible que así sea, porque, de cualquier manera, han transcurrido algunos meses y no es exageración decir, que CHARONÁ⁵¹ no se encuentra con Uds. desde el año pasado.

Cuando vivimos la grata emoción del que se despide de un amigo, sabiendo que, en esa separación, que no será muy grande, se vivirán horas de descanso, de sol o aire, gratos momentos de confraternidad, readquiriendo fuerzas para un nuevo capítulo de esfuerzo, en bien propio y en favor de todos.

Fue entonces que nos separamos y hoy estamos nuevamente juntos y enfrentados a ese nuevo capítulo. Ustedes en el papel protagónico de la fuerza más viva y pura de nuestra sociedad, CHARONÁ a vuestro lado, aportando lo suyo, en la aspiración de cumplir su papel de amigo entregando número a número algo que puede ser una ayuda animar una sonrisa.

Cualquiera de ambas cosas que se lograren, harán feliz a vuestro amigo.

CHARONÁ⁵².

Esta regularidad comenzará a perpetuarse en el tiempo, pero ya no solo a través del discurso mediático, sino también de publicidades comerciales donde se representará al niño y a la niña en su condición de escolares, en el marco del ofrecimiento, venta y/o promoción de un producto y/o servicio. En el año 1974, la representación del escolar comienza a estar mediada por la publicidad; la imagen de este empezará a ser graficada con el fin de vender y/u ofrecer un servicio. En particular, la revista del año mencionado presenta en su contra tapa un dibujo de un niño escolar en un aula entregándole un ramo de flores a la maestra, y un título en letras grandes que dice: “la importancia de una buena impresión” en referencia a una publicidad de la empresa Impresora Polo Ltda., ubicada en Montevideo,

Todos desde chicos, sabemos valorar la importancia de una “buena impresión”. Algunos lo ponen en práctica esporádicamente; otros lo toman como un principio incorporándolo a su conducta.

Nosotros nos hemos dedicado. Somos profesionales de la buena impresión. **Ciencia, técnica y arte;**⁵³ aplicados en un complejo gráfico de avanzada, único en el país.⁵⁴

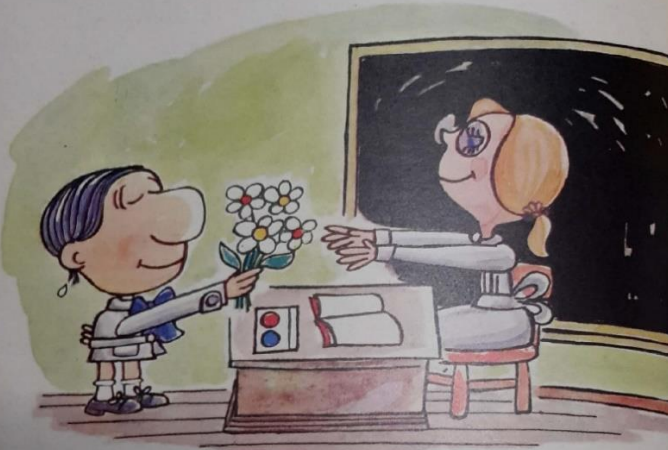
⁵¹ El nombre del personaje se encuentra destacado en el texto de la revista original, escrito con mayúscula.

⁵² Charoná. *Revista Uruguay para la juventud uruguaya y de américa*, año XIV, n° 328, marzo- abril de 1984, Montevideo, p.3.

⁵³ Términos destacados en el texto de la revista original.

⁵⁴ Charoná. *Revista Uruguay para niños uruguayos*, año II, n° 79, noviembre de 1974, Montevideo, p. contra tapa.

la importancia de una buena impresión.



Todos, desde chicos, sabemos valorar la importancia de una "buena impresión". Algunos lo ponen en práctica esporádicamente; otros lo toman como principio incorporándolo a su conducta.

Nosotros, nos hemos dedicado. Somos profesionales de la buena impresión. **Ciencia, técnica y arte**; aplicados en un complejo gráfico de avanzada, único en el país.

ip
impresora polo lt

AVENIDA GARIBALDI 2579 / TELEFONOS 411824 / 405814 / 493421 / 22 / MONTE

Ilustración 5. La representación del escolar irrumpe de manera explícita en el discurso publicitario. Charoná, nº 79, 1974

En la publicación abordada de 1980, nuevamente una publicidad que vende un servicio evoca a la figura del escolar; a través de un mensaje en letra cursiva- dando a entender gráficamente que fue escrita por un/a niño/a-, "ahora que sabes leer, podés aprender a leer más rápido y mejor"⁵⁵,

Ilvem te enseña a estudiar para que saques las mejores notas de la clase, también podés aprender a leer más rápido y con mayor comprensión y además desarrollar tu memoria para que nunca te olvides de nada.

Pedí en tu casa que te lleven a una clase, para ver como es.

Ilvem queda en 18 de Julio 965, Piso 3, Montevideo.

Si vivís lejos, o en el interior o no te pueden llevar, escribenos una carta con tus datos para ponernos en contacto contigo⁵⁶.

⁵⁵ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa (Suplemento)*, año XIII, n ° 263, agosto de 1980, Montevideo, p. contra tapa.

⁵⁶ *Ibidem*, p. contra tapa.

En los casos mencionados, la representación del escolar se enmarca en publicidades de productos y servicios dirigidos al mundo escolar, pero es a partir de la revista de mayo de 1993 donde se comienza a observar la figura del escolar, vinculada a piezas publicitarias de productos de consumo masivo como es el caso de los refrescos gasificados.

Esta exacerbación de la individualización, nos conduce a otro fenómeno que de forma gradual comienza a estar muy presente en la publicación, una suerte de diferenciación escolar que agrupa a escolares en base a distintos preceptos: el “buen” o el “mal” escolar.

En esta línea, Dubet (2006) sostiene que, durante gran parte de la Modernidad, fue posible en un mismo movimiento sociabilizar al individuo y pretender constituirlo como sujeto. Si bien esta situación podría configurarse como una paradoja, durante décadas, esta contradicción pareció amalgamarse, pero la exacerbación de dichas contradicciones ya no es disimulable,

[...] no existe entrevista con un docente que no enfatice que la selección de los mejores, la promoción de todos, la defensa de la cultura y la apertura a la vida social son, de hecho, objetivos contradictorios. No son siquiera contradicciones filosóficas, contradicciones de principio; son en primer término contradicciones prácticas (2002, p.65).

En la revista relevada de 1993, se observa una publicidad de un refresco gasificado, presentada como un artículo más de la revista, titulado “Hoy saqué sobresaliente”,

Cuando mamá te va a buscar a la escuela, te gusta contarle lo que hiciste. Lo que aprendiste. Lo que te enseñó la maestra. Las buenas notas que obtuviste.

Y te gusta ver lo contenta que mamá se pone. Porque sabe que estas estudiando y aprendiendo. En una palabra, estas creciendo. Y como esto es muy importante para ti, cada refresco de la línea Pepsi que se consume durante 1993, tendrá un porcentaje de su valor con destino a las escuelas públicas.

Ello representa más aulas, más libros, más bancos, más pizarrones. Pero por, sobre todo, la enseñanza de una acción que ojalá sirva de ejemplo ⁵⁷.

La publicidad, también contiene una foto de una mujer- madre- tomada de la mano de una niña escolar con túnica y uniforme que ocupa un espacio importante de la misma, con una especie de sello distintivo que abarca una parte menor y que expresa “Pepsi hace escuela”.

Es a partir de 1974 que se observa una nueva tendencia que establece una diferenciación entre los/las escolares que logran un lugar destacado en relación a su desempeño académico y los/as que no. La ya citada publicidad de servicios de imprenta titulada “La importancia de una buena impresión”, divide a los escolares en dos grupos, “todos sabemos la importancia de una buena impresión. Algunos la ponen en práctica esporádicamente; otros la toman como un principio”⁵⁸. Esto se podría traducir en la existencia de escolares que no pueden, o tal vez no quieren, dar una “buena impresión” y otros que sí. Esta división comenzará a adquirir

⁵⁷ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos de hoy*, año XXIV, n° 487, mayo de 1993, Montevideo, p. contra tapa.

⁵⁸ Ibidem, p. contra tapa.

regularidad en las revistas relevadas y se plasmará, tanto en publicidades como en artículos y notas del discurso mediático, al momento de hacer mención al inicio de cursos y/o al arribo de las vacaciones.

“El escolar” que “concurra a clase bien preparado” (marzo 1975) será el “campeón, “el genio”, “el descubridor”, “el que ponga más corazón en la pelea”, “el vencedor”, “el que tenga valor” (agosto 1980) “el que lea más rápido y mejor” (marzo 1994), “la fuerza más viva y pura de la sociedad”, “los que avanzan en el estudio” (mayo 1993), “los que obtienen las máximas calificaciones”, “los que les gusta ver contenta a su madre”.

Esta exaltación de las virtudes del “deber ser” escolar se irá afianzando a partir de 1974 y, asimismo, el discurso publicitario comenzará progresivamente a acompañar la idea de que el consumo de determinados productos y/o servicios puede ser inductor del “ser un buen escolar”, como en el caso de la publicidad de refresco de abril de 1994 que expresa “Cada día, al preferir el sabor de PEPSI⁵⁹, estás demostrando tu saber”⁶⁰.

4.1.2. Los “papis” de la infancia escolarizada

El proceso de diferenciación e individualización, que nos plantea la publicación, adquiere una nueva característica que comenzará a asumir cierta regularidad a lo largo del tiempo, y que nos acerca conceptualmente a los aportes de Giddens (1995), que al igual que Dubet (2006), entiende esta nueva etapa civilizatoria como una fase de realización del proyecto moderno, al cual denomina *modernidad reciente/modernidad tardía*. Así, Leopold (2014) tomando los aportes de Giddens, quien entiende que la Modernidad se encuentra cursando un nuevo estadio, desarrolla el concepto de *reflexividad generalizada*,

Utilización regularizada del conocimiento, que posibilita someter a revisión continua la mayoría de los aspectos de la actividad social y de las relaciones materiales con la naturaleza [...]. De ahí, que, en tiempos de modernidad tardía, todos los sujetos se ven expuestos a una multitud de sistemas abstractos – cuya clave es la especialización- de los cuales solo podrán alcanzar un conocimiento superficial de sus tecnicismos (p.117).

En este sentido, el concepto de “sistemas expertos” toma relevancia, presentándose como un nuevo elemento constitutivo de la publicación, que ya no solo estará dirigida a escolares sino también a referentes adultos, quienes a través de los consejos -en este caso- de Psicólogos/as, podrán “contener” los niños y niñas “menos favorecidos” del mundo escolar. La misma autora, recuperando las palabras de Giddens sobre los sistemas expertos, expresa que le permiten al individuo depositar una particular confianza en sistemas abstractos de relación,

⁵⁹ Se encuentra destacado en el texto de la revista original.

⁶⁰ Charoná. *Revista Uruguay para los chicos de hoy*, año XXVI, n° 521, abril de 1994, Montevideo, p. contra tapa.

[...] se definen como aquellos mecanismos que dejan en suspenso el tiempo y el espacio al emplear modos de conocimiento técnico cuya validez no depende de quienes lo practican y de los clientes que los utilizan. Tales sistemas impregnan virtualmente todos los aspectos de la vida en condiciones de modernidad (los alimentos que comemos, las medicinas que tomamos, los edificios que habitamos, las formas de transporte en que nos servimos y una multiplicidad de otros fenómenos) (Leopold, 2014, p. 116).

Es en las publicaciones de marzo de 1997 y agosto de 1998, donde se produce un hallazgo particular, una sección destinada a los/as referentes adultos/as del hogar denominada “Sólo para papis”. La nota relevada de marzo de 1997, titulada “Colaborando con el aprendizaje escolar” contiene recetas para estimular el vínculo educativo de los padres y las madres para con sus hijos/as, los/as cuales a priori podrían suponerse como relativamente obvios,

Los padres no necesitamos tener un título universitario o comprar equipos especiales para cooperar con el aprendizaje escolar de nuestros niños. Tenemos muchas formas de ayudarlos, simplemente usando las cosas de la vida diaria. Y esto funciona muy bien en los niños más pequeños, donde la tarea a hacer resulta toda una aventura. Al fin de cuentas, resulta un verdadero complemento para combinar con las enseñanzas preescolares y escolares ⁶¹.

El artículo describe trece puntos, en los que se plantean diferentes consejos para los/as adultos/as del hogar; los primeros cinco, apuntan a que “los padres” estimulen el desarrollo de la inteligencia de los/las futuros escolares desde las edades más tempranas. A diferencia de otros artículos dirigidos a los/as adultos/as de forma explícita en la revista, este se destaca por su contenido normativo,

Acostumbre a contarles cuentos e historias, invéntelas a veces y anímelos a que ellos hagan lo mismo. Esto los ayudará a desarrollar su imaginación. Sería excelente comprarles unos cuadernos para que usen a manera de diario, así pueden expresar sus propias ideas, apenas puedan escribir ⁶².

Dos de los consejos apuntan a la relación docentes-escolares- “padres”, definiendo las cualidades requeridas para la optimización de dicho vínculo,

Es deber de los padres establecer una relación amigable con los maestros de los niños. Manténganse al tanto de los progresos de sus hijos y averigüen los problemas que pueden confrontar. Sobre todo, conserven en todo momento una actitud cooperativa y muestren deseos de ayudar en la medida de sus posibilidades ⁶³.

Otros dos consejos refieren a posibles problemas de salud de los/as escolares, los cuales podrían resultar también a priori como relativamente obvios,

Si sus hijos se quejan de no entender con claridad las explicaciones, llévenlos al médico cuanto antes para un reconocimiento. Es posible que tengan algún problema en la vista o

⁶¹ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXIX, n° 581, marzo de 1997, Montevideo, p.26.

⁶² *Ibíd.*, p. 26.

⁶³ *Ibíd.*, p. 27.

en los oídos que les impida ver u oír con claridad. Si éste es el caso, deben ser tratados inmediatamente ⁶⁴.

Los consejos restantes, tratan de las tareas curriculares domiciliarias, comúnmente denominada “deberes”, depositando en los/as adultos/as una importante responsabilidad en torno a su cumplimiento,

Estimulen a sus hijos a hacer los deberes escolares. Separen un lugar especial de la casa con ese propósito, que sea tranquilo y bien iluminado y pongan en él un escritorio o una mesa que puedan compartir y las sillas necesarias y cómodas. Coloquen allí un diccionario, mapas y libros de referencia e insistan en que los niños hagan sus deberes a una hora razonable, para que no interfieran con otras actividades o el sueño [...]

Si sus hijos necesitan ayuda especial en ciertas materias y ustedes no están capacitados para enseñárselas, es preferible que lo haga otra persona, con un hermano mayor, otro familiar o un maestro particular ⁶⁵.

En agosto de 1998 nuevamente se repite el patrón anterior, observándose un artículo dirigido a los/as adultos/as referentes del hogar “Sólo para Papis”, que se titula “Encontrar una posición. De niñez, cambios del descubrimiento” de los psicólogos Sheldon White y Barbara Notkin White. La foto principal consiste en un grupo de escolares bailando el Pericón Nacional y el texto centra la atención en transmitir de qué manera los y las niños/as entre cuatro y ocho años de edad, comienzan a desarrollar la capacidad de elaborar conceptos sobre sí mismos y la percepción social de su lugar “heredado en el orden social”.

El artículo expone una diversidad de situaciones donde las diferencias pueden ya no solo atentar contra la convivencia cotidiana de los/as escolares, sino también contra su autoestima,

Empiezan a notar las diferencias que tienen entre sí y, de diversas maneras crean la oportunidad para percibirlos [...]. Los escolares y no escolares empiezan a saber quiénes son. Las niñas saben quién es considerada la más bonita. Los niños saben quién es el más popular y quién no lo es. Niños y niñas se rechazan y no vuelven a encontrarse sino hasta la adolescencia [...]

Los niños negros, blancos y amarillos adquieren conciencia de sus comunidades étnicas. Los niños lisiados físicamente, cuya diferencia solía ser anteriormente ignorada, ahora son vistos como algo diferente. El proceso de la comparación social, de la autoestima y de la estimación por los demás, no siempre es favorable. Para los últimos años de la primaria, los más fuertes pueden sentir que deben perseguirlos o alejarlos; y los niños lisiados pueden sentir depresión y odio hacia sí mismos ⁶⁶.

El texto advierte que el rol de los/as adultos/as es sumamente importante en esta etapa de toma de conciencia de los/as niño/as,

Los padres y maestros preparados pueden hacer mucho para manejar las experiencias y sentimientos de los niños que se dan cuenta de tales diferencias. Pero el proceso mismo es irresistible y necesario.

La formación de ideas acerca de quiénes somos, para reconocer las desigualdades entre las personas, formar alguna relación estrecha y así establecer otras más distantes, es parte

⁶⁴ *Ibidem*, p. 27.

⁶⁵ *Ibidem*, p. 27.

⁶⁶ Charoná. *Suplemento especial*, año XXX, n° 608, agosto de 1998, Montevideo, p.28.

del desarrollo humano. Ya en la secundaria, a sólo un paso del mundo de los adultos, esta diferenciación se habrá pronunciado. Habrá muchos intereses y papeles por desarrollar: de estudiante, atleta, científico, político, mecánico, aventurero, amante, músico, etc. Surge algo parecido a la división del trabajo; será menos compleja que la desarrollada por los adultos, pero la estará anunciando. El mundo de los adultos está lleno de diferencias entre las personas, algunas absolutamente necesarias para la sociedad y algunas inevitables. Durante su desarrollo, el niño deberá elegir el camino que habrá de seguir hacia determinando lugar dentro de la sociedad ⁶⁷.

Por último, el artículo señala el lugar de los “sueños” en la infancia y el deseo de “realidad” de los/as referentes,

El niño pequeño sueña con ser astronauta, policía o chofer de camión (adultos que lo rodean y cuyo trabajo entiende y respeta).

El adolescente puede soñar con ser un gran poeta, científico o gobernante. Soñar es parte integral del funcionamiento humano [...]

Reconocemos que los sueños de los niños son débiles e irreales y que los adultos esperan de una manera más o menos paciente a que poco a poco se vuelvan más realistas [...]

Lo que debemos reconocer es que si un niño encuentra su lugar en la sociedad está, en un sentido muy real, dejando atrás algo de sí mismo. Niega parte de su ser para obtener una posición social ⁶⁸.

En el artículo de 1997, puede visualizarse la consolidación de la tendencia a establecer una diferenciación entre “buenos/as” o “malos/as” escolares en relación al “desarrollo de la inteligencia”, depositándose en este caso la responsabilidad en los padres y las madres de que sus hijos/as logren los niveles académicos exigidos.

En el segundo artículo de agosto de 1998, en cambio, se plantea como tema de preocupación, las consecuencias que se derivan de la toma de conciencia por parte de los/as escolares de su lugar “heredado en la sociedad”⁶⁹, introduciendo al lector/a nuevos elementos de diferenciación escolar, como pueden ser la belleza, la popularidad, la etnia, y la discapacidad. Tal vez, en esta última nota, pueda leerse la “justificación teórica” del saber experto en lo que respecta a la diferenciación entre los/as escolares, pues según los/as profesionales las diferencias entre éstos/as -al igual que entre los/as adultos/as- son inevitables e incluso necesarias.

4.1.3. *Pensar sin Escuela*⁷⁰

Es a partir del año 1987, que en la publicación abordada comienzan a materializarse cambios significativos en relación a la representación de uno de los actores centrales de la revista: la

⁶⁷ *Ibíd.*, p.p.28-29.

⁶⁸ *Ibíd.*, p. 29.

⁶⁹ Charoná, Suplemento especial, año XXX, N. ° 608, agosto 1998, p.28.

⁷⁰ En referencia a la obra del historiador y filósofo argentino Ignacio Lewkowitz, “Pensar sin Estado. La era la fluidez”, cuya primera edición data del año 2004. Año en el que también, él y su pareja la semióloga Cristina Corea, perdieron la vida en un fatal accidente en la ciudad de Tigre, Argentina.

escuela pública y, por consiguiente, el Estado en sí mismo. Las imágenes de los/as escolares comienzan a entremezclarse con la oferta de productos y/o servicios, y la del escolar y/o del niño/a como ciudadano/a en construcción parece haber devenido en la figura de un/a consumidor/a, inducido/a al consumo, bajo la idea de que hacerlo también implica un acto de solidaridad. En la revista de 1994, se comienza a plasmar con mayor énfasis la idea y el discurso publicitario profundizará una comunicación singular con la infancia lectora,

Cada día, al preferir el sabor de PEPSI⁷¹, estás demostrando tu saber. Porque mientras disfrutas su inconfundible sabor, estás contribuyendo para que muchos otros niños disfruten mayores comodidades cuando vayan a aprender. PEPSI hace Escuela. Un emprendimiento que permitirá a muchos niños disfrutar de nuevos locales escolares, y mejores condiciones para aprender. Y todo gracias a que vos das clase. A los niños de San José, que serán los primeros en disfrutar de su nueva escuela, y a a todos, con tu manera de ayudar a levantar Escuelas en Uruguay. Cada vez que elegís PEPSI, estás ayudando con un porcentaje de su valor que PEPSI destina a la construcción de escuelas públicas⁷².

La publicidad, es acompañada por una foto de la escuela que se está construyendo, y un cartel que describe la obra: "Aquí PEPSI construye su primera escuela".

En la contra tapa de la revista de 1996, reaparece otro refresco, en el marco de una campaña publicitaria de iguales características, pero esta vez es llevada a cabo por su tradicional competidora: Coca- Cola,

Un compromiso presente con la educación.

El programa "Un niño, un libro" es una iniciativa del Centro de Innovación y Desarrollo en colaboración con organismos públicos y empresas privadas, que amplía el horizonte educativo de nuestros escolares.

360.000 libros repartidos gratuitamente todos los años hasta el año 2000, entre la totalidad de los niños de escuelas públicas de todo el país, es un hecho histórico no sólo en Uruguay sino también en América Latina.

Para Coca- Cola poner un libro en las manos de un niño, es una manera de asomarse al porvenir, con el compromiso de siempre con el país y con su gente⁷³.

En la revista del año 2002, la imagen del niño/a escolar nuevamente se ve representada por medio de una publicidad y/o campaña de recolección de fondos económicos para la escuela pública. En este caso, la marca patrocinante es Nevex (productos de limpieza para ropa). En la nota y/o publicidad puede observarse la foto de un niño con una túnica blanca doblada sobre sus manos, y se titula "Sabes por qué son tan importantes las escuelas públicas de tiempo completo?",

Porque los papás y las mamás de los niños que concurren trabajan muchas horas para mantener a sus familias.

Porque en estas escuelas los niños reciben su comida a mediodía de modo gratuito.

Porque mientras estos niños están en las escuelas no están solos en sus casas o en la calle sin saber qué hacer.

⁷¹ La marca de refresco se encuentra escrita en todas las oportunidades con mayúscula en la revista original.

⁷² Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos de hoy*, año XXVI, n° 521, abril de 1994, Montevideo, p. contra tapa.

⁷³ Charoná. *Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXVIII, n° 561, marzo de 1996, Montevideo, p. contra tapa.

Porque los maestros tienen más tiempo para dedicarles y además de enseñarles les aconsejan y comparten su diversión.

Por eso y por mucho más las escuelas públicas de tiempo completo son necesarias en nuestro país y entonces es bueno ser solidarios con ellas.

Por eso Nevex siempre regala túnicas a los niños que inician su primer año ⁷⁴.

En la publicación del año 2004 se repite el patrón anterior, y nuevamente Nevex presenta el eslogan “Juntos por la Escuela”. En esta oportunidad, se dirige de manera explícita a los/as escolares y se encuentra la imagen de un pizarrón con el título “Deberes: No te olvides de la bolsa de Nevex” ⁷⁵ y un texto que expresa,

Cuando a mamá se le termine la bolsa de Nevex, pedile que no la tire. Ahora, con Nevex, podés trabajar en equipo para ayudar a que las escuelas de tiempo completo tengan una biblioteca y los alumnos de sexto año se puedan ganar un viaje para toda su clase. Ayudar a las escuelas de tiempo completo es un trabajo de todos.

Para que todos los niños, como vos, culminen un año brillante junto a Nevex⁷⁶.

La publicación comienza a mostrar cierta radicalidad en lo referido a un pensar la realidad sin Estado en sentido de Ignacio Lewkowicz. Si bien el autor (2012), coloca su lupa en la década de los noventa, el fenómeno no está exento de procesualidad, y que a mediados de los años ochenta se comienza a visualizar en la revista algunas de las particularidades planteadas por este.

“Pensar sin Estado” no significa la desaparición de este último como tal, o sea, no desaparece como cosa, sino que lo que se agota o muestra signos de agotamiento es la capacidad de la que el Estado gozó para instituir y organizar el pensamiento. Si el Mayo Francés del 1968, de alguna manera, inauguró el comienzo de la subjetividad y del pensamiento antiestatal, sobre mediados de los noventa se solidificó y a comienzos del siglo veintiuno se materializa el pensamiento post-estatal. Este último rompe la dicotomía entre el pensamiento instituido estatal y el pensamiento crítico anti estatal, pues cuando se agota la capacidad del Estado de proveer subjetividad esta dicotomía deja de tener relevancia (Lewkowicz, 2012).

En esta línea de análisis, el citado autor problematiza las nuevas transformaciones de los Estados-Nación y el advenimiento del consumidor/a como actores centrales,

la conversión de los Estados- Nación en técnicos administrativos; la conversión simultánea de los ciudadanos en consumidores. O tal vez no la conversión sino la emergencia de la figura de consumidor como nuevo término fundante de nuestro oscuro contrato social, si queremos conservar la agradable fórmula (Lewkowicz, 2012, p. 19).

El ciudadano ya no va disponer del monopolio de los derechos, y no necesariamente va a ser el fundamento homogéneo, sino que tendrá que compartir el espacio con la figura del

⁷⁴ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXXIV, n° 678, abril de 2002, Montevideo, p.51.

⁷⁵ Charoná. *www.charona.com*, año XXXVI, n° 729, setiembre de 2004, Montevideo, p.6.

⁷⁶ *Ibidem*, p. 6.

consumidor/a quien llegó para quedarse – tal vez porque ya estaba- en el marco de una emergente nueva subjetividad.

Con respecto a las nuevas representaciones del escolar en las publicidades, pueden observarse dos, una de escolar-consumidor/a, y otra, de escolar objeto de caridad, produciéndose una conversión casi simétrica entre ciudadano/consumidor y derechos/caridad.

Estas publicidades mayoritariamente de refrescos, empresas de pintura y productos para lavar la ropa, tendrán semejanzas: presentarán sus productos en el marco de “campañas” para la recolección de fondos para las escuelas públicas, bajo el concepto de que, con cada producto vendido, se estará destinando parte de esa ganancia a éstas. La venta de los productos será presentada como un acto de “solidaridad” que tendrá que ser acatado tanto por los/as pretendidos/as “buenos/as escolares” como por sus familias. La aplicación de esta estrategia se puede observar por primera vez en junio de 1987, cuando la empresa de pintura Inca auspicia el tercer concurso nacional escolar de expresión plástica, organizado por el Consejo de Educación Primaria, señalando que “con el talento de los escolares y el aporte de PINTURAS INCA S. A⁷⁷ ya serán 57 las escuelas pintadas de todo el país”⁷⁸. Esta tendencia publicitaria se afianzará en la década de los noventa, con el agregado de que comenzará a invisibilizar la existencia del Estado como garante del derecho a la educación y a la asistencia social. Es así, que ya no se hará mención al Consejo de Educación Primaria, ni al Ministerio de Educación y Cultura, ni a ningún actor estatal, sólo se hará alusión a la escuela pública y a escolares como objetos de caridad.

En la línea de lo anteriormente expuesto, en agosto de 1993, una empresa de refrescos gasificados anuncia que con cada refresco vendido habrá un “valor con destino a la Escuela Pública”⁷⁹. Esta tendencia también se observó en abril de 1994 en el marco de la campaña “Pepsi hace Escuelas”, donde la empresa anuncia que parte de las ganancias serán destinadas a la construcción de locales escolares. En las revistas de marzo y junio de 1996, es la empresa Coca-Cola quien gana un espacio en la revista con la campaña “Un niño, un libro”- “Patrocinar es creer”⁸⁰, en la que se anuncia el objetivo de “repartir gratuitamente” 360.000 libros a escolares.

Por lo tanto, “la figura del consumidor sustituye a la del ciudadano [...]. El agotamiento ficticio de la verdad del ciudadano, el consumidor aparece como nueva fuente de razón y justicia” (Lewkowicz, 2012, p.36). Estas campañas publicitarias si bien enuncian dos posibles

⁷⁷ La marca se encuentra escrita con mayúscula en la revista original.

⁷⁸ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XVIII, n ° 389, junio de 1987, Montevideo, p.11.

⁷⁹ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos de hoy*, año XXIV, n° 487, mayo de 1993, Montevideo, p. contra tapa.

⁸⁰ Charoná. *Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXVIII, n ° 561, marzo de 1996, Montevideo, p. contra tapa.

representaciones de escolares: los/as escolares consumidores/as y los/as escolares objetos de caridad, los/as destinatarios/as del mensaje serán aquellos/as que efectivamente puedan inducir a sus referentes adultos/as al consumo de los productos ofertados.

En cambio, los/as escolares objeto de caridad serán mencionados, pero por fuera de las imágenes en todo el transcurrir del periodo abordado, que al decir de Correa y Lewkowicz (1999) puede estar relacionado con que “la subjetividad dominante descansa entonces en la dicotomía: sujetos con imagen/sujetos privados de ella. Los primeros están asociados al éxito y a la trascendencia social; los segundos son los excluidos, o ignorados (p.116).

En este apartado, pudo observarse cómo la imagen moderna de la infancia en pocas décadas devino en “nuevas representaciones”, que no solo inauguran nuevas maneras de pensar la infancia, sino nuevas formas de pensar el mundo adulto, pues necesariamente si existen variaciones en el estatuto de la infancia las habrá entre el contrato de los/as niños/as y los/as adultos/as.

En este recorrido pudo visualizarse como ya a mediados de los años setenta comienzan a generarse cambios a la hora de presentar al niño/a escolar, quien pasó de estar inserto/a en una estructura grupal, cohesionada por el orden político de la nación, a ser sometido/a a procesos de individualización, diferenciación y mercantilización. Estas circunstancias no podrían conducirnos a otra idea que a la de pensar que la Charoná de alguna manera acompañó las transformaciones en torno al advenimiento de nuevas subjetividades en relación a la infancia.

En 1996, una publicidad de productos lácteos- leche chocolatada- muestra la foto de un niño gritando, que ocupa casi una carilla de la publicación, en la que se lo observa con parte de su torso desnudo -despojando de su uniforme escolar-y como escenario, una playa. El niño se muestra beligerante, pues la publicidad le recuerda que las vacaciones están llegando a su fin a través de un texto en forma de diálogo,

¡Nooo, Noooo!

Se terminan las vacaciones.

Llegó marzo.

Y empiezan las clases (¿Por qué?... ¿Por qué?)

El primer día de clase y la infaltable redacción “Mis vacaciones “.

Reencontrarme con los compañeros y a detectar a los “nuevos”.

Ánimo, no todas son pálidas.

Tomate un Colet, vas a ver que puedes⁸¹.

Pero ¿a quién le está gritando el niño, si se lo ve de vacaciones en una playa? seguramente a quién le esté gritando, desafiando y/o interpelado sea a su madre, padre o referente adulto/a. Esta última imagen tal vez sea una de las más representativas de las transformaciones de la infancia moderna que nos presenta la revista, en contraposición a la del escolar venerado/a

⁸¹ Charoná. *Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXVIII, nº 561, marzo de 1996, Montevideo, p.2.

de los primeros años, que se caracterizó por someterse al estricto orden y disciplina y por su abnegación, enmarcado en una clara asimetría con relación a los/as adultos/as.



¡NOOO,
NOOOO!

Se terminan las vacaciones

Llegó marzo.
Y empiezan las clases. (¿Por qué?...
¿Por qué?).
El primer día de clase y la infaltable
redacción "Mis vacaciones".
Reencontrarse con los compañeros
y detectar a los "nuevos".

Animo, no todas son pálidas.

Conaprole

Tomate un Colet,
vas a ver que podés.

Ilustración 6. El discurso publicitario presenta a un escolar irreverente. Charoná, n.º 561, 1996

4.1.4. Algunos aportes de la historia nacional fundacional a las representaciones de la infancia moderna

En el proceso de análisis de las representaciones sociales de la infancia bajo la figura del escolar, se observó que el tratamiento y el enfoque que la publicación abordada otorga a la historia nacional fundacional podría estar dando pistas sobre la mirada política que se imprimió y/o intentó imprimirse en la infancia contemporánea de nuestro país.

Eduardo Bustelo (2011), retomando los aportes de Giorgio Agamben, plantea que los griegos utilizaban dos palabras para denotar la vida,

Por un lado, estaba la zoé, que expresaba la vida pura, el simple hecho de vivir, la nuda vita (vida desnuda) como vida fuerza o vida biológica, y por otro lado el bios, la vida relacional que implica el lenguaje, la política, y la ciudadanía. En el caso de la infancia uno podría resumir la zoé en sobrevivencia y el bios en la ciudadanía y la política (p.24).

Bustelo refuerza la idea, ponderando aportes de otros pensadores como Foucault y utilizando el concepto de biopolítica para analizar la relación del poder con el cuerpo viviente. En relación al campo de la infancia, existen tensiones y luchas por la obtención de poder simbólico y prestigio de diferentes grupos, siendo el Estado entre otros, el actor fundamental en la transmisión ideológica de la historia nacional oficial.

La biopolítica defiende el acceso a la vida y a las formas de su permanencia, y asegura que esa permanencia se desarrolla como una situación de dominación. [...] La biopolítica se constituye entonces como biopoder. El punto aquí es el control de la subjetividad: el poder se ejerce ahora desde dentro cuando muchos, casualmente, creen que desarrollan una personalidad propia y autónoma. En otras palabras: la biopolítica, determina las relaciones de filialidad en la familia, condiciona la individualización y la heteronomía en el proceso educativo, sintetiza la inserción en el mercado del consumo y regula el comportamiento a través de la ley (pp.24-25).

En esta línea, se podría inferir que Charoná ha expandido la escolarización a la esfera privada del hogar y de esta manera el legado de la gesta Artiguista a través de tapas, contra tapas, artículos, posters, historietas y juegos donde predominan las conmemoraciones de fechas patrias y la exaltación de los símbolos nacionales - pabellón, himno nacional-.

La historia nacional ocupará un rol central en la construcción de la infancia moderna a través de una importante hegemonía secular de la historia como aparato ideológico del Estado,

Las historias del siglo XIX fueron masivamente historias nacionales, historias que producían la sustancia nacional. Lo más activo de esta definición histórica del lazo social radica en que ningún rasgo constituía identidad. Más bien, todos los rasgos entran- a su turno- en la composición de esa identidad mayor, más abierta, más simbólica, menos despótica. La historia se convierte entonces en el discurso hegemónico de los Estados nacionales porque hace al ser nacional.

El soporte subjetivo de este tipo de lazo es el ciudadano. Se lo puede definir como sujeto de la conciencia política, de la conciencia moral, de la conciencia jurídica, en definitiva, sujeto de conciencia nacional. El ciudadano es el sujeto instituido por prácticas propias de los Estados nacionales. El Estado se apoya sobre la nación que se apoya sobre los ciudadanos (Lewkowicz, 2012, pp.30-31).

Por lo tanto, el/la escolar moderno/a, como ciudadano/a en construcción, leerá en la historia las bases políticas del modelo liberal, así como aprehenderá diferentes ideas que reforzarán la representación del escolar moderno/a, la que podrá estar acompañada y/o convivir con la emergencia de otras representaciones.

En la revista de abril de 1972, con Artigas en el desarrollo del Congreso en su tapa, tiene lugar un artículo titulado "Congreso e Instrucciones del año XIII", acompañado por una ilustración del artista uruguayo Pedro Blanes, en la que se puede ver a Artigas dirigiendo la palabra a diputados y personajes destacados de la Banda Oriental,

El próximo jueves 5 se cumple un nuevo aniversario del Congreso de Tres Cruces. Luego de producida la Revolución del 25 de mayo de 1810, se hacía necesario organizar el gobierno de las Provincias Unidas del Río de la Plata. A tal fin, las autoridades de Buenos Aires convocaron a sus pueblos a una Asamblea Constituyente que inició sus sesiones en aquella ciudad el 31 de enero del año 1813. Pero Artigas que ya había sido designado Jefe de los Orientales, fiel a sus sentimientos democráticos y respetuoso del derecho de sus gobernados, consideró que no podía resolver por sí mismo un asunto de tanta importancia que afectaba el destino de que se le había otorgado, dice a los congresistas: “Mi autoridad emana de vosotros y ella cesa por vuestra presencia soberana. Vosotros estáis en el pleno goce de vuestros derechos: ved ahí el fruto de mis ansias y desvelados y ved ahí también el premio de mi afán”⁸².

En junio de 1973, una frase de Artigas en relación a la relevancia de la educación se hace presente en la tapa de la revista, “sean los orientales tan ilustrados como valientes”, con una imagen donde se lo puede ver con su uniforme de General, leyendo un documento rodeado de sus camaradas, y al costado dos varones africanos o afrodescendientes manteniendo la llama encendida de un fogón. La ilustración abarca tanto la tapa como la contra tapa en la que también hay un texto,

Como feliz coronamiento de las fiestas cívicas organizadas para celebrar el nuevo aniversario de la Revolución de 1810, el 26 de mayo de 1816 tuvo lugar, en Montevideo, la inauguración de la Biblioteca pública. Desde Purificación, en donde poco más tarde recibiría las noticias e impresos relacionados con el mismo, Artigas se asoció a este acontecimiento verdadero símbolo de su constante desvelo por la educación popular estableciendo para el ejército el santo y seña de: “Sean los orientales tan ilustrados como valientes”⁸³.

La figura de Artigas continuará estando presente en varias páginas de la revista de 1980, y en particular, en un artículo de seis páginas titulado “Las invasiones inglesas- Artigas”. En la misma publicación se le da participación al ideario Artiguista, resaltando un hecho del cual el Prócer no fue parte de forma directa “la declaratoria de la Independencia”, pero en el que su figura es destacada ya que, en el espíritu de la Ley de Independencia, Ley de Pabellón y Ley de unión, se visualiza el pensamiento artiguista a criterio del autor del artículo,

Hacia ya más de un lustro que Artigas no pisaba tierra oriental y jamás volvería a su patria desde suelo paraguayo pero el ascendiente de su lucha y su pensamiento, están presentes en las tres leyes de Florida. La primera reafirma su ideario independentista que le habría generado la guerra con el centralismo porteño y la Ley de Pabellón levanta los mismos colores que se habían izado en el campamento del caudillo en Arerungua en 1815. En cuanto a la ley de Unión, significaba una reiteración, del federalismo, abrazado por todos los pueblos que lo habían reconocido Protector de los Pueblos Libres. Los orientales actúan en La Florida, según habían aprendido a hacerlo con su conductor más genuino⁸⁴.

⁸² Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año 7, nº 12, abril de 1973, Montevideo, p.8.

⁸³ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año 7, nº 21, abril de 1973, Montevideo, p. tapa.

⁸⁴ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XIII, nº 263, agosto de 1980, Montevideo, p.3.

En la revista de mayo de 1983, la Batalla de Las Piedras (18 de mayo de 1811), es el hecho significativo más retratado. Tanto en la tapa como en la contra tapa se pueden observar imágenes de Artigas rodeado de soldados y combatientes orientales.

El artículo no sólo se centra en la trascendente batalla que mantuvo el ejército artiguista contra el gobierno realista de Elío, sino también en el humanismo desplegado por Artigas una vez culminado el enfrentamiento,

También se alumbró ese día otro sentimiento, ese que no olvidaron ni los españoles ni la historia. La voz que serena y apuntando al corazón de los orientales, digitó un gesto humano que apaciguó los estampidos de la pólvora “Clemencia para los vencidos”. Hasta entonces, no era de práctica hacer prisioneros. El realista que caía era fusilado de acuerdo con el sangriento impulso que había dado a la Revolución Mariano Moreno. Pero al producirse la insurrección de la campaña oriental, Artigas cambia con un brazo vigoroso la orientación de la guerra, ampara a los prisioneros y atiende solícitamente a los heridos ⁸⁵.

La revista de agosto de 1982, se presenta acompañada de una publicación llamada “Suplemento Charoná”, destacándose en ésta el desarrollo de una historia titulada “José Artigas-Padre de la Patria”, la cual es presentada en un formato de comic. El desarrollo de la historieta contiene diálogos entre Artigas, pobladores/as y referentes de la Banda Oriental, y textos que los contextualizan.

En la primera escena de la historieta puede observarse a Artigas dialogando con un poblador, “Con las herramientas y semillas que te hemos dado podrás trabajar tu tierra conniventemente”. El dialogo está acompañado por un texto que exagera la figura del Prócer,

La obra de Artigas desde Purificación fue notable visionaria y digna en todos sus aspectos. Organizó la Provincia Oriental, luchó contra el gobierno centralista de Buenos Aires y reunió a seis provincias que formaron La Liga Federal y lo proclamaron “Protector de los Pueblos Libres” ⁸⁶.

La historieta se centra en las reformas sociales y económicas que Artigas proponía para la campaña, en el Reglamento de Tierras de setiembre de 1815,

En uno de los más importantes artículos del célebre reglamento dice que para repartir las tierras: “Los más infelices serán los más privilegiados”. “En consecuencia los negros libres, los zambos de esta clase, los indios y los criollos pobres, todos podrán ser agraciados con suertes de estancia si con su trabajo y hombría de bien propenden a su felicidad y a la de la provincia” ⁸⁷.

La historieta continúa con la invasión de los portugueses y la traición de Buenos Aires,

La admirable obra de ordenamiento económico que realizaba Artigas en la provincia oriental y el creciente poderío de la Liga Federal que lideraba alarmó tanto al Gobierno Porteño, que este no vaciló en apoyar abiertamente la invasión que estaba planeando

⁸⁵ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XIII, n ° 313, mayo de 1983, Montevideo, p.9.

⁸⁶ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya (suplemento)*, año XIII, n ° 301, agosto de 1982, Montevideo, p.26.

⁸⁷ *Ibíd.*, p.30.

Portugal, de forma trágica y traicionera, Artigas vería derrumbarse su obra fundamental, cuando parecía que el éxito coronaba todos sus esfuerzos ⁸⁸.

La revista de 1985, es una de las que reproduce más artículos de la historia nacional que están dedicados al nacimiento del “Pabellón Nacional” (cuatro páginas); a la vida de Joaquín Suarez⁸⁹ (dos páginas); al Himno Nacional (tres páginas) y a la reseña histórica del departamento de Montevideo (cinco páginas). En esta publicación, se encuentra un artículo titulado “Artigas y la escuela popular y gratuita”, que centra parte de su análisis en Artigas y en su rol en la educación gratuita, “los elevados propósitos de Artigas se anularon en 1816, al ocupar los territorios de la Banda Oriental los portugueses. De todas formas, la semilla de la enseñanza gratuita y para todos quedó sembrada” ⁹⁰.

En la revista de noviembre del 1986, se puede observar, una reseña histórica del pintor uruguayo Carlos María Herrera, nacido en Montevideo, el 18 de diciembre de 1875, quien fuera uno de los artistas que plasmó la figura del Prócer en el mundo de las artes plásticas, más precisamente en la pintura. En el artículo, se puede observar la ilustración de un óleo del artista, denominada como “Artigas en el Hervidero” ⁹¹. En la misma revista, puede encontrarse otro artículo, basado en resaltar hitos del Prócer entre los años 1807 y 1813.

La revista de mayo de 1987 nos recuerda nuevamente los sucesos de la Batalla de Las Piedras. En la tapa puede verse una ilustración sobre la mencionada batalla y se anuncia que la revista viene acompañada de un “Poster gigante”. Ya en interior de la publicación se puede observar un artículo del enfrentamiento bélico con una extensión de tres páginas ⁹².

Tal vez en las célebres frases y en los gestos humanitarios de Artigas, descansa una suerte de síntesis del sentido republicanista que se pretendió imprimir en la infancia, siendo contradictorio y/o disidente en alguno de los periodos del tiempo abordado, como lo es el último gobierno dictatorial,

 Mi autoridad emana de vosotros y ella cesa por vuestra presencia soberana. Vosotros estáis en el pleno goce de vuestros derechos: ved ahí el fruto de mis ansias y desvelados y ved ahí también el premio de mi afán ⁹³.

 Sean lo orientales tan ilustrados como valientes ⁹⁴.

 He convocado a todos los patriotas caracterizados de la campaña; y todos, todos se ofrecen con sus personas y bienes, a contribuir a la defensa de nuestra justa causa...”

⁸⁸ *Ibidem*, p.31.

⁸⁹ Político uruguayo, prócer de la independencia y presidente de Uruguay.

⁹⁰ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XVI, n° 352, julio de 1985, Montevideo, p.29.

⁹¹ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XVI, n° 382, noviembre de 1986, Montevideo, p.19.

⁹² Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XVIII, n° 387, noviembre de 1987, Montevideo, p.p.3-5.

⁹³ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año 7, n° 12, abril de 1973, Montevideo, p.8.

⁹⁴ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año 7, n° 21, abril de 1973, Montevideo, p. tapa.

El General Artigas no es vendible...⁹⁵

Los más infelices serán los más privilegiados. En consecuencia, los negros libres, los zambos de esta clase, los indios y los criollos pobres, todos podrán ser agraciados con suertes de estancia si con su trabajo y hombría de bien propenden a su felicidad y a la de la provincia ⁹⁶.

Clemencia para los vencidos ⁹⁷.

4.1.5. Artigas: del niño estudioso y trabajador, al niño rubio

A efectos de este trabajo, una de las representaciones identificadas, es la del escolar moderno/a oriental, en el entendido de que los discursos desarrollados en lo referente a la historia nacional, de alguna manera reforzaron, sobre todo en los primeros años de la publicación, la figura del escolar moderno/a.

La historia nacional fundacional, presentada en la revista, está monopolizada y protagonizada por varones, siendo José Gervasio Artigas y Juan Antonio Lavalleja ⁹⁸, dos de los personajes más ponderados, tanto por sus investiduras políticas, como por sus actuaciones en el campo de batalla. Con ambos personajes no solo se resaltan los hitos políticos y bélicos, sino también los “valores” que desde la revista se intentaron imprimir sobre la figura del escolar.

En relación a los aspectos a destacar en cuanto a las posibles conexiones entre el abordaje de la historia nacional, y las representaciones de la infancia en el Uruguay contemporáneo, se podría resaltar que en los primeros años de la publicación -década de los setenta y ochenta- de alguna manera se ponderaban los “valores sociales” de los héroes de la historia nacional. Estos “valores sociales” en determinados casos coincidieron con los “valores” que se estamparon a la construcción moderna de la infancia en nuestro país: la revalorización del trabajo, el sacrificio y la abnegación como formas de asumir ya no solo los avatares de la vida cotidiana, sino también la defensa de la patria.

En la publicación del año 1973, se destaca un artículo titulado “Síntesis biográfica de José Artigas”, en el que se identifica a éste como un niño proveniente de un “hogar distinguido” de la época, y se lo reconoce por su educación franciscana, haciendo alusión al niño en su faceta de alumno y trabajador,

Hijo de un hogar distinguido y de buena posición económica, fue enviado de niño a la escuela de los padres Franciscanos que funcionaba en el convento de San Bernardino, teniendo como condiscípulos a quienes fueran también prestigiosos ciudadanos: Dámaso

⁹⁵ Charoná. *Revista Uruguay para la juventud uruguaya*, año XII, n° 238, mayo de 1979, Montevideo, p.17.

⁹⁶ Charoná. *Revista Uruguay para la juventud uruguaya (suplemento)*, año XIII, n° 301, agosto de 1982, Montevideo, p.30.

⁹⁷ Charoná. *Revista Uruguay para la juventud uruguaya y de américa*, año XIII, n° 313, mayo de 1983, Montevideo, p.9.

⁹⁸ Militar y político uruguayo, jefe de los treinta y tres orientales, presidente del Uruguay en el gobierno de triunvirato de 1853.

A. Larrañaga, Fernando Otorgues, Francisco Xavier de Viana, etc. [...] Casi un niño, por los 14 años, comenzó a trabajar en los establecimientos rurales que su padre poseía en los departamentos de Canelones y Florida. En el ejercicio de esas duras faenas vigorizó su cuerpo, se hizo diestro jinete y afianzó la temeridad de su valor ⁹⁹.

Valores sociales como la búsqueda de triunfo, la “unión entre los orientales”, y la “valentía” como contra cara del miedo, la cobardía y/o la indiferencia, serán ponderados en cada uno de los artículos, tanto en referencia a Artigas y a Lavalleja, como a los “patriotas” y/o al pueblo oriental en su conjunto.

En esta línea, el protagonismo del General Juan Antonio Lavalleja y el de su tropa, fueron reconocidos en la revista Charoná de octubre de 1970 donde se hace mención a la Batalla de Sarandí de 1825, “fue Lavalleja quien conquistó tal triunfo, con la participación de los principales jefes revolucionarios, contra el ejército de Bentos Manuel Ríbeiro” ¹⁰⁰.

La unión entre “los orientales” y el imperio de la fuerza, se presentan como los principales valores en las “gestas libertadoras”,

Montevideo y Colonia, habían quedado incomunicados por las fuerzas patriotas la situación de los brasileños, entonces habíase tornado difícil en el oeste y en el sur, no así en el centro de la Provincia, que aún quedaba en su poder.

Fue cuando los imperialistas se propusieron derrotar a Lavalleja, que se encontraba en Durazno, actuarían mediante una acción combinada de los jefes Bentos Manuel Ribeiro y Bentos Goncalves.

Pero a esta unión de fuerzas brasileñas, respondieron los orientales uniéndose las fuerzas de Lavalleja y Rivera.

El 12 de octubre de 1825, en la llanura de Sarandí, se encontraron los ejércitos enemigos. “Carabina a la espalda, y sable en mano”, ordenó allí Lavalleja, y la impetuosidad de sus cargas de caballería, llevaron a la victoria oriental sobre los brasileños ¹⁰¹.

La nota de 1970 también se compone de una ilustración con la imagen de Lavalleja y sus aliados, montados en sus caballos dirigiéndose al combate y una descripción que intenta representar el momento: “La victoria de Sarandí demostró la capacidad y el valor de los patriotas” ¹⁰².

En la revista de octubre de 1971, se presenta un artículo titulado “El éxodo del Pueblo Oriental” con una imagen que se extiende casi dos páginas y que pertenece a un óleo del artista Guillermo Rodríguez, en el que puede observarse una representación del éxodo de las familias y habitantes de la campaña que acompañaron el suceso,

Con el nombre de éxodo del Pueblo Oriental, se conoce en nuestra historia, el movimiento de la población de la campaña de nuestro país, en seguimiento de Artigas, ocurrido a fines de 1811, en el periodo de la revolución realizada en busca de la libertad y emancipación del poder extranjero, acaudillada por el prócer nacional ¹⁰³.

⁹⁹ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 7, n° 21, abril de 1973, Montevideo, p.4.

¹⁰⁰ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 4, n°. 62, octubre de 1970, Montevideo, p.2.

¹⁰¹ *Ibidem*, p.2.

¹⁰² *Ibidem*, p.2.

¹⁰³ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 5, n°.117, octubre de 1971, Montevideo, p.20.

La revista citada, es una en la que más presencia ha tenido el Prócer, diez páginas en total, con un “poster didáctico” que grafica diferentes momentos del combate mantenido en la Batalla de Las Piedras.

En relación a esto último, la revista de octubre de 1970 nuevamente contextualiza y relata uno de los gestos de “abnegación” y “valentía” más resonantes de nuestra historia nacional, el “Éxodo del pueblo oriental”. En un artículo, se plantea que la victoria de la Batalla de Las Piedras le permitió a “los patriotas” un dominio casi total de la Banda Oriental, restando Colonia y Montevideo. Así, las fuerzas artiguistas encaminaron sus esfuerzos a iniciar el sitio de Montevideo; situación que se vio complejizada cuando el ejército Lusitano invadió nuestro territorio por la frontera de Cerro Largo, cercando al ejército artiguista entre dos bandos. Frente a ese escenario, Buenos Aires entendió que ya no era viable continuar con el conflicto y el Virrey Elío puso fin a las pretensiones revolucionarias de Artigas: “esta decisión, al ser conocida por las familias y por los habitantes de la campaña, provocó un movimiento general de todos en seguimiento del jefe de los Orientales”¹⁰⁴.

En la publicación de 1979, la figura de Artigas es resaltada nuevamente en un artículo titulado “1811- De la Colonia a las Piedras”, en el cual se hace una síntesis del periplo de Artigas en su lucha por la emancipación de la Banda Oriental. Se destaca en el texto, la llamada “Proclama de Mercedes” donde el Prócer demostraba nuevamente su afán de derrocar a “los” realistas que se encontraban amurallados en Montevideo, resaltando la abnegación de los orientales,

Y para que no quede nadie sin saber que toda la tierra ha de luchar para ser libre, sale la llamada proclama de Mercedes, dirigida a los “leales y esforzados compatriotas” donde dice “... he convocado a todos los patriotas caracterizados de la campaña; y todos, todos se ofrecen con sus personas y bienes, a contribuir a la defensa de nuestra justa causa...” “El General Artigas no es vendible” ...”¹⁰⁵

La revista transmite a través de sus páginas que en cada lector/a, en cada niño/a escolar, podría emerger el nacimiento de un/a patriota y tal vez un/a héroe/heroína de la patria.

La publicación abordada de julio de 1985 (al igual que la de los dos años anteriores), tiene una fuerte presencia de artículos dedicados a la historia nacional. Uno de estos, de tres páginas, está dedicado a Juan Antonio Lavalleja, siendo que el mes de edición de la revista coincidió con un nuevo aniversario de su nacimiento,

8 de julio 1784, y al que se le llamó Juan Antonio. Seguramente nadie podía sospechar, ya que era suyo un destino tan imprescindible como el de todo niño que nace, que sería una de las figuras más salientes de la historia de su tierra¹⁰⁶.

¹⁰⁴ *Ibidem*, p.20

¹⁰⁵ Charoná. *Revista Uruguay para la juventud uruguaya*, año XII, nº 238, mayo de 1979, Montevideo, p.17.

¹⁰⁶ Charoná. *Revista Uruguay para la juventud uruguaya y de américa*, año XVI, nº 352, julio de 1985, Montevideo, p.3.

En este apartado, tal vez sea más oportuno hablar de niño que de niña, ya que a lo largo de los artículos se realiza una ponderación de atributos socialmente entendidos como propios de lo masculino. En este sentido, la publicación ofrece una visión de los primeros líderes históricos de nuestro país, de los que resalta no sólo sus habilidades políticas, sino también, su masculinidad. La revista *Pilan* de 1969 inaugurará esta tendencia, la que se manifiesta sobre todo en la primera década del periodo abordado, en un artículo de ese año, donde se resaltan aspectos de la masculinidad del Gral. Lavalleja,

El momento y la calidad de la empresa requerían un hombre de voluntad como él “recio, macizo, corto de cuello sobre los hombros cuadrados, combas las piernas como casi todos los gauchos, por la adaptación natural al caballo; hercúleo el brazo de sableador centellantes los ojos pequeños bajo las cejas hirsutas, todo él da la impresión de un toro temible en la embestida, pero corto en la visual. No es un político es sólo un guerrero”¹⁰⁷.

La revista por medio de sus contenidos históricos, contribuyó a la construcción de lo que a efectos de este trabajo se denomina la representación del escolar moderno/a oriental, sobre el que se reforzaron algunos de los valores sociales que se imprimieron en la infancia moderna. Se puede observar cómo de alguna manera se deposita en esta representación la construcción de un futuro ciudadano y/o un ciudadano en construcción.

Es en el año 1992 en el que se produce, a criterio del investigador, una ruptura con el manejo de la historia nacional fundacional. Si bien se repite la impronta de años anteriores respecto a la infancia- adolescencia- y juventud de Artigas, se observa un artículo en el que ya no serán ponderados sus dotes de niño estudioso y trabajador, sino que se resaltarán elementos conductuales, relacionados a la distancia del prócer con las tradiciones gauchescas, y se ponderarán elementos estéticos,

Pero el niño Artigas con un carácter sereno, ubicado, no será un “novelero” de las tradiciones gauchas y por lo tanto no vestirá como ellos, ni usará espuelas nazarenas ni facón a la cintura.

José Artigas era físicamente de complexión más débil, de cutis blanco, de ojos claros y pocos cabellos lacios y rubios. Tenía una sensibilidad muy delicada y era inclinado a la amistad de las personas humildes que vivan a su alrededor¹⁰⁸.

En cuanto al Artigas “muchacho” (podríamos inferir adolescente), la revista lo caracterizó como “travieso e inquieto”, y cuenta que a la edad de 14 años solía sortear la voluntad de sus padres yéndose a la frontera del Brasil a comercializar ganados mayores y caballos. Plantea, además, su génesis humanista,

El niño y el joven Artigas fue conociendo así la injusticia y el dolor que puede sufrir el hombre por el hombre mismo, de allí, entonces, se fue forjando su crisol de justicia y de rebeldía frente a todo aquello que era opositor a la libertad y a la igualdad de derechos.

¹⁰⁷ *Pilan*, año 1, nº 2, junio de 1969, Montevideo, p.3.

¹⁰⁸ Charoná. *Revista Uruguay para la juventud uruguaya y de américa*, año XXIV, n ° 487, junio de 1992, Montevideo, p.4

El natalicio de Artigas es una de las fechas más significativas y de más gloria no sólo para el Uruguay sino para toda América, es decir, nuestra América ¹⁰⁹.

Llama la atención, el tratamiento que en esta oportunidad se despliega sobre la figura del Prócer, al que se lo caracteriza casi como a un europeo, a diferencia de revistas de años anteriores. Esto conduce a interrogarse, sobre si la figura de Artigas comenzó a ser tratada como un elemento más de consumo.

Como será señalado en las próximas líneas, la aparición del “Cuaderno de Clase” ¹¹⁰, minimizó la presencia de la figura de Artigas y la historia nacional fundacional en la Charoná, lo cual no fue excluyente de que, en alguna revista de los últimos años del periodo abordado, pudiera observarse algún artículo en torno al tema. En la publicación del año 2000, se destaca el título “José Gervasio Artigas- José de San Martín. Dos hombres un solo ideal”, que aborda la influencia de ambos líderes en la región, así como también sus coincidencias ideológicas, y la nostalgia de un mismo final que de modo metafórico podría cerrar como un preludio de este análisis: “Artigas en el Paraguay y San Martín en Francia, los dos próceres murieron lejos de su patria y sus sueños” ¹¹¹.



Ilustración 7. Tapas de revistas Charoná 1972,1993,2003

4.1.6. “El fantástico cuestionario artiguista”

De manera paradójica, en el trascurso de la década del setenta, la revista comenzará progresivamente a asociar la figura de Artigas al juego, al entretenimiento y al consumo. La

¹⁰⁹ *Ibidem*, p.5.

¹¹⁰ Publicación que se comercializó adjunta a la revista Charoná.

¹¹¹ *Charoná. Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXXII, n° 647, julio de 2000, Montevideo, p.p. 4-5.

primera pista podría visualizarse en una publicación de noviembre de 1974, con la convocatoria a un desafío titulado “Resultados del fantástico concurso cuestionario Artiguista” de la que se infiere que se trata de un concurso desarrollado durante el correr del año. El objetivo del mismo consiste en presentar “trabajos” sobre la figura del Prócer, de manera individual o colectiva y cuyo premio de carácter institucional, se trata de colecciones encuadernadas de revistas Charoná,

Realizado el sorteo entre los múltiples trabajos recibidos, los resultados son los siguientes: Colección encuadernada (Nos. 45 al 59) de Charoná a Escuela No.14, Pueblo Porvenir de Paysandú.

Colección encuadernada (Nos. 45 al 59) de Charoná a Escuela Italiana de Montevideo.

Colección encuadernada (Nos. 45 al 59) de Charoná, Florida 1472, esc.2. Montevideo.

¡¡Felicitaciones!!¹¹².

En julio de 1985, el juego y Artigas continúan presentes, a través de la actividad lúdica de recortar una pequeña ilustración equiparable al tamaño de las denominadas popularmente figuritas y ubicarlas en un álbum y/o algún otro formato similar. En este sentido, una actividad tan propia de los/as niños/as como lo es el juego se convierte en objeto para reflejar la figura de Artigas.

Otro aspecto a señalar, tiene relación con la caracterización de las tapas de la revista, que en su inmensa mayoría aluden a algún hecho de la historia nacional y/o en su defecto a alguno de los “héroes” nacionales, siendo Artigas uno de los más representados. Es a partir de la revista de 1992, que se comenzará a observar una ruptura con las portadas anteriores, inaugurándose una tendencia que oscilará entre una densa convivencia de los héroes de la patria y una variada oferta de productos-servicios infantiles y/o de consumo familiar hasta culminar en portadas protagonizadas por actores/actrices, músicos/as, dibujos animados, los que también convivirán con una variada oferta de productos y/o servicios de consumo infantil y/o familiar.

En 1992, la portada reflejará la figura de Artigas montando un caballo, rodeada de anuncios comerciales: álbum de figuritas “Moster in my Pocket” y juego de mesa. En 1993, el patrón se repite dándose una convivencia -casi forzada- entre un óleo que representa la figura del enfrentamiento bélico denominado “La batalla de Las Piedras” y dos dinosaurios atacándose entre sí. Esta última imagen es parte de una publicidad de figuritas llamadas “Dinosaur in may pocket”, que se ve acompañada por un anuncio sobre la obtención de un “cheque” que vale por un sobre de figuritas y una golosina.

Se puede observar en los ejemplos, una creciente tensión que como punto cúspide tiene la década de los noventa, por el control de la subjetividad infantil en sentido de Bustelo (2011). Si bien podría tratarse de una convivencia entre la representación del escolar oriental

¹¹² Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya*, año XI, n° 144, noviembre de 1974, Montevideo, p.13.

moderno/a y el/la niño/a en su estatus de consumidor/a, la pregunta que surge a los efectos de este trabajo, es hasta dónde estas representaciones -a priori contradictorias- pueden realmente coexistir.

A lo largo del periodo abordado, se ha podido observar que en muchas oportunidades la revista solía venir acompañada de suplementos. Por ejemplo, a partir del año 1997 comenzará a salir de manera ininterrumpida con la Charoná el suplemento “Cuaderno de clase”, en el que volverán a aparecer las solemnes portadas que caracterizaron a Charoná en sus primeras dos décadas, así como también los contenidos sobre la historia nacional fundacional. De esta manera, se produce una migración de estos contenidos de una publicación a la otra.

Si bien la historia nacional fundacional no desaparecerá definitivamente de la revista Charoná, su participación será marginal, como en las publicaciones del 2000 al 2004, en las que habrá tan solo un o ningún artículo en relación al tema. En contraposición, y a modo de ejemplo, la revista de 1983, le dedicará diez páginas a la historia nacional fundacional e incluirá como “obsequio” un poster de la batalla de Las Piedras.

En la publicación seleccionada de abril de 1994, también se puede observar en la tapa una pequeña foto de una escultura de Artigas y a Charoná vestido con ropa de campo montando un caballo, portando la bandera artiguista, y un aviso publicitario de un álbum de figuritas Bart (personaje de Los Simpson). Dado el mes de edición de la revista (abril), la misma hace referencia a un tema ya abordado en otras oportunidades en este trabajo, las Instrucciones del año XIII.

Situación similar a la anterior se produce con la publicación de marzo de 1996, donde el tema abordado nuevamente son las Instrucciones del año XIII, y donde se hace presente una tapa con las figuras de Artigas y Charoná, que parecerían estar interactuando entre sí. En la misma tapa se anuncia un cupón de descuento para el cine y Holiday on Ice.

Si bien la revista Charoná siempre ofreció diversos contenidos, pareciera a grandes rasgos que de forma progresiva fueron ganado lugar contenidos más de interés general, de entretenimiento y publicidad infantil- juvenil y familiar, desplazando la convivencia entre el discurso publicitario y el relato de la historia fundacional del país.

4.1.7. El niño y la niña escolar (1969- 2004). Del escolar moderno/a oriental al escolar consumista caritativo/a: una breve reseña

La revista Charoná en sus primeros años de edición presentó por medio de sus textos e ilustraciones la clásica imagen del niño y niña es su calidad de alumno/a, a quienes a efecto de este trabajo se denomina Escolares.

Estas primeras imágenes -fotografías en blanco y negro- y textos nos indican la presencia de un/a escolar inscripto/a en el marco de la escuela pública. Esta última se constituyó en uno

de los escenarios “naturales” donde se observan a escolares formados/as en filas, cantando el himno, venerando los símbolos patrios y rindiéndole respeto a sus maestras y maestros.

Es con la compañía de estos/as que también se los pude observar en el espacio público urbano, aunque sin su compañía, se los ve riendo, abrazándose, y jugando, predominando en la escena “el/la niño/a” por sobre “el/la alumno/a”.

Las exigencias al escolar de comienzos de la década del setenta eran equiparables a las de los/as adultos/as de la época – sobre todo para los de la clase trabajadora- abnegación, sacrificio y vocación de trabajo eran algunas de las caracterizaciones que se representaban en e/la clásico/a escolar moderno/a oriental.

Esta primera caracterización de lo que se podría denominar escolar moderno/a oriental, nos conduce a un niño y a una niña de ascendencia blanca, hijo o hija de trabajadores de la ciudad. Esta representación tiende a homogenizar la imagen del escolar que presenta la revista y de esta manera, omite otras posibles representaciones y/o se producen otras, de manera marginal. Podría ser este el caso de los/as escolares en situación de discapacidad, de los/as escolares pertenecientes a minorías étnicas, los/as escolares hijos/as de trabajadores rurales, entre otras.

Este/a escolar moderno/a oriental es un/a ciudadano/a en construcción y es en la escuela pública donde encuentra el abono para convertirse en el/la ciudadano/a del mañana, cuya virtud fundante radica en la capacidad de delegar soberanía.

Si bien la escuela moderna por un lado presenta una lógica disciplinante para los/as niños/as escolares, por otro, oficia de institución protectora de los “males” de la calle y garantizadora del derecho a la educación.

El/la escolar que en un comienzo fue representado/a en grupo- con compañeros/as de clase- o en el marco de una institución -escuela-, comienza de forma gradual a ser representado/a en su individualidad, por lo que la imagen de escolar moderno/a oriental será sometida a un proceso de individualización que implicará necesariamente la diferenciación con un “otro”.

En estas nuevas imágenes presentadas en textos e ilustraciones – ahora ya no en blanco y negro- se fomentará el logro de metas individuales de “triumfo” y la necesidad de estar “bien” preparado tanto a nivel académico como a nivel actitudinal para vencer a “otro” y se entenderá que algunos/as escolares inevitablemente perderán la batalla por la obtención del triunfo, depositándose la responsabilidad de contener a los/as mismos/as en los/as adultos/as.

Sobre la década del 80, comienza marcadamente a visualizarse dos tipos de escolares, uno/a asociado/a al éxito académico- curricular y a un elevado nivel actitudinal y estético acorde a las exigencias de “éxito”. Otro, relacionado al fracaso académico respecto a lo esperado y a la falta de elementos actitudinales y estéticos dominantes de la sociedad occidental.

El/la escolar moderno/a oriental, comenzará a ser sometido/a a un proceso de individualización y diferenciación que hará emerger la representación de un/a nuevo/a escolar

al que se le llamará Escolar consumista caritativo/a. Asimismo, como contrapartida de éste, emergerá otro al que, a los efectos de este trabajo, se lo nombrará Escolar objeto de caridad. Será por medio del discurso publicitario, que se comenzará a encuadrar la nueva representación del escolar. Las publicidades en este caso van a fomentar tanto el consumo directo de los/as escolares, como a generar en estos últimos una conducta activa para inducir el consumo familiar.

Los/as escolares serán representados/as en algunos de los casos con sus uniformes – túnica y moña azul-, pero progresivamente serán despojados/as de éstos, no apareciendo más en grupos y el escenario ya no será la escuela pública sino la vía pública y los lugares físicos indeterminados y/o abstractos.

La publicidad comercial irá moldeando a este incipiente nuevo/a escolar, a quién se lo inducirá al consumo, bajo la consigna de que el producto y/o servicio ofrecido potenciará su rendimiento académico- curricular, así como su performance actitudinal.

Hacia comienzos de los noventa, se afianzará otra estrategia publicitaria -la cual tendrá continuidad en los años dos mil- que consistirá en asociar el ejercicio de la solidaridad al ejercicio del consumo, en el entendido de que, consumiendo un determinado producto, los/as escolares estarán ayudando a un “otro”.

Ese “otro” será también un/a escolar, pero de distinto estatus social, un/a escolar que asiste a la escuela pública de tiempo completo, que concurre al comedor escolar y que reside en un pueblo lejano del interior del país. Por tanto, un/a escolar objeto de caridad, el/la que se presenta despojado/a de su derecho a la educación y a la asistencia social, y al que los/as escolares consumidores/as y/o sus familias, por medio del consumo de determinados productos, podrán hacerle llegar libros, uniforme, alimentos o construir una escuela. En definitiva, se convierte en un/a escolar objeto de caridad o tal vez, en un/a escolar no rentable, pero sí redituable para el mercado.

4.2. El niño y la niña clientes

Abordar las representaciones de la infancia es su estatus de niños/as consumidores y/o clientes, fue uno de los desafíos de mayor complejidad para el investigador, ya que la oferta publicitaria de productos y/o servicios de consumo infantil, adulto y/o familiar, de forma progresiva tendió a abarcar gran parte de los contenidos y de la extensión de la publicación abordada. Así, este apartado indagará en la oferta publicitaria que ofició de agente discursivo del mercado.

La construcción de la representación del niño y la niña clientes, de forma gradual, irá acrecentándose, tomando forma y entrando en conflicto con la representación moderna de la

infancia. Ambas, lograron una perdurable convivencia asumiendo puntos de encuentro y desencuentro que se irán develando a lo largo del trabajo.

Podría resultar oportuno preguntarse hasta qué punto la revista ofició como “campo de batalla”, donde intereses contrapuestos o no necesariamente alineados, disputaron el control de la subjetividad infantil.

En las próximas líneas, se intentará profundizar el análisis, con el fin de dar cuenta del proceso que devino en la emergencia del niño y la niña clientes, así como también explorar posibles nuevas formas vinculares al interior de las familias.

Jelin (2010) planteaba, ya sobre finales de los años noventa, la emergencia de enfrentamientos intergeneracionales al interior de la familia en torno al acceso al consumo de bienes y servicios. Esta puja distributiva estaba siendo disputada principalmente por los/as adolescentes y jóvenes en desmedro de la autoridad patriarcal.

Parece pertinente, realizar dos observaciones sobre lo expuesto por la autora: primero, los niños y las niñas también -desde sus primeros años de vida- condicionan de forma activa el consumo tanto infantil como familiar y segundo, no necesariamente el consumo que se produce al interior de la familia implica un conflicto a la interna de la misma.

Para el abordaje de los puntos anteriores, es importante preguntarse: ¿Qué implica consumir en las actuales circunstancias?; ¿el consumir solo trata de un acto alienante?

En relación a la última pregunta, Lipovetsky (2013) la afirma de forma parcial, negándose a constreñir el consumo a una acción anestésica del “vivir mal”, pues desde su perspectiva el consumo en nuestras sociedades es inseparable del ideal social hedonista, así como también de intenciones placenteras subjetivas.

El citado autor expresa que las tendencias más actuales de consumo, inauguraron un nuevo escenario donde al de los objetos, se le suma el consumo de tipo experimental: diversión, espectáculos, juegos, turismo y distracción, lo que expande el ideal de bienestar y calidad de vida.

4.2.1. De la relativa timidez, a la ausencia adulta

En este escenario el acto del consumo comienza a estar ligado íntimamente con sensaciones que interpelan nuestro rol como individuos tanto en la familia como en la sociedad,

Consumir era distinguirse; cada vez más es “jugar”, relajarse, conocer la pequeña alegría de cambiar una pieza en la configuración del decorado cotidiano [...] El Homo consumans es hoy más Homo ludens que nunca, ya que el placer de consumir se parece al procurado por el juego. Nadie duda de que esta capacidad creativa de la distracción lúdica y el movimiento “interior” sea uno de los grandes factores que nutren la escalada interminable de las necesidades (Lipovetsky, 2013, p.62).

A criterio del autor (2007), el acto del consumo está presentándose cada vez más, como equiparable al acto del juego, lo que hace suponer que el consumo en la infancia podría ser pensado como una prolongación de éste ya que si hay algo que entendemos como “natural” es que los/as niños/as juegan. Es en este contexto, que el consumo tal vez expresa una “puja distributiva” al interior de la familia, manifestando la necesidad de garantizar un “derecho” de los/as niños/as de la familia.

En este sentido, Lipovetsky (2013) reflexiona en torno a cómo el consumo de forma progresiva ha establecido nuevas subjetividades en torno al vínculo entre los/as padres/madres y sus hijos e hijas,

[...] la expresión de los deseos subjetivos favoreciendo los comportamientos autónomos de los más jóvenes, por mediación de las compras y de dinero para gastos: en nuestros días, el consumo se concibe como un instrumento de placer, adiestramiento y desarrollo de la autonomía del hijo. Al mismo tiempo, el consumo acentúa, para los padres, una lógica experiencial que esencialmente es un momento de alegría ocasionado por el espectáculo del placer de los hijos [...] el “consumo -amor”, el consumo fiesta tanto de los más pequeños como de los más ancianos. En la hora en el que crece el “hijo rey” informado, que decide y prescribe, el consumo aparece como un medio para “comprar la paz”, en la familia, una manera de hacerse perdonar por demasiadas ausencias largas y al mismo tiempo un derecho del hijo basado en el derecho a la felicidad, a los placeres, a la individualidad (p.112).

El recorrido por el período temporal abordado en esta investigación, podría estar dando cuenta de esta inversión en los roles filiales representada en la revista, en la que de forma progresiva los niños, niñas y adolescentes se reposicionan o se los reposiciona como agentes efectivos de compra y/o prescriptores de consumo.

Ya a comienzos de la década del setenta empiezan a reflejarse en las revistas Charoná, alteraciones en los vínculos filiales, observándose esto en la fractura de la asimetría moderna entre los/as adultos/as y la infancia.

Una de las primeras piezas publicitarias a destacar data de octubre de 1970, donde se puede observar la ilustración de un niño leyendo una revista deportiva (no infantil), acompañada de una consigna que expresa “cuando sea grande como papá yo también la compraré”¹¹³. La publicidad parece transmitir una idea de linealidad temporal en lo relativo al presente y futuro deseo de consumo.

De este aviso, se desprende que tanto padre como niño están en igualdad de condiciones para consumir el mismo producto, y a la vez se visualiza una expresión moderna de admiración mediada en este caso, por el consumo que se podría traducir en “cuando sea grande quiero consumir como papá”. De esta forma, es el niño quien se transforma en un posible inductor del consumo adulto y/o familiar, estimulando a su padre al mismo.

¹¹³ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 5, n° 117, octubre de 1971, Montevideo, p.33.

La pieza publicitaria introduce la figura del niño/a cliente/a, y también deja entrever la existencia de vestigios de la representación moderna de la infancia, ya que hay un niño que anhela ser como su padre cuando sea adulto para poder comprar la revista deportiva.



Ilustración 8. Publicidad. Charoná, 1970

Otra publicidad a resaltar, fue la relevada en una Charoná de 1973, donde se presenta una ilustración -fotografía- de una habitación y mobiliario (cama litera y un escritorio) y niños/as usando los muebles de marca "Giorello y Cordano". La imagen está acompañada por frases cortas: "(mostrá a papá)", "Para tu cuarto en onda", "Moderno Equipamiento infantil, para el ambiente privado de los niños"¹¹⁴. Se podría inferir que el mensaje "(mostrá a papá)", escrito entre paréntesis, denota una cierta "timidez", o un cierto resguardo en lo enunciado, y que en el "entre paréntesis" descansa una suerte de transición entre lo que Lipovetsky (2013) enunció como el "niño mudo", asimilable al niño/a moderno/a y la emergencia del "hijo rey", asimilable a la representación de la infancia consumidora.

Asimismo, la publicidad destaca algunos elementos que no se podrían dejar pasar por inadvertidos ya que también contribuyen a la emergencia de una nueva representación social de la infancia. Las frases "Moderno Equipamiento infantil, para el ambiente privado de los niños" y "para tu cuarto con onda", parecieran estar expresando más que la simple venta de un producto. El concepto de un "ambiente privado de los niños", muestra una cierta ruptura con la idea de vigilancia permanente y sistemática sobre la cual se construyó la imagen moderna de la infancia en nuestro país, dando paso a la idea de un/a niño/a con mayores niveles de autonomía respecto a los/as adultos/as y tal vez, relativamente menos vigilados. Pero también, se podría señalar cómo la publicidad, de alguna manera, tiende a estereotipar un tipo de infancia deseable en función del acto de consumir determinados productos: la expresión "para tu cuarto con onda", conlleva a un deber ser, a un lugar hacia donde tender, y a la vez a un lugar al cual no tender; como si éste último dependiera exclusivamente de una voluntad individual, invisibilizando las posibles diferencias socio-económicas de los/as lectores/as de la revista y de la infancia en general.

En definitiva, el aviso publicitario que comienza con un "entre paréntesis" tímido, termina imponiendo un fuerte mensaje, sumado a una ilustración -fotografía- donde se observa a niños y niñas sin la presencia de adultos/as, disfrutando en igualdad de condiciones de los productos

¹¹⁴ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año 7, n° 37, octubre de 1973, Montevideo, p.31.

ofrecidos, riéndose, siendo felices, y denotando que “el discurso del mercado juguetea con la ilusión y pretende constituirse en vitrina de aquellas situaciones idílicas que muchos receptores anhelan” (Minizi, 2006, p.214).

Esta relativa “timidez” continuará perpetuándose durante finales de la década de los setenta, sin impedir la progresiva consolidación de la representación de la infancia cliente. Un ejemplo de esto se desprende de la revista de 1979, donde se publicita la salida al aire de un programa radial llamado “Prohibido para mayores”,

Se llama “Prohibido para mayores”, pero papá y mamá igual lo van a escuchar con nosotros. Está dentro de la audición más grande que se llama “Monte Carlo a sus órdenes”. Nos va a entretener e informar de lunes a viernes a las 16.40 (cinco menos veinte). A esa hora decile a mamá que te ponga la 20. Ella ya sabe¹¹⁵.

En este caso, el mensaje se presenta ambiguo, ya que el nombre del programa radial alude a un “mundo de niños/as”, donde estos últimos/as gobiernan la acción y se constituyen directamente en destinatarios/as, pero la convocatoria pareciera incluir a los/as adultos/as,

[...] las publicidades reconocen -a la vez vehiculizan y ratifican- la configuración de espacios, lenguajes, acciones, sentimientos, intereses y actitudes propias de la niñez. Exhiben, delimitan y conforman la existencia de un territorio generacional con identidad y códigos peculiares (...) Así, exhibiendo un mundo reconocible e interpelando directamente a los más pequeños, la publicidad reconoce al niño como sujeto y lo integra a la sociedad de consumo. Al decir de los anuncios ya no se trata de “esperar” a ser adulto para participar en el “mundo” (Minizi, 2006, p.220).

El mensaje es amortiguado en una suerte de impulso y freno, ya que a pesar de que el programa radial está “prohibido para mayores”, “papá y mamá” también lo van a escuchar, rematando la idea con un “Ella ya sabe”. Por lo tanto, la obediencia y la asimetría de niños/as respecto a los/as adultos/as continúa siendo en algún punto “protegida”, tal vez para tranquilidad del Estado autoritario y conservador del momento, de los/as adultos/as referentes y por qué no, también de los/as publicistas.

En el mismo número de revista del año 1979, se releva otra publicidad destinada directamente al público infantil, donde conceptos como “sueños” y “libertad” comienzan también a estar atados al acto del consumo,

¿De qué color es el skate de tus sueños?
Es probable que lo pienses rojo o verde ¿Con una franja amarilla? No importa.
Todos los modelos de Skate y en todos los colores están en Griman.
Pero si quieres ir dándole libertad a tu imaginación, toma los lápices de colores, las acuarelas o las crayolas, pinta una escena con un Skate como más te guste y mándala a Griman.
Todos los meses Charoná y Griman premiarán la mejor ilustración que, además, será publicada en la revista.

¹¹⁵ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya*, año VII, n° 238, mayo de 1979, Montevideo, p. 15.

Cuando pases con tu padre por Griman, sabrás que allí está el Skate de tus sueños¹¹⁶.

Este aviso, tiende a mostrarse en algunos aspectos más trasgresor, pues pareciera que, en su enunciación, tanto padres/madres como hijos/as tienen la misma potestad decisoria para determinar el consumo.

En la revista de 1986, una publicidad de bicicleta, relaciona los conceptos de “libertad” y “seguridad” al acto de consumir, “¡Vuela en tu bici! La bici Rondinela te hará sentir en el espacio, más libre, más fuerte, seguro, ¡en busca de nuevas aventuras!” “Una compañía segura para los chicos de hoy”¹¹⁷. En este sentido, surgen algunas preguntas: ¿es posible encontrar una relación entre vigilancia y seguridad?, ¿ese niño/a relativamente menos vigilado/a por los/as adultos/as puede encontrar seguridad en el mercado? Todo parece indicar que sí, y es en esta dirección que parece importante señalar que no sólo se está plasmando un nuevo tipo de subjetividad infantil, sino también un nuevo tipo de subjetividad adulta. Por lo tanto, en el avènement de una “nueva” infancia, posiblemente descansa el avènement de un “nuevo/a” adulto/a.

Es en las revistas posteriores a 1986, que comienzan a observarse publicidades de la cooperativa de productos lácteos Conaprole, que se caracterizaron por ocupar generalmente toda la página de la revista y por el importante desarrollo en arte empelado, rompiendo con el estilo imperante de los setenta y gran parte de los ochenta, donde las publicidades denotaban una menor calidad en cuanto a su propuesta artística.

Como ya se ha explicitado, una de las características de la representación del niño/a cliente/a es la tendencia a la simetría entre adultos/as y niños/as, así lo muestra una de las publicidades en la que los protagonistas son una niña y un niño entre 3 y 4 años de edad y en donde el producto ofrecido es manteca -producto de consumo familiar-. En la foto, los niños comparten una tostada con manteca, y es acompañada por una consigna que expresa “Contigo pan y manteca”. La frase representa una parodia del dicho popular empleado para los/as adultos/as “contigo pan y cebolla”, frase que representa de alguna manera la “incondicionalidad” del amor de pareja. Así, el mercado a través de la pluma del publicista tiende a equiparar metáforas que en principio están dirigidas a los/as adultos/as, y que ahora lo están a niños y niñas, borrando las fronteras generacionales.

En la revista de junio de 1987 se presenta otra publicidad con una ilustración -oleo- de una adolescente, sentada en el banco de un parque, consumiendo un yogur y en el fondo, se observan caminos sinuosos que conducirían a los diferentes lugares que el parque ofrece,

¹¹⁶ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya*, año VII, nº 238, mayo de 1979, Montevideo, p. contra tapa.

¹¹⁷ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XVI, nº 382, noviembre de 1986, Montevideo, p.18.

con una consigna clara y concisa: “Yogur Conaprole” - “en tu vida” ¹¹⁸ . Podrían señalarse dos aspectos, uno de ellos, es el protagonismo central de una niña o adolescente mujer y la constatación de que el producto ofrecido no es solo de consumo familiar, sino también individual, ya que existen diferentes versiones del mismo. Esta novedad se produce en el contexto de una revista que podría ser caracterizada como “conservadora” en función de los distintos aspectos referidos al género. Otro de los aspectos a señalar, es que la consigna “en tu vida” denota que la niña es dueña de su vida, y que de ella depende el camino y/o los caminos a transitar, siendo tal vez el concepto de “libertad” el que pueda dar base a este mensaje publicitario. Este aspecto se presenta como rupturista con la representación social de la infancia moderna, cuyo fin último era alcanzar la autonomía adulta después de la acumulación lineal en años, bajo la tutela legítima de los que tienen el saber.

El estatus de la infancia moderna, se construyó sobre la base de pilares como la necesidad de protección de un otro (padre/madre, cura, maestra/o), y la dependencia con respecto al adulto/a quien es en primera y/o última instancia el/la que deberá manejar los diferentes planes del universo decisional de los/as más pequeños/as. Esto último imprimió e imprime no sólo las características de la infancia moderna, sino también el deber de los/as más grandes, de conducir el proceso hacia la adultez de los niños y niñas (Narodowsky, 2016).

Esta tendencia hacia la simetría entre las generaciones puede observarse, además, en la dualidad que puede presentar un determinado producto y/o servicio infantil, al presentarse como plausible de ser consumido tanto por un/a adulto/a como por un/a niño/a.

En 1989, una publicidad de un instituto privado de inglés simulaba una conversación entre dos mujeres madres, donde una le transmitía la experiencia que su hijo estaba experimentado en el instituto,

LOS RESULTADOS SE VEN DE INMEDIATO.¹¹⁹

- No sabes el cambio que tuvo Gonzalo desde que va al Anglo.
- ¡No me digas!
- Si está entusiasmadísimo, imagínate que apenas llega a casa se pone a escuchar cassettes en inglés.
- ¡Qué bueno! ¿Es tan diferente el Anglo?
- Mira los profesionales son muy buenos, el libro es divertidísimo, y aprende sin darse cuenta. Los resultados se ven de inmediato. Hasta yo tengo ganas de anotarme ¹²⁰.

Otra de las características centrales de la infancia moderna, que también parecería tender a fracturarse a través del discurso publicitario, es la obediencia de los/as niños/as hacia los/as adultos/as,

¹¹⁸ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XVIII, n° 389, junio de 1987, Montevideo, p.11.

¹¹⁹ Expresión destacada y escrita con mayúscula en la revista original.

¹²⁰ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XX, n° 406, abril de 1988, Montevideo, p. 9.

La invisibilización del adulto y la deslegitimación de su autoridad son sustentos de una representación de la infancia que apuesta a seducir a los consumidores con la autonomía tan a flor de piel en esa etapa de la vida (Minizi, 2006, p.226).

La autora citada, inspirada en los aportes de Joe Kincheloe, expresa, que los/as publicistas supieron capitalizar el latente malestar del niño/a de clase media producto del proteccionismo adulto. De esta forma, la publicidad tendió a representar en la infancia grados de anarquía e hiperactividad, independientemente de que en la realidad esto fuera rechazado por los padres y madres,

De este modo, la invisibilización del adulto no sólo abre juego a los deseos de infancia sino a una cadena de sentido que insufla una particular noción de poder. Al reducir al otro, las fuerzas de oposición pierden peso y el ejercicio del poder corre el riesgo de volverse ilimitado, irrestricto, linderero con lo dictatorial. Así es como los avisos habilitan una mutación semántica peligrosa: el desliz de la idea de soberanía de los niños frente al consumo desde las formas de “derecho” hacia las del “capricho”. Un sutil corrimiento del “poder de pedir” al “poder de exigir” (p.228).

En la publicación de 1995, nuevamente la cooperativa Conaprole ofrece por medio de un aviso comercial, alfajores de chocolate, acompañado por una ilustración -dibujo- en la que se observa a un niño pescando un tiburón con un calderín,

¿Qué harías por un alfajor Conaprole?

Puede ser una locura. Pero por un alfajor tan rico, tan lleno de dulce de leche y con todo ese chocolate, mmm... creo que sería capaz de hacer cualquier cosa.

Y si no me creés, probalo.^{121 122}

El mensaje parece claro, la incitación al consumo es directa y se induce al mismo de manera casi agresiva. El niño de la imagen es representado como desafiante, irreverente y dispuesto a tomar cualquier acción en su afán de lograr sus objetivos, lo que podría incluir exigir a sus referentes adultos/as el acceso a determinados productos y/o servicios, “creo que sería capaz de cualquier cosa”.

El mercado, por medio de la publicidad, llegará a lugares inesperados para el investigador: de la “timidez” del niño y la niña predictores de consumo, se pasará a la “innecesaria” presencia del adulto/a y/o al fin de la relación de dependencia de la infancia con los/as adultos/as. En esta dirección, un aviso de abril del 2002 presenta un servicio telefónico infantil que ofrece a sus clientes/as cuentos,

Una selección de cuentos que incluye a los más importantes escritores a nivel nacional e internacional (Horacio Quiroga, Juana de Ibarbourou, María Elena Walsh, Bécquer, Saint Exupery, Hnos.Grimm, La Fontaine, Wilde, Tolstoi, y muchos más).

0900-2121, todos los días, las 24 horas, los mejores cuentos y fábulas en versiones breves y divertidas ¹²³.

¹²¹ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos de hoy*, año XXVII, n° 547, julio de 1995, Montevideo, p. contra tapa.

¹²² Expresión destacada en la revista original.

¹²³ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXXIV, n° 678, abril de 2002, Montevideo, p.51.

Si bien la práctica de la lectura de los/as referentes adultos/as hacia los niños/as no está extendida en todas las familias -sea por motivos socio económicos o por el imperio de la costumbre-, la lectura de cuentos infantiles es una práctica habitual en muchas, lo que generalmente suele implicar un momento de comunión familiar, el que se torna plausible de ser mercantilizado.

4.2.2. Juegos, sorteos y concursos

Como se ha expuesto en este trabajo, la publicación abordada presenta una diversidad de productos y servicios, tanto de consumo infantil como familiar, como lo son los artículos escolares, tradicionalmente llamados “útiles”, los que han figurado a lo largo de todo el período abordado en la presente investigación, por ser los/as escolares el principal público objetivo de la revista.

Estos productos, en algunas oportunidades, son presentados por medio de una estrategia publicitaria que tiene como pilares el juego, el saber académico y/o artístico, el concurso y/o el sorteo.

En una revista de octubre de 1970, se releva una publicidad de lápices marcadores “Sylvapen”, en la que se convoca a un concurso artístico a todos los “niños alumnos de escuelas primarias (públicas o privadas) de toda la República Oriental del Uruguay, quienes intervendrán a TITULO PERSONAL”^{124 125}. La convocatoria ocupa una página y contiene, las bases del concurso con diez puntos, la lista de premios para los/as cinco ganadores/as, así como también el anuncio de la empresa “Sylvapen” de “donaciones” económicas para las escuelas a las que concurren quienes obtienen el premio.

Es importante resaltar tres características de los diez puntos que constan en las bases del concurso, primero que el objeto de la obra artística a presentar deberá inspirarse en un motivo “patriótico” y segundo, que el dibujo deberá ser coloreado “**EXCLUSIVAMENTE**”¹²⁶ -escrito con mayúscula y negrita- con las lapiceras “Sylvapen”, resaltando que no serán válidas aquellas obras que no contengan al menos 10 colores. Tercero, se resalta que el jurado estará compuesto por un profesor de la “Enseñanza Nacional”, un representante de “Sylvapen” y un representante de Teleprogram Publicidad como agencia.

En los tres puntos mencionados, podría descansar una gradual emergencia de la representación de la infancia en su estatus de niños/as clientes y la idea de que el mercado logra de alguna manera integrar la noción de Estado como parte de su estrategia publicitaria.

¹²⁴ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 4, nº 62, octubre de 1970, Montevideo, p.33.

¹²⁵ Expresión escrita con mayúscula en la revista original.

¹²⁶ Palabra destacada y escrita con mayúscula en la revista original.

De esta manera, es el mercado quien regula y condiciona la participación en el concurso de saberes -en este caso artístico-, pero con la “legitimación” del Estado-Nación por medio del “arte patriótico” y de la participación de un/a maestro/a y/o representante de la educación pública en el jurado, aunque estando este último en minoría frente a los jurados de “Sylvapen” y la agencia de publicidad.

Carli (2006) señala que, en las últimas décadas, se ha producido un fuerte proceso de mercantilización en lo que refiere a bienes y servicios dirigidos a la infancia; y retomando a Lash, entiende la mercantilización como uno de los procesos de des-diferenciación en la cultura postmoderna “que cuestiona la autonomía de la esfera cultural y la vincula con la esfera del consumo y de la producción que avanza en la actualidad sobre la educación y el ocio” (p.21).

Bienes y servicios fueron adquiriendo valor de cambio, valor de uso y valor de signo en un escenario de acceso material desigual de la población infantil al consumo y debilitamiento general de los espacios públicos. [...] Esta creciente mercantilización fue contemporánea del debilitamiento del Estado- Nación como cuerpo de pertenencia imaginaria durante estas décadas, dejando atrás en el tiempo aquella potente y a la vez polémica interpretación estatal de la población infantil de las décadas de 1940 y de 1950 (p.22).

Se podría inferir que, esta estrategia publicitaria forma parte del inicio de un proceso donde las tácticas de captación del consumo van canalizando aspectos tan institucionalizados en el colectivo como la idea de Nación, de Estado y de Escuela. Dicho análisis, requiere de una mirada destotalizadora de las identidades infantiles, pues en un mismo momento histórico nos desafía a no entender las representaciones de la infancia como estructuras rígidas.

Si se toma como referencia la publicidad de “Sylvapen”, surgen preguntas en relación a las representaciones sociales, ¿qué representación se impone: la del escolar o la del niño/a clientes? La respuesta parece clara, dentro de las bases del concurso prima la del Escolar, lo que no se encuentra extraño, siendo que en 1970 la educación primaria abarcaba a un alto porcentaje de la población infantil. Sin embargo, para poder efectivamente concursar, se imponía como obligatorio colorear el dibujo como mínimo con diez marcadores “Sylvapen”, por lo que la participación se encontraba supeditada al poder de compra.

Otros aspectos interesantes a destacar, son los emergentes procesos de individualización y diferenciación o distinción social mediados por el consumo, los que ponderarán una determinada representación de la infancia como cliente y como contra cara, la representación de aquellos/as que por los motivos económicos y/o decisión familiar no pueden acceder a los productos ofrecidos.

Asimismo, el concurso se propone premiar individualmente a los ganadores, y “Sylvapen”, por “su propia decisión” (en referencia a la empresa) otorgará a las escuelas donde concurren los/as ganadores/as distintas sumas de dinero. Esto podría denotar dos particularidades, por

un lado, la de “estimular” un consumo más colectivo por parte de los escolares y por otro, la de otorgar una cierta ponderación a la escuela como institución clave en el Uruguay de los 70, pero ya bajo la idea de una institución “carente” y objeto de la caridad.

Esta estrategia publicitaria continuará perpetuándose durante toda la década, siendo otro de los ejemplos el de la revista de 1972 que plantea como consigna colorear un dibujo predeterminado con el adhesivo sintético “Plasticola” para poder quedar habilitado/a a participar de un sorteo de variados juguetes y productos de la marca auspiciante. El adhesivo en sus “6 brillantes colores”, es el producto protagonista del aviso que ofrece como premio el producto ofertado (packs de adhesivos sintéticos). Sin embargo, se anuncian premios a sortear que están claramente divididos por género, los varones recibirán una pista de autos y ferrocarriles y las niñas, unas muñecas.

Cada semana CHARONÁ¹²⁷ publicará una pieza del rompecabezas que deberás pintar, teniendo como guía el dibujo completo publicado en la página 40, con colores PLASTICOLA. Luego unirás las ocho piezas por el margen. Y una vez completado, colocarás tu nombre y dirección al pie y lo enviarás a CHARONÁ, sección Concurso, Bartolomé Mitre 1275 Montevideo. El sorteo se realizará entre todos los rompecabezas recibidos y en fecha y lugar que se dará a conocer con antelación¹²⁸.

La promoción del producto y el concurso anunciado ocupan casi tres páginas completas de la publicación, siendo el primero el más ofrecido en la revista.

En las publicaciones de agosto y setiembre de 1972, puede observarse una continuidad en la estrategia publicitaria para la promoción de productos a través de la realización de sorteos. La empresa “Relojes Milus” ofrece a los/as lectores/as un cupón a completar con los datos personales del interesado/a, quien debe contestar una pregunta vinculada con el tiempo-horario para ganar premios para él/ella y para la escuela a la cual concurre,

Contestando acertadamente nuestras preguntas podrás participar en un sorteo quincenal. De ser tú el favorecido obtendrás para ti un reloj MILUS auténticamente suizo y otro igual para tu escuela.

Los sorteos se realizarán cada dos semanas, en el local de CHARONÁ¹²⁹, ante la presencia de representantes de la fábrica Milus, de Charoná y de público asistente¹³⁰.

En la publicación de 1981, la empresa Sylvapen nuevamente “auspicia” un “Gran concurso didáctico”, organizado por Charoná. La consigna consiste en pintar el escudo de Montevideo y contestar algunas preguntas de conocimiento histórico y patriótico, “¿Qué héroe nacional nació el 19 de junio?”¹³¹¹³²

¹²⁷ El nombre del personaje se encuentra escrito con mayúscula en la revista original.

¹²⁸ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 6, n° 144, mayo de 1972, Montevideo, p.41.

¹²⁹ El nombre del personaje se encuentra escrito con mayúscula en la revista original.

¹³⁰ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 6, n° 158, agosto de 1972, Montevideo, p.9.

¹³¹ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya*, año XIII, n° 301, agosto de 1982, Montevideo, p.18.

¹³² Natalicio de José Gervasio Artigas.

Durante la década del setenta y comienzos de los ochenta, esta estrategia continuará reproduciéndose, estando presente de forma subyacente la idea de Estado-Nación, ya sea porque en los sorteos comerciales se involucraba a la escuela o porque “lo patriótico” estaba presente en los desafíos propuestos.

Es sobre mediados de la década del ochenta, que comienzan a observarse algunas variaciones en cuanto a la estrategia antes planteada, si bien la misma continuará durante la década de los noventa, tanto la imagen de “patria” como la de la escuela, irán perdiendo preponderancia en los concursos y sorteos.

A partir de la década del ochenta, la revista se afianzará como un objeto de consumo, adquiriendo nuevas facetas, ya que la publicación comenzará a generar la posibilidad de que los/as niños/as puedan participar de sorteos de diferentes mercancías, solo por medio de la revista, infiriendo que esto también podría constituirse como una estrategia para estimular la demanda de la publicación abordada. Esta estrategia fue relevada en la revista de agosto de 1980, en una pieza publicitaria de dos páginas llamada “Aquí el fabuloso sorteo Charoná” en la que se ofrece a los/as lectores la posibilidad de participar de un sorteo con variados premios y se subraya: “cada vez regalamos todo esto” haciendo alusión a premios como bicicletas, juguetes, skate, cursos en academias para técnicas de estudio, excursiones a Minas (ida y vuelta), linternas y suscripciones a la revista Charoná por un año¹³³. Para acceder, los y las interesados/as sólo deberán recortar el cupón que viene con cada revista, enviarlo a la dirección citada y esperar que la suerte y/o el azar los/as acompañe.

En la revista de 1986, las publicidades, de la línea de refrescos “Pepsi”, estimulaban a su consumo, anunciando suntuosos premios “debajo de sus tapitas” que iban desde bicicletas hasta autos 0k. Hecho que denota, con mayor ímpetu el rol prescriptor de los niños y niñas en relación al consumo familiar, y la seducción para consumir en pro de la obtención de un automóvil para usufructo y disfrute de toda la familia.

4.2.3. La infancia televidente

Sobre mediados de la década de los noventa, la imagen de la escuela en el marco de los concursos y sorteos se irá disipando, cobrando protagonismo de manera gradual la televisión (T.V). Este proceso culminó con la irrupción del personaje Charoná en la pantalla televisiva a través de los programas “El rato de Charoná” (1993) y “Charoná T.V.” (1996), generándose una nueva alianza entre la revista, la T.V y el consumo infantil. Será en la publicación, donde diferentes anuncios comerciales -productos y servicios- promocionarán sorteos que se

¹³³ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XIII, n ° 263, agosto de 1980, Montevideo, p.p.20-21.

transmitirán en los programas de Charoná. La tendencia será otorgar premios de carácter más individual que en años anteriores y en algunos casos, los de carácter colectivo serán de menor entidad, presentándose como marginales,

¡¡¡Claro que sí!!! Y gracias a **Charoná** y el **Bus Escolar de Cora Turismo**¹³⁴ te invita a participar en los grandes sorteos que realizarán en el programa canal 5 en “El rato de Charoná”. Al niño sorteado se le entregará personalmente en su clase el premio de 2 pasajes de ida y vuelta a la ciudad de Córdoba (2ª. ciudad más importante de la República Argentina, con todo su encanto turístico de las sierras de esta hermosa provincia) y además obsequiaremos a todos los compañeros de la clase láminas, objetos escolares, revistas, etc.¹³⁵.

La incursión de Charoná en la T.V abierta inaugurará una nueva forma de comunicación, que consolidará dos representaciones que a priori podrían parecer contradictorias: la infancia lectora y la infancia televidente. La T.V no se precipitó de forma abrupta, sino que su aparición fue gradual, sustituyendo al otro medio imperante en la década de los setenta y ochenta- publicitado en la revista- la radio. En este proceso, la infancia radio oyente también fue siendo desplazada de la publicación.

La aparición de la T.V en la revista y sus impactos sobre la infancia moderna, han sido motivo de análisis de muchos autores a partir de la década de los 80. Por su parte, Leopold (2014) realiza una breve pero exhausta reseña de varios autores de América Latina, Estados Unidos y Europa, los cuales, si bien presentan distintos enfoques sobre el tema, coinciden en que la televisión ha impactado de manera significativa en la representación de la infancia moderna. La autora, parafrasea a Neil Postman quien entiende que el acceso irrestricto a la información por medio de la T.V, de forma indiferenciada para niños/as y adultos/as, quebrantó la diferenciación moderna entre ambos rangos generacionales y una vez que la infancia logra acceder a los secretos del mundo de forma indiscriminada, se atenta contra la inocencia de la misma y en esta acción devendría su desaparición (Leopold, 2014).

En esta misma dirección, parafrasea a Steinberg y Kincheloe quienes señalan la existencia de un debilitamiento de las nociones tradicionales de la infancia moderna, entendiendo que las ideas de inocencia y dependencia infantil hacia los/as adulto/as están siendo socavadas, dando paso a la construcción de una infancia consumidora hedonista. Por su parte, Giroux plantea la televisión como un elemento distorsionador para el desarrollo del pensamiento crítico y denuncia como una adultización, con características conservadoras, de la infancia (Leopold, 2014).

La publicidad de programas televisivos en la revista, dado el tramo histórico abordado en esta investigación, coexistió en algunos momentos con avisos de programas radiales. Si bien en este trabajo este último medio no ha sido teorizado en su relación con la infancia, no caben

¹³⁴ Palabras destacadas en el texto de la revista original.

¹³⁵ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos de hoy*, año XXIV, n. ° 487, mayo de 1993, Montevideo, p. 25.

dudas sobre la existencia de una infancia radio-escucha, sobre todo en las primeras dos décadas, donde los aparatos televisivos no habían alcanzado la masividad de mediados de los años ochenta en adelante.

La primera publicidad en tono a un producto televisivo fue en 1974, en la que se presentaba la realización de un sorteo en un programa infantil llamado “La calle feliz”, emitido por el canal estatal. El anuncio, es acompañado de un fuerte mensaje con una carga directiva para la “tele platea infantil”,

ATENCIÓN!!¹³⁶

En la segunda quincena de noviembre y entre todos los cupones enviados por los niños que festejen su cumpleaños en “Diciembre” se procederá a elegir uno y nuestro querido amiguito será favorecido con los siguientes premios:

- Servicios de Confeitería para 30 personas, incluida la TORTA DE CUMPLEAÑOS con tu nombre.
- Todos los elementos de Cotillón para adornar tu fiesta.
- Fotógrafo en tu casa para tener un feliz recuerdo.
- Una embajada de la Calle Feliz para alegrar la reunión.
- Un REGALO ESPECIAL SORPRESA para ti.

Por eso DESDE YA a recortar el cupón que aparece ÚNICAMENTE en CHARONÁ y a enviarlo a CANAL 5, buzón de LA CALLE FELIZ¹³⁷.

La estrategia comunicativa es la misma que de alguna medida se reproducirá cuando Charoná tenga su propio programa televisivo, en el que se ofrezca la posibilidad de ganar diversos premios por medio de sorteos, transmitidos en el programa televisivo anunciado.

Es importante señalar que, hasta mediados de la década del ochenta, la T.V no cobró mayor protagonismo en la revista, aunque en la de 1985 figura una llamativa nota titulada “Guía de T.V para niños”. En este artículo se repasa una exhaustiva guía de programas semanales de la televisión abierta, los que no son exclusivos para niños y niñas, sino para “todo público”. La guía incluye una gran variedad de programas nacionales, series internacionales, dibujos animados y películas,

Nos llega a nuestra mesa de trabajo, la programación de Canal 12, donde destacamos, los días sábado, “El Show del Mediodía”, un programa de entretenimientos y reidero, con artistas nacionales, desde las 14 hs; para continuar luego con “El hombre nuclear”, con Lee Mayors. Capítulos de aventuras, suspenso y gran acción que va a las 16 hs. Seguidamente llegan los premios, canciones y alegría contagiosa a través de “Cacho Bochinche”, a las 17 hs. para finalizar, con “sábados de cine”.

El domingo, Canal 12, abre su trasmisión, a las 14 hs, con dos películas de matinée, para completar con el ciclo de dibujos e historias fantásticas que promete Disneylandia, a las 17:30 hs.

A continuación, tenemos las aventuras interplanetarias de Buck Rogers, sobre las 18 y 30 hs.

De lunes a jueves los más chicos pueden festejar las aventuras de El Conejo de la Suerte, con nuevos dibujos de El Coyote y el Correcaminos, el Pato Lucas, Piolín y Silvestre, y Speedy González.

¹³⁶ Palabra destacada y escrita con mayúscula en la revista original.

¹³⁷ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año II, n° 68, setiembre de 1974, Montevideo, p.21.

El martes, para los jovencitos, “Telecataplum”, a las 20 y 30 hs. Y el miércoles a la misma hora “El Castillo de la Suerte” un entretenimiento con millonarios premios, ahora con un novedoso certamen de estudiantes [...]

Sería importante, que ahora que se acercan las vacaciones de julio, los canales privados tomen en cuenta que la platea infantil será más numerosa.

Una buena oportunidad también para que Pilán, en Canal 4 pueda destaparse con otros entretenimientos como se había anunciado en su oportunidad¹³⁸.

Si bien al observar la programación de los diferentes canales, queda claro que la oferta televisiva en 1985 ya estaba fuertemente extendida, quien escribió la nota se permitió solicitar un “esfuerzo más” a los canales de T.V abierta, por entender que la demanda infantil así lo requería y lo seguirá requiriendo.

Leopold (2014) en su trabajo, hace referencia a una suerte de debate entre los dos autores norteamericanos: Postman y Giroux, donde este último realiza una crítica al posicionamiento de Postman, ya que entiende que este asumió una posición conservadora en cuanto a que en su discurso no solo se trasluce una preocupación por la pérdida de la inocencia infantil, sino también una defensa a la familia blanca conservadora, la escuela y la iglesia. En este sentido, según lo relatado por Leopold (2014), Giroux le advierte a Postman, que en la medida que la T.V y la cultura popular impliquen una amenaza para la infancia, se despertará la vocación de censura de grupos conservadores.

Dicha polémica, pareciera haberse materializado en la publicación en el momento en el que la televisión abierta estaba viviendo una de las épocas de mayor expansión. En la revista de 1996, en una publicidad dirigida a los/as adultos/as del hogar se ofrece la venta de un libro, editado por la “Asociación El porvenir del Uruguay” llamado “Una amenaza acecha a nuestros hijos, La Teleadicción”. En la portada del libro pueden observarse enunciados como “La contraescuela, de la contracultura”, y en la publicidad se presenta una breve reseña con fuertes cuestionamientos respecto al vínculo televisión- infancia,

Vuestros hijos, vuestros nietos, ¿están peligrando de ser psicológicamente disminuidos por la televisión? ¿Verán ellos bajar sus resultados escolares según el tiempo pasado delante de la pantalla chica? ¿Qué efecto tiene sobre los jóvenes la violencia, la pornografía y la vulgaridad? ¿Y la publicidad? Vuestra familia ¿peligra de ser minada por la televisión?

Médicos, psicólogos, educadores y sociólogos del mundo entero lanzan un verdadero grito de alarma [...]

Frente a las maldades de la televisión y al torrente de violencia e inmoralidad que vierte, la actitud del crédulo empecinado no está permitida. A cada uno le corresponde informarse, reflexionar, juzgar por sí mismo y actuar con conocimiento de causa¹³⁹.

En el marco de esta publicidad, se esbozan diferentes conceptos que, de alguna manera, cuestionan la representación de la infancia televidente, la cual está íntimamente ligada a la representación del niño y la niña clientes. Si bien la última cita podría ser señalada como

¹³⁸ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XVI, n° 352, julio de 1985, Montevideo, p.37.

¹³⁹ Charoná. *Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXVIII, n° 561, marzo de 1996, Montevideo, p.25.

conservadora, no deja ver otra cosa que un síntoma y/o una respuesta, frente al debilitamiento o desaparición de la infancia moderna tal como fue concebida. Independientemente de esta voz disidente, la representación de la infancia cliente continuó reproduciéndose en la revista de forma sistemática y sostenida.

4.2.4. La individualización de la infancia consumidora

El mercado, por medio de la publicidad, desarrolló un discurso tendiente a la individualización de la infancia, donde comenzó a imponerse lo individual por sobre el colectivo integrado (Dubet, 2006). El discurso publicitario no escatimará en asociar sus productos y servicios tanto al “éxito académico” como al “éxito” en el concepto amplio del término. En la década del setenta, cuando la publicidad se dirigió directamente a la infancia cliente, tendió a reproducir la lógica anterior, individualizando y fomentando en el acto del consumo la idea de diferenciación, “a lo grande...a cualquier edad, BLUE JEAN con los modelos y colores que son la alegría de los niños y el orgullo de mamá”¹⁴⁰, mientras que otra de indumentaria infantil señala “Estética y jerarquía para niños”¹⁴¹.

La idea de que determinado consumo de objetos o servicios puede elevar la posición del individuo frente a su grupo de pares, continúa perpetuándose. Tal es el caso de una publicidad de útiles escolares (mochilas y carpetas) que expresa “Para ser el mejor de la clase hay que tener carpeta”¹⁴² en alusión a una expresión citadina donde el “saber y la experiencia” es “tener carpeta”. Si bien esta tendencia continuó operando durante gran parte del periodo abordado, sobre finales de la década del ochenta, se observó la convivencia de otras tendencias publicitarias, donde el consumo ya no necesariamente implicó distinguirse, sino más bien garantizar el “derecho” al consumo de todos y todas quienes puedan comprar, sean estos/as niños/as “sobresalientes” o “traviesos/as”,

¡Silencio!

Un campeón está pensando...

Juega al ajedrez. El juego ideal para agudizar la inteligencia que permite la concentración y desarrolla la capacidad mental.

Especial para los chicos “sote”¹⁴³.

La expresión “sote”, la cual alude al término sobresaliente en el ámbito de la educación primaria en nuestro país, implica la obtención de la máxima calificación que un/a escolar pueda alcanzar, y es aplicable tanto para medir el rendimiento académico o comportamental

¹⁴⁰ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 6, n° 163, setiembre de 1972, Montevideo, p.41.

¹⁴¹ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año II, n° 68, setiembre de 1974, Montevideo, p.15.

¹⁴² Charoná. *Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXVIII, n° 561, marzo de 1996, Montevideo, p.19.

¹⁴³ Charoná- *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XX, n° 406, abril de 1988, Montevideo, p.39.

del escolar en la institución. En esta línea, para el discurso publicitario, el consumo, en este caso de refrescos, puede ser un aliciente para alcanzar la tan anhelada calificación,

Tu propia elección para el año escolar.

Un nuevo año escolar.

Un nuevo año que será sobresaliente.

Porque PEPSI te alienta día a día a superar todos los desafíos y superarte a vos mismo, junto a tus amigos en la diversión y el estudio. Para ser tan sobresaliente como el sabor de PEPSI¹⁴⁴.

Como ya fuera señalado, los/las niños/as que no necesariamente son “sote”, también tendrán el “derecho” a experimentar el placer del consumo como lo expresa una publicidad de refrescos y su novedoso envase de plástico a prueba de golpes, “envase plástico, seguro... ¡a prueba de travesuras!”¹⁴⁵. En la ilustración, un niño deja caer de manera deliberada la botella al piso, tal vez como un acto de picardía, después de todo el jugar y el consumir nunca habían estado tan íntimamente ligados.



Ilustración 9. Publicidad, Charoná, 1991

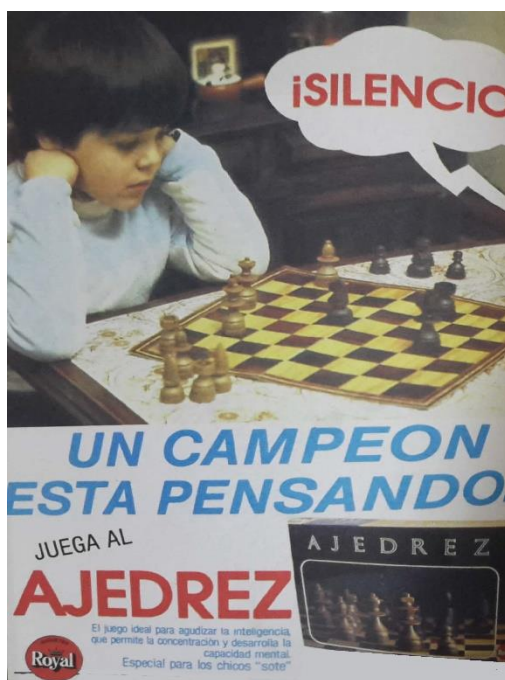


Ilustración 10. Publicidad, Charoná 1988

¹⁴⁴ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XX, n° 406, abril de 1988, Montevideo, p. contra tapa.

¹⁴⁵ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XXIII, n° 477, noviembre de 1991, Montevideo, p. contra tapa.

4.2.5. La abnegada infancia de Walt Disney, los piratas del shopping, la niñez bancarizada y el fin de la neutralidad política partidaria

Si bien sobre mediados de la década de los setenta se observó en la publicación una sustancial dinamización de la oferta publicitaria de bienes y servicios, avanzados los años ochenta el capitalismo infantil comenzará a quedar plasmado en sus aspectos más constitutivos. En esta dirección, Bustelo (2011) introduce el concepto de *capitalismo infantil* para referirse a operaciones del mercado que mercantilizan a niños/as y adolescentes “en este aspecto opera un enorme dispositivo de la industria cultural y del entretenimiento que nuevamente se autorrepresenta con los atributos de la inocencia” (p.59).

Para el autor, el mundo Disney y toda su batería de productos (cine, juegos de video, programas televisivos, parques de diversiones, entre otros) son ejemplo paradigmático de una forma de producir experiencias y representaciones de la infancia de base capitalista y conservadora. El mundo Disney “construye una ideología del encantamiento en un mundo libre de desigualdades, sin pobreza, sin conflictos, sin criminalidad, sin guerras y sobre todo libre de política” (p.71) y presenta al mundo capitalista como inofensivo y apreciable, donde lo social es exhibido como una consecuencia de las leyes de la naturaleza.

Es en una revista del año 1985, donde puede observarse la primera publicidad entorno a la empresa Disney, a través del estreno en los cines montevideanos de la película “Los siete enanitos”. La nota distintiva la da una breve biografía titulada “La fabulosa historia de un niño llamado Walt Disney”¹⁴⁶¹⁴⁷, en la que se presenta a este último como un niño nacido en los Estados Unidos, en 1901, en el seno de una familia cuyos/as referentes adultos/as tenían origen irlandés y alemán. En relación a su niñez, se lo describe con las características y valores que se imprimieron en la infancia moderna: pobre, de comienzos de siglo 20, estudioso, trabajador, abnegado, y con un ávido deseo de progreso, lo que devino en la materialización del “sueño americano”,

Había una vez un niño llamado Walt, que nació en Chicago el 5 de diciembre de 1901. Comenzó a trabajar a los nueve años de edad, vendiendo periódicos por cuenta de su padre [...]

El niño comenzó a tomar clases de dibujo y las costeaba con lo que ganaba como vendedor de dulces en el tren de Chicago a Kansas City [...]

Y es aquí donde comienza el cuento de hadas de Walt Disney, el muchacho que con su ingenio de dibujante imaginó un mundo maravilloso, que partiendo de un ratoncito llamado Mickey, llegó a crear Disneylandia, y levantó un imperio cinematográfico que llevó el nombre de WALT DISNEY PRODUCTIONS¹⁴⁸.

¹⁴⁶ A diferencia de la gran mayoría de las notas y/o artículos que presenta la publicación, esta cuenta con firma de autor, quien en este caso pertenece a un crítico de cine de nuestro país.

¹⁴⁷ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XVI, n° 352, julio de 1985, Montevideo, p.36.

¹⁴⁸ *Ibidem*, p.36.

La cita evoca la representación de la infancia moderna, en este caso la de Walt Disney, pero como un elemento constitutivo del pasado, siendo lo verdaderamente resaltado en el relato y con mayúscula, el presente de un imperio llamado Walt Disney Productions.

La consolidación del capitalismo infantil estará acompañada por un discurso publicitario que reforzará los conceptos de “propiedad privada” y “capital” en versión para niños/as (Minizi, 2006). En la revista de 1993, se anuncia que su compra vendrá acompañada de un cheque “al portador” del “Banco Cromy Club Pernigotti”, cuyo monto equivale a un sobre de figuritas; mientras que en la del 2001 puede observarse cómo los bancos “ficticios” pasarán a adquirir realidad y la infancia a convertirse en un agente reproductor de la riqueza,

Pero como nos gusta mucho regalar, de entrada, te obsequiamos una chanchita alcancía, para que ya comiences a juntar el dinero que en poco tiempo tendrás en tu propia cuenta. Y si todavía no tenés tu Multicuenta Banco AcAc Junior, no te preocupes, porque podés abrirla con sólo \$ 100 o US\$ 10, y si tenés un promedio mensual de \$ 250, el servicio no tiene costo.

Pedile a tus padres que soliciten tu Multicuenta Banco AcAc Junior...¹⁴⁹

En la revista del 2002, el festejo del “día del niño” motivó la presencia de una abundante publicidad, en la que una cadena de supermercados anuncia “Un día del niño a lo grande”¹⁵⁰ y ofrece a los y las niños/as una tarjeta “hiperkids” que simula ser de crédito.

El capitalismo infantil, también extenderá su poder mercantilizador en lo que respecta a la utilización de los espacios públicos de encuentro de la infancia y la ciudadanía en general, como lo es por excelencia la plaza pública. Estos espacios irán perdiendo relevancia frente a otros privados, de encuentro entre consumidores/as, como lo es el shopping.

En la revista de 1996, se anuncia una actividad denominada “El tesoro de Portones Shopping”, en la que se propone la búsqueda de un supuesto tesoro que habría sido enterrado por piratas en el año 1517 en un lugar donde ahora se implanta un centro comercial,

En el año 1517 partía del Puerto de Palos el galeón llamado “El Bucanero” en busca de nuevas tierras llenas de riquezas.

Después de recorrer varias islas del Caribe y llenar sus bodegas de preciosos metales continuó viaje hacia el sur. Fue de ahí que lo sorprendió una tormenta y al amparo de una bahía encalló la nave el 29 de junio de 1517.

Dentro de la tripulación se encontraba el malvado pirata Gruñón el cual una noche, aprovechando que el vigía se distrajo, pudo llevarse el tesoro y enterrarlo en una zona elevada a tiro de cañón.

Cansado del esfuerzo realizado en transportar y enterrar el pesado tesoro, encontró un manantial cuyo extraño y enigmático poder convirtió a este malvado pirata en eternamente joven y por supuesto en gruñón.

Pasaron los siglos y nuestro simpático pirata se percató que en el lugar donde se había escondido el tan valioso tesoro, se construyó Portones Shopping¹⁵¹.

¹⁴⁹ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXXIII, n° 673, abril de 2001, Montevideo, p.31.

¹⁵⁰ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXXIV, n° 678, abril de 2002, Montevideo, p.21.

¹⁵¹ Charoná. *Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXVIII, n° 567, junio de 1996, Montevideo, p.32

La publicidad de dos páginas a todo color, contiene además del texto citado, un exhaustivo mapa del centro comercial e invita a los clientes de entre 4 y 99 años de edad a participar de la búsqueda del tesoro. Es tal vez esta, una de las imágenes más ilustrativas de cómo el discurso publicitario destituye el concepto de infancia, haciendo primar la figura del consumidor/a (Corea y Lewkowicz, 1999).

El capitalismo infantil y sus dispositivos -en este caso la publicidad- no solo tendió a mercantilizar los espacios de encuentro infantil públicos, sino también los espacios privados del hogar, pues ya los festejos de cumpleaños se alejan del ámbito doméstico,

El clásico lugar para festejar con el gusto, servicio y experiencia de **Los Calchaquíes**¹⁵² (16 años animando fiestas). Cumpleaños, reuniones, bailes infantiles, pijamas parties, etc. Nuestro servicio incluye: salones equipados y cálidamente decorados; canchita de fútbol y aro de basket; parrillero y fondo; plaza de juegos, inflables y juegos dirigidos; disfraces; personaje que paga las velas junto a ti; tarjetas de cumpleaños y globo; música; vajilla y mantelería; servicio completo de gastronomía y animación (opcionales)¹⁵³.

En este contexto, los vínculos de amistad, compañerismo e incluso de familiaridad, comienzan a ser reemplazados por mercancías y/o servicios. En una de las revistas relevadas de 1996, se plantea nuevamente la posibilidad de ganar un auto OK “Twingo”, pero esta vez con la particularidad de que el sorteo ya no se realizará en el programa de T.V “El rato de Charoná” transmitido por el canal público estatal, sino por el programa “Charoná T.V”, el cual se emitió por un canal privado de TV abierta. Independientemente del sorteo del auto, el nuevo programa de “Charoná”, también presenta una pieza publicitaria de una página de extensión, donde puede observarse una imagen (foto) de los/as jóvenes conductores del programa y un sugerente título que señala “Mira los nuevos amigos que tienes para jugar en el 10”¹⁵⁴.

En 1991, se releva una publicidad donde las computadoras comienzan a posicionarse como un producto deseado, y la que no dudará en denominarlas como “nueva amiga”- “Gánate una amiga”¹⁵⁵. En 1993, los videos juegos comienzan a ganar espacio en los avisos publicitarios, ofreciéndose productos de la empresa japones “Sega” que les propone a sus infantiles clientes hacerse socios del “Club de Sega”, con el slogan “Juégate por Sega y ENTRA EN UN MUNDO MEJOR”¹⁵⁶¹⁵⁷. La participación de los miembros del grupo Sega se limita a sorteos, entretenimientos y competencias, dejando entrever que la interacción directa entre los/as “socios/as” del “club” oscilará entre escaso y nulo. Los consejos de los/as hermanos/as mayores, primos/as, compañeros/as de la escuela tampoco tendrán mayor relevancia ya que

¹⁵² Palabras destacadas y escritas en negrita en la revista original.

¹⁵³ Ibidem, p.42.

¹⁵⁴ Charoná. *Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXVIII, n° 567, junio de 1996, Montevideo, p.9.

¹⁵⁵ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XXIII, n° 477, noviembre de 1991, Montevideo, p.11.

¹⁵⁶ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos de hoy*, año XXIV, n° 487, mayo de 1993, Montevideo, p. 30.

¹⁵⁷ La expresión se encuentra destacada en el texto de la revista original, escrita con mayúscula.

Sega ofrecerá a sus consumidores/as la posibilidad de una línea de asistencia, donde se brindará información para garantizarle al consumidor/a la maximización del disfrute del bien adquirido, “Para saber todos los trucos de los juegos: llama a HOT LINE¹⁵⁸. Allí te darán la información que necesitas para seguir adelante y divertirse al máximo con tu Sega”¹⁵⁹. La posibilidad de pertenecer a un grupo cuyo principal rasgo identitario es el consumo, también está presente en la publicidad “llamando a HOT LINE 92 24 04, también podés hacerte socio del CLUB DE SEGA¹⁶⁰. Con tu número de socio, participarás en sorteos, entretenimientos y competencias, en Montevideo y en el Interior”¹⁶¹.

Como fue esbozado, los vínculos de familiaridad tampoco estarán exentos de esta tendencia, por lo que la publicidad de una juguetería del año 2002 se expresará al respecto,

Para el Día del niño, tenemos los mejores regalos del mundo. Menos uno.
El regalo más deseado por los niños es un hermanito.
Pero si tu mami no está de “encargue”, decíle que te traiga a El Plata.
Te están esperando juguetes tan lindos y divertidos como vos.
El que más te guste, lo vas a tener para festejar tu día¹⁶².

La pieza está acompañada de una imagen (foto) publicitaria, de una niña tocando el vientre de una mujer embarazada.

En este contexto, la infancia ya no solo será pensada como reproductora de la riqueza, sino también de la opresión (Bustelo, 2011), donde toda idea superadora del capitalismo tenderá a ser anulada y/o burlada. La revista Charoná ha intentado presentarse ante los niños, niñas, adolescentes, maestras/os y familia como una publicación laica en cuanto a lo religioso y lo político partidario, pero el discurso publicitario demostró su capacidad para, de manera “inocente”, eludir el cerco de la laicidad.

En la revista de 1999, la cadena de comidas rápida Mc Donald`s comienza a ganar espacio en los avisos publicitarios, asumiendo un formato de tipo “periodístico”, por ejemplo, a través de uno de los artículos denominado “datos curiosos” -aunque podría haberse denominado también “datos irónicos”. que le señala a la infancia consumidora que el local de mayor envergadura de la cadena está ubicado en la Plaza Roja de Moscú, atendiendo a más de 40.000 personas al día.

¹⁵⁸ La expresión se encuentra destacada en el texto de la revista original, escrita con mayúscula.

¹⁵⁹ Ibidem, p.31

¹⁶⁰ La expresión se encuentra destacada en el texto de la revista original, escrita con mayúscula.

¹⁶¹ Ibidem, p.31.

¹⁶² Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXXIV, n ° 678, abril de 2002, Montevideo, p.15.

4.2.6. Continuidades y emergentes en productos y servicios ofrecidos por el discurso publicitario

La oferta publicitaria, se convirtió en el principal elemento de observación y análisis en este trabajo, para comprender cómo el discurso publicitario representó, se vinculó y dirigió a la infancia en el Uruguay contemporáneo.

Como ya fue expresado, se tomaron en cuenta los tres primeros números de la revista *Pilán* editada en 1969, publicación infantil cuyo principal responsable fue Sergio Boffano, iniciador, impulsor y creador de la revista *Charoná*.

Las *Pilán* no contienen ofertas publicitarias, lo que puede explicarse, en parte, porque eran adjuntas a un diario de circulación nacional, lo que podría posibilitar una mayor independencia económica de la publicidad como fuente de ingreso, cosa que se infiere no sucedió con las revistas *Charoná*.

Los espacios publicitarios de la revista *Charoná*, fueron adquiriendo diferentes formas a lo largo del periodo abordado, aunque también se observaron continuidades, tanto en lo relativo a los productos ofrecidos como a la comunicación y el vínculo generado con el/la consumidor/a.

El investigador, se permite hablar en este caso de consumidores/as y no de niños y niñas, ya que la publicidad, los productos y servicios ofrecidos, no estuvieron dirigidos solo hacia estos últimos; las maestras y maestros también formaron parte de la población destinataria. Un ejemplo de lo expresado, se observó en las revistas relevadas del año 1971, donde se publicitan libros de la editorial "Novedades Kapelusz", que de forma sintética exponen las novedades editoriales del momento, "La dinámica de los pequeños grupos", "La evaluación de los exámenes y calificaciones", "Estudio dirigido". Sin embargo, es importante mencionar que esta tendencia no sobrepasó la década de los setenta.

Como se advertía, los/as adultos/as del hogar fueron un objetivo para los publicistas, quienes en oportunidades se dirigieron de forma directa, como por ejemplo en octubre de 1973, con la venta de productos de marroquinería, "Para uso de toda su familia"¹⁶³ y/o en agosto de 1980 cuando una publicidad, de una página, expone con claridad para quién está dirigido el anuncio "Para los papás". La publicidad está referida a un programa radial llamado "Yo y un millón", conducido por el periodista René Jolivet, y transmitido por la Radio Color Panamericana – 1410 AM¹⁶⁴.

En otras oportunidades, se dirigieron a los/as adultos/as de forma indirecta, depositando en los/as niños/as el rol de inductores del consumo tanto familiar como infantil, expresado de

¹⁶³ *Charoná. Revista Uruguay para los niños uruguayos*, año 7, n° 37, octubre de 1973, Montevideo, p.13.

¹⁶⁴ *Charoná. Revista Uruguay para la juventud uruguaya y de américa*, año XIII, n° 263, agosto de 1980, Montevideo, p.12.

manera sutil en ocasiones y de manera aguda en otras. Así, la revista del año 2003 destaca un anuncio publicitario de una “oblea rellena” que expresa, “Si mamá no te lo compra porque dejás toda la ropa negra cuando lo comes... andá y pedile el de chocolate blanco”¹⁶⁵.

En la década de los setenta, las publicidades más corrientes giraron en torno a útiles escolares, muñecas, álbumes de figuritas, indumentaria infantil, golosinas, cursos de inglés, libros, relojes, revistas deportivas, mobiliario, ciclomotores, programas radiales y televisivos.

En la década de los ochenta, comienzan a sumarse publicidades de skate, bicicletas, turismo interno, bebidas gasificadas, productos lácteos, juegos de mesa, cine, analgésicos, productos para el combate de la pediculosis y lociones para hematomas y “chichones”.

En la década de los noventa, las publicidades de crema dental intentarán contrarrestar las simultáneas y múltiples imágenes de golosinas, alfajores y galletitas. Asimismo, aparece la computadora y con esta, cursos de formación, video juegos, turismo -a países vecinos-, automóviles, y centros comerciales (Shoppings).

Ya iniciado el año dos mil, se suman publicidades de comida rápida (McDonald's), servicios de emergencia médica (atención y traslado), servicios financieros y goma de mascar sin azúcar para “prevenir las caries”.

4.2.7. El discurso publicitario oficial y su mensaje a la juventud.

Un dato curioso que también puede ser importante mencionar, es cuando el discurso publicitario les habló a los/as jóvenes, no por medio de la publicidad comercial sino de la publicidad estatal, produciéndose esto en el marco de un gobierno dictatorial.

La revista relevada de 1977 no presenta piezas publicitarias de productos y/o servicios, sino que muestra una pieza de la Comisión Nacional de Educación Física, a través de un anuncio compuesto por imágenes (fotos) de adolescentes y/o jóvenes haciendo deporte,

Guía y custodia de la juventud deportiva oriental.

Durante todo el año los niños y jóvenes Orientales están en actividad permanente bajo el control de la Comisión Nacional de Educación Física, ello asegura que todas las actividades se desarrollen sin otro fin que satisfacer uno de los superiores intereses de la República: que su juventud sea físicamente apta, libre y dueña de su destino para vivir en una comunidad mejor¹⁶⁶.

Otra pieza similar, fue observada en una publicación de 1980 en el marco de una publicidad de la Radio Maldonado, la cual se define a través de su slogan como “La Radio grande del Interior” que pareciera tener como destinatarios/as a jóvenes,

En radio Maldonado, el saber ocupa lugar: La mañana del domingo.

¹⁶⁵ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXXV, n° 713, noviembre 2003, Montevideo, p.2.

¹⁶⁶ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año V, n° 190, agosto de 1977, Montevideo, p.24.

Porque domingo a domingo, a las 10.45, se pondrá en marcha desde la fonoplatea de CW 51. El Certamen del Saber NUESTRO MAR.

Organizado por Radio Maldonado con el apoyo de la ARMADA NACIONAL y la colaboración de la Fundación C.A.D.E (Uruguay).

En una competencia que nucleará a la juventud del sur del país.

Con premios en cada etapa e importantes premios finales: televisores, máquinas de escribir, calculadoras, radios, estufas, radio- grabadores, turbo -ventiladores. "Nuestro Mar": un valioso estímulo a la superación cultural de los hombres del mañana¹⁶⁷.

El régimen, no manifestó en estas publicidades demasiado interés en la infancia, ya sea por un marcado adultocentrismo o tal vez, porque fue en los/as jóvenes donde se depositaron las principales sospechas y/o se representó la posible potencia para la desestabilización del sistema, Ariès (1987), haciendo referencia a la realidad europea de comienzos del 1900, describe cómo se veía a la juventud por esos tiempos,

La juventud que en esa época era la adolescencia se convertiría en un tema literario y en objeto de desvelo del moralista o del político [...] La juventud aparece detentadora de valores nuevos susceptibles de vivificar la anticuada y estancada sociedad. En la época romántica existió algún sentimiento de este tipo, pero sin una referencia precisa a la clase de edad, y sobre todo se limitaba a la literatura y a los que la leían. Por el contrario, la conciencia en la juventud se volvió un fenómeno general y banal después de la guerra de 1914, cuando los combatientes del frente se opusieron en masa a las viejas generaciones de la retaguardia. La conciencia de la juventud ha sido primero un sentimiento de ex combatiente... (p.54).

En Uruguay, hacia finales de los sesenta, es sabido que la juventud ha sido tanto protagonista de la búsqueda de una sociedad más justa, como objeto de ataque de las fuerzas conservadoras de la sociedad y del aparato estatal. Ruiz y Paris (1998), sostienen que los jóvenes de la década de los setenta, fueron amplios protagonistas de una "contrasociedad" que expresaba una profunda desafección del sistema social y económico imperante, que fue acompañada de una "contracultura" que colocó en escena nuevos patrones de conducta y creencias, donde afloraron distintas formas de concebir las relaciones de pareja, la vestimenta y los roles de la mujer, entre otros.

Contrasociedad y contracultura desafiaron al país tradicional: el de las clases medias, amortiguador de los conflictos, educación extendida, fuerte conciencia cívica y un sistema político electoral de larga permanencia y roles múltiples. Ni la una ni la otra fueron homogéneas, pero en su persecución o rechazo, la sociedad uruguaya transitó hacia nuevas formas de convivencia.

Estos movimientos contraculturales y contrasocietarios se desarrollaron paralelamente a los que, con modalidades diversas, se procesaron en distintos escenarios del mundo. Entre ellos puede mencionarse: la lucha por los derechos civiles y la rebelión estudiantil en Estados Unidos, el surgimiento de focos guerrilleros en América Latina, la eclosión del rock y el hippismo, las campañas en pro del "amor libre" y la legalización del uso de las drogas, nuevas formas de compromiso cristiano, de vestimenta y de relacionamiento con el cuerpo.

¹⁶⁷ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XIII. n ° 263, agosto de 1980, Montevideo, p.24.

Y, muy especialmente, una basta insurgencia estudiantil -con sus epicentros en el mayo francés, Tlatelolco, Checoslovaquia, Brasil, Argentina y Montevideo- que con demandas y contenidos diferentes hizo su erosión en el año de gracia de 1968 (Ruiz y París, 1998, pp.267-268).

Como es sabido, esta contrasociedad y contracultura, no solo fueron censuradas sino también reprimidas y perseguidas. El asesinato en la ciudad de Montevideo del estudiante Liber Arce en 1968, en manos de la policía, fue el corolario de la imposición de una brutal dictadura en la que se desplegó el terrorismo de estado sobre toda la población, siendo en este contexto los jóvenes “elementos” a “controlar”, “guiar” y “custodiar”.

El tipo de publicidad oficial dirigida a la juventud, no presentó una continuidad en la revista, por lo que más que una regla se podría decir que se configura en una excepción. Es a partir del 1979, donde se observa un cambio en la denominación de la publicación, ya que pasa de denominarse “Charoná. Revista Uruguay para los niños uruguayos” a “Charoná. Revista Uruguay para la juventud uruguaya”, variando nuevamente en 1980 con el nombre “Charoná. Revista uruguaya para la juventud uruguaya y de América”, que se mantiene hasta el año 1993, donde los/as niños/as vuelven a ser parte del nombre de la revista, pero investidos/as en la calidad de chicos, “Charoná. Revista uruguaya para los chicos de hoy”.

4.2.8. El niño y la niña en su representación de clientes (1969- 2004). Entre el niño y la niña clientes y el/la consumidor/a. Una breve reseña

Durante comienzos de la década de los setenta y mediados del dos mil, el mercado a través del discurso publicitario forjó nuevas representaciones de la infancia que debilitaron, adultizaron y tendieron a desaparecer la imagen moderna de la misma.

En los setenta, la representación del niño y la niña como clientes, comenzó a consolidarse en la publicación, su emergencia pareciera no haber estado ajena a una relativa conservación de algunos elementos constitutivos de las imágenes modernas de la infancia, las que terminarán diluyéndose de forma definitiva en la década de los noventa.

En un comienzo, la representación de la infancia cliente se observaba vinculada a la imagen del niño/a escolarizado/a, así como también teñida por un relativo respeto por la asimetría de los/as adultos/as y los niños/as. La publicidad depositó en la figura del escolar a uno de sus clientes predilectos/as; la venta de útiles escolares y la estrategia de los concursos y/o sorteos, formaron parte de una metodología que comenzó a constreñir la posibilidad de participar, jugar y competir, al acto del consumo.

En este marco, el discurso publicitario no solo se dirigió al escolar como posible consumidor/a individual, sino también a los/as escolares como colectivo, pero con la salvedad de que el

universo representado será el de aquellos/as que necesariamente tengan el poder y/o la posibilidad de incidir en la economía del hogar.

Esta infancia prescriptora del consumo, irá abarcando de manera progresiva otros productos y servicios, los vínculos entre los/as niños/as y los/as adultos/as estará “teñido” por la lógica vincular moderna, los/as primeros/as admirarán a sus padres y comenzarán “tímidamente” a “mostrarle” las mercancías o a manifestarles el deseo inducido por medio de la publicidad.

A mediados de la época del setenta, el acceso de los/as niños y niñas a las diferentes mercancías serán objeto de distinción, generándose de manera implícita una representación de la infancia “no distinguida”.

Ya sobre finales de la década y comienzos del ochenta, el discurso publicitario ponderará la seguridad, la libertad y la felicidad, que serán plausibles de ser gozadas por medio del consumo de mercancías.

El niño y la niña, admiradores de sus referentes adultos, pasarán a ser menos vigilados por estos últimos, emergiendo la idea del derecho a la privacidad de la infancia, en el afán de poder disfrutar plenamente de los productos adquiridos.

Sobre mediados de los años ochenta, el concepto de libre determinación de los infantes comenzará a ganar terreno en el discurso publicitario, fracturándose de esta manera la simetría de los/as adultos/as y los/as niños/as, que culminará a comienzos del dos mil con la no esencialidad de la presencia adulta.

Es también en esta época que, se verbaliza de forma explícita la presencia de una nueva representación infantil denominada “los chicos de hoy”, la que estará acompañada o formará parte de otras representaciones, como por ejemplo la de la infancia televisiva, que dejará en el camino a la infancia radio- oyente.

Los denominados “chicos de hoy”, ya no serán los de la Modernidad, así como tampoco serán “ejemplares” y “exitosos”; la representación de la infancia se democratizará dejando espacio a los/as niños/as “traviesos/as”, “contestatarios/as” e incluso “irreverentes” que estarán legitimados/as por el discurso publicitario.

Sobre mediados de la década de los noventa, se afianzará la idea de una infancia capitalista, conservadora en lo social y liberal en lo económico; en lo social no presentará grades cuestionamientos frente a las vicisitudes de la vida, y en lo económico, potenciará la representación de una infancia reproductora de la riqueza y la opresión.

La publicidad, también mercantilizará los espacios de encuentro de los niños y las niñas, así como sus vínculos más cercanos; concomitantemente la infancia tenderá a desaparecer en imágenes donde tener 4 o 99 años ya no será una diferencia para compartir el “juego”. Situación similar a la retratada por Ariès (1987) en el contexto del antiguo régimen, donde tanto los/as niños/as como los/as adultos/as, compartían una densa convivencia en la búsqueda de “tesoros piratas”.

4.3. La niña y el niño: representaciones de género en la infancia y otras curiosidades de la revista Charoná

En el siguiente apartado, se intentará analizar en qué medida la revista Charoná ofreció a sus lectores y lectoras, la representación social de lo femenino en la niña y de lo masculino en el niño, sea por medio del discurso publicitario, de la literatura, de artículos deportivos, de ilustraciones y otros relatos.

Para poder abordar este tema, se trazaron algunas preguntas que se intentarán ir respondiendo a lo largo del apartado: ¿La revista Charoná está dirigida tanto a niños como a niñas? ¿Se podría sugerir que el contenido de la revista tiende a ponderar características masculinas por sobre las femeninas, o logra mantener una ecuanimidad en cuanto a estas? ¿Es una revista conservadora en cuanto a su posicionamiento político en relación al género? Las preguntas intentarán servir al análisis, aunque sus posibles respuestas no necesariamente serán totalizantes, sino que nos acercará a tendencias, rupturas históricas y/o convivencias.

En el afán de poder abordar las inquietudes planteadas, se tomará como referencia el género de los principales protagonistas de las piezas literarias, la división sexual del trabajo y/o juego expresado, la representación de las mujeres en la revista y el humor sexista.

4.3.1. *Maquendá y un innovador discurso publicitario*

Se está en condiciones de afirmar que la revista pretendió alcanzar tanto a niños como a niñas, tomando para esta afirmación dos referencias, por un lado, el surgimiento del personaje Maquendá y por otro, la oferta publicitaria dirigida particularmente a niñas.

Pintos (2006), señala que los estudios feministas han concentrado su atención en el análisis de las revistas femeninas como agentes de circulación social de la representación de la mujer. Si se tiene en cuenta que la revista abordada tendió a generar espacios de lectura “exclusivos” para niñas, se está en condiciones de afirmar que en estos podría estar la pista en relación a la representación social de la niña, como mujer en construcción.

La autora antes mencionada, inspirada en los aportes de Castoradis, plantea que las personas no actuamos de acuerdo a un criterio de una determinada identidad solo en virtud de nuestro propio criterio,

Sino a partir de un conjunto de significaciones imaginarias con respecto a, por ejemplo, qué es ser un hombre o una mujer, que circulan socialmente. Estas significaciones imaginarias existen porque los seres humanos en particular y las colectividades humanas en general tienen un poder de creación de formas que van más allá de lo meramente instrumental o necesario para un propósito específico. Esa facultad de creación es el imaginario social instituyente que construye significaciones y valores. Una vez creadas las significaciones imaginarias sociales se cristalizan en el imaginario social instituido que asegura la continuidad de la sociedad, la reproducción y repetición de formas, modelos de

comportamiento, actitudes que de ahora en más regulan la vida de los hombres y permanecen allí hasta que un cambio histórico lento o una nueva creación masiva venga a modificarlas o reemplazarlas radicalmente por otras formas. Las instituciones de una sociedad están animadas y a la vez son portadoras de estas significaciones, pero además las mismas circulan socialmente de distintos modos y son difundidas particularmente por discursos hegemónicos (pp.26-27).

El personaje de Maquendá, ofició de alguna manera, como contracara de la figura de Charoná; a la primera se le depositará el rol de lo femenino y a la segunda de lo masculino,

Lo considerado masculino, por lo tanto, será percibido y evaluado binariamente en función de su relación comparativa con su polo opuesto (lo femenino) y con su igual (lo masculino), todo lo cual configura parte del universo que llamamos género, esa especie de gramática desde la cual construimos y leemos la diferencia sexual, ese conjunto de prácticas, instituciones y significados culturales que nos hacen elaborar ideas fijas sobre las identidades, los cuerpos y los roles en función de la polaridad masculino – femenino, así como también sobre lo que se supone que entrañan los conceptos enmarcados en el binarismo hombre- mujer (Campero, 2019, p. 12).

La primera aparición de Maquendá -1973- fue relevada en una revista en formato de historieta llamada “Las aventuras de Charoná, secuestro y rescate”, la que se comercializó de manera adjunta a la revista. En dicha historieta, Maquendá es representada -por medio de una ilustración- como una niña proveniente de pueblos originarios, lo que se infiere por el color de su piel y su vestimenta, aunque de labios pintados y ojos azulados.

Con respecto a esta primera aparición, es importante señalar algunas particularidades, una refiere a los atributos ponderados en su presentación, los que hacen referencia a su belleza, a su gusto por la libertad, a su habilidad para reconocer los cantos de los pájaros y a su admiración por los colores de las flores. Esta primera caracterización vincula lo femenino a la naturaleza, y lo masculino al ingenio dado por lo cultural “para dominar a la rebelde y caprichosa naturaleza” (Campero, 2019, p. 12). La segunda particularidad, es que Maquendá una vez presentada a los/as lectores y lectoras, no tendrá más participación en esta historieta de 24 páginas y la figura femenina que se termina resaltando es la de una joven blanca - española- a quien Charoná rescata de un secuestro. Esta última observación, da pista de la necesidad de no restringir el concepto de género, ya que este último suele estar en interacción con otras desigualdades como las de clase, étnicas y religiosas.

La historieta nos presenta una representación androcéntrica de la realidad, donde los intereses, las emociones, las actitudes y los valores masculinos son glorificados, siendo Charoná el protagonista en la mayoría de las escenas, donde se lo reconoce como un joven con mucha imaginación, habilidoso con las armas- boleadoras-, con fortaleza y destreza para el combate físico, signado por un gran poder de determinación.

Ya la revista *Pilán*¹⁶⁸ en sus primeros números, tendió a generar espacios “exclusivos para niñas” liderados también por una protagonista mujer: “Pochita”, una pequeña niña rubia que ocupará un lugar absolutamente marginal en la publicación, siendo presentada en la contratapa de la revista.

En la sección, se puede ver el dibujo de Pochita vestida con un viso en el centro de la hoja y alrededor variados uniformes y vestidos. Si bien no hay indicaciones claras del sentido de la publicación, se infiere que la idea es presentar un juego cuya consigna consistiría en recortar las prendas mencionadas y vestir al personaje con las vestimentas que se presentan. En el siguiente número de la revista *Pilán*, se repite el patrón y nuevamente se plantea un juego de iguales características a las ya narradas. Dicho patrón, contrasta de manera radical con los artículos protagonizados por niños varones, tanto en los aspectos cualitativos y cuantitativos del contenido de los textos, como en el diseño gráfico y las propuestas lúdicas.

En lo que respecta a Maquendá, esta regresa en la revista *Charoná* de mayo de 1972, protagonizando una sección dirigida específicamente a niñas, repitiéndose este esquema hasta mediados de la década de los noventa. En las imágenes y los textos, se legitimará y estimulará la división sexual del trabajo, así como también la estereotipación y naturalización de los roles tradicionales de género, al interior de la familia.

Del material relevado, se observan diferentes secciones y/o apariciones de Maquendá en la revista, donde en la mayoría de los casos, la mirada tenderá a afianzar en la infancia la idea de la mujer como protagonista en el ámbito de la esfera del hogar, en el rol de cocinera y/o administradora de los gastos de consumo doméstico.

En la revista *Charoná* de mayo de 1972, se observa una sección denominada “Para ellas” que pretende ser exclusiva para niñas, que consiste en un molde con dos frutas para bordar en un repasador de cocina y una receta para elaborar una torta llamada *Torta Adelita*¹⁶⁹.

Este tipo de secciones o artículos dirigidos a las niñas, también tendrá otros personajes mujeres como protagonistas, una de ellas será Delia, quien en una revista de 1974 presentará un artículo donde se plasmarán algunas consideraciones generales -directivas- de cómo las mujeres ya de niñas se deben conducir en la cocina,

Queridas niñas: Con este título, quiero iniciar con Uds., algo muy agradable que les dará grandes satisfacciones.

El tema, abarca muchas tareas, que toda niña deberá saber realizar, para convertirse en una excelente “Ama de Casa” y ser el orgullo de mamá.

Antes de la ayuda práctica, debemos, sobre todas las cosas, aprender sobre nuestra persona, lo que será, más tarde reflejado en la casa.

Debemos observar buena conducta no sólo en lo moral, sino también en lo físico.

Esto se consigue siendo pulcras y ordenadas.

Desde pequeña podemos iniciarnos en esta hermosa tarea.

¹⁶⁸Respecto a la publicación *Pilán* podría inferirse, en líneas generales, que se trata de una revista más dirigida a niños que a niñas y si bien plantea variados temas de interés en las historias y/o cuentos narrados, los varones son los que logran un lugar de protagonistas.

¹⁶⁹ *Charoná. Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 6, n° 144, mayo de 1972, Montevideo, p.23.

Es por esto, que me dirigiré a Uds. para ayudarlas, en todo lo que creo conveniente. Desde ahora seré una amiga, que al igual que mamá y la maestra, trataré de comprenderlas y ayudarlas. Podrán, por intermedio de esta revista, darme y solícitame opiniones, que siempre estaré con Uds., con mucho cariño, reciban mis saludos.
Delia¹⁷⁰

Luego de la presentación que realiza Delia, la misma describe una serie de pasos para preparar un almuerzo, donde la consigna del mantenimiento del orden se encuentra presente,

Comencemos a prepararnos a realizar algo en la cocina.
Les daré algunas ideas de cómo conducirse.
Primero de todo: el dental, siempre deben proteger la ropa, aunque sea de entrecasa.
Las manos bien limpias, los cabellos recogidos porque así evitarán su caída sobre lo que están realizando.
Elijan del libro de recetas las que van a preparar.
Les aconsejo que elijan recetas fáciles y económicas.
Sean ordenadas, tengan a mano todo lo necesario para que así no deban detener en ningún momento el trabajo iniciado.
Pongan atención a las medidas que les indica la receta.
A medida que van utilizando los útiles ordénelos en la pileta e inmediatamente de terminar: lavar y guardar.
Si son ordenadas y cuidadosas todo saldrá muy bien y se sentirán muy felices de la tarea realizada y mamá muy orgullosa de Uds.
¡¡Feliz almuerzo!!
En el próximo número: **Belleza.**^{171 172}

Del año 1992, se relevó una revista del mes de julio, de la que, si bien no hay elementos a resaltar con respecto al eje abordado, en los archivos de la Biblioteca Nacional se localizó un ejemplar de un suplemento, adjunto a la revista, llamado Maquendá. Esta no explicita que es exclusiva para niñas, aunque se puede inferir que está dirigida para ese público.

El suplemento abordado es el nº 5 y su salida se dio de manera adjunta a la revista Charoná nº 489, del mes de agosto de 1992. El suplemento está compuesto por seis páginas con un diseño gráfico (dibujos e ilustraciones) de baja complejidad y textos breves y sencillos.

En la tapa se la puede observar a Maquendá (amiga de Charoná), con una oveja en sus brazos bajo un título sugerente “¿Cómo elegir buenas amigas?”. Las notas del suplemento son: “Delantal”; “Invitación muy especial”; “Un collar de lentejas”; “Gimnasia para vivir mejor” y “Amigas compatibles”. Los primeros tres artículos contienen distintos procedimientos de confección de delantales e invitaciones de cartulina y collares. Sobre los dos restantes, se expondrá en el trascurso del apartado.

La revista Charoná de abril de 1994, anuncia en su tapa el suplemento Maquendá (sin acceso para el investigador) y en la última página presenta un artículo titulado “El hobby de Maquendá”. El mismo incluye un dibujo del personaje y en relación al contenido escrito

¹⁷⁰ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año II, n° 68, setiembre de 1974, Montevideo, p.9.

¹⁷¹ *Ibidem*, p.9.

¹⁷² Palabra destacada en el texto de la revista original.

presenta cuatro recetas de cocina (arrollado de frutillas al Chantilly, budín de ananá, arroz con dulce de leche especial, budín de chocolate con almendras) y los pasos respectivos para cada preparación¹⁷³.

En las revistas abordadas de los años 1995, 1996 y 1997, no se anuncia la continuidad del suplemento. De todas maneras, en la del último año citado, reaparece Maquendá en un artículo firmado por La Liga de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios de Uruguay. La nota se titula “Maquendá en la liga de Amas de Casa” y está dividida en dos partes, una de éstas trata de un diálogo entre el personaje y la Liga de Amas de Casa: “¿Por qué Liga de las Amas de casa?, porque unidas aspiramos estudiar y resolver, los problemas de carácter social, cultural, moral y económico, “Gestando calidad de vida”¹⁷⁴.

En este diálogo, las mujeres que conforman la Liga expresan que, dentro de sus objetivos se encuentra el de generar mecanismos a niveles extrajudiciales para forjar diálogo entre los/as consumidores/as y el empresariado en lo relativo a los costos de los productos de consumo cotidiano. La Liga sintetiza sus objetivos, en los términos “educación y defensa del consumidor” y subraya que actualmente parte de su trabajo se encuentra centrado en la elaboración de un proyecto para las jubilaciones de las amas de casa.

La otra parte de la nota titulada el “Decálogo del ama de casa”, enumera 10 puntos en relación a las cosas que nunca hay que hacer como consumidor/a,

1. Nunca compres productos que no tengan el peso solicitado exacto.
2. Nunca compres productos que no tengan fecha de envase y de vencimiento.
3. Nunca compres un producto solamente porque su envase es “lindo”.
4. Nunca compres un producto, solamente porque la publicidad y la imitación te incitan a comprarlo.
5. Nunca compres un producto cuya calidad te ofrezca desconfianza para ti y los tuyos.
6. Nunca compres productos que estén expuestos a la contaminación del aire y a la polución del suelo callejero.
7. Nunca compres productos que no estén debidamente garantizados.
8. Nunca compres productos que te hagan dudar de su procedencia o estado.
9. **Nunca compres productos extranjeros, pudiendo comprar uno nacional igual o mejor**¹⁷⁵.
10. Nunca compres en los lugares donde el precio fijado de un producto es mayor que el normal fijado para su comercialización. Ese comerciante no te quiere como cliente, no te respeta, no te aprecia. Recházalo¹⁷⁶.

La revista citada contiene también una nota donde Maquendá presenta nuevamente dos recetas de cocina, aunque en este caso, enseña a elaborar “Tallarines al orégano” y “Melocotón con salsa de frutilla”¹⁷⁷. El mismo recurso, se observa en la segunda revista del

¹⁷³ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos de hoy*, año XXVI, n° 521, abril de 1994, Montevideo, p.42.

¹⁷⁴ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXIX, n° 598, diciembre de 1997, Montevideo, p.12.

¹⁷⁵ Expresión destacada en el texto de la revista original.

¹⁷⁶ *Ibidem*, p.12.

¹⁷⁷ *Ibidem*, p.17.

año 1997, en la que se muestran distintos tipos y recetas de postres para elaborar sobre la base de frutillas¹⁷⁸.

En la del año 1998, Maquendá se hace presente nuevamente en una sección denominada “Pasatiempos”, en la que se muestra un juego de baja complejidad, que podría inferirse que es dirigido a niñas pequeñas.

La consigna del juego consiste en la elección de cuatro caminos posibles para que Maquendá pueda llegar a encontrarse con Charoná, quien en esta oportunidad oficia de vendedor de duraznos. La consigna plantea “¿Qué camino deberá seguir Maquendá para llegar hasta el vendedor de duraznos?”¹⁷⁹.

Si bien como fue expuesto, la publicación tendió a representar a la niña en la esfera hogareña, también se observaron artículos, donde es representada fuera del hogar. Priman las características estereotipadas, que vinculan el ser mujer con las tareas de cuidado y servicio. Una revista de 1971, presentó un artículo titulado “Hablemos de Scoustimo”, protagonizado por niñas en el que, tanto en las imágenes como en los textos, se pueden visualizar algunas de las expectativas que se depositan usualmente en las niñas, denominadas en el contexto de la nota como “guiadoras”,

[...] si esa aventura incluye un “viaje por el África”, en una salida de campismo debe aprender a hacer nudos, pues en el África deberán valerse de lo que tienen; o si vamos a andar en barco por el río, debemos saber nudos de amarre; cuando lleguemos a destino, lo más probable será que allí falten manos femeninas: debemos saber hacer un arreglo floral.

En esta gran aventura se ponen todas las “pruebas” que las niñas deben ir pasando, sin darse cuenta que, detrás de eso, hay un programa que se va cumpliendo. La obligación para las guiadoras es siempre fundar, tanto el encantamiento como la aventura, en los cuatro pilares de los que hablamos en la nota anterior: 1) Salud y aire libre, 2) Habilidad manual, 3) Servicio, 4) Inteligencia y carácter¹⁸⁰.

Lo anterior, podría indicar la emergencia de la representación social de una niña de características modernas, con muy poca diferencia respecto a las imágenes de los textos y documentos escolares de comienzo del siglo veinte. Espiga (2015), expone que la idea de ciudadanía en el caso de las mujeres comparte cierta conexión con el ser una “buena ama de casa” y en el mejor de los casos, cuando se las remite a la esfera pública, una “buena servidora”.

Hacia mediados de los noventa, estas representaciones de la niña moderna continuarán perpetuándose, ya no solo disciplinándola como una futura “buena ama de casa”, sino también fomentando su habilidad para las manualidades, para el desarrollo de actividades físicas no

¹⁷⁸ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXIX, n° 581, marzo de 1997, Montevideo, pp. 16-17.

¹⁷⁹ Charoná. *Suplemento especial*, año XXX, n° 608, agosto de 1998, Montevideo, p.46.

¹⁸⁰ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 5, n° 113, setiembre de 1971, Montevideo, pp 34-35.

competitivas, Más sobre la década de los noventa, se visualizarán artículos de contenido efímero, donde por ejemplo se orienta a las niñas sobre cómo conseguir “amigas compatibles”,

Saber si tus gustos, preferencias, deseos, etc., son los mismos de tu amiga es cosa sencilla si realizas con ella este método, que solo consiste en mirar cada una de las 20 figuras y responder a la siguiente pregunta: ¿Qué me une a ti?

Anotar cada respuesta individual y luego compáralas.

Muchas coincidencias: ¡Cuidado ¡Trata de tener más cosas en común!¹⁸¹

Las 20 imágenes planteadas en la nota para medir el grado de compatibilidad tratan de la edad, los deportes, la altura, la música clásica, el baile, la riqueza, el cine, la fuerza, la inteligencia, el peso, el cabello, el fisco, la lectura, los animales, la buena voluntad, la naturaleza, la música pop, la gula, el sentido del humor y la gentileza. Al final de las imágenes aparece un cuadro en blanco que dice “anote aquí el puntaje”¹⁸².

Por otro lado, se puede visualizar en el discurso publicitario la necesidad de dirigirse de manera específica a las posibles niñas lectoras y/o niñas clientas. En las revistas de la década de los setenta, se observa publicidad dirigida exclusivamente a niñas en los rubros de muñecas y vestimenta, desvinculándolas de las ofertas publicitarias como por ejemplo del rubro deportivo.

Las niñas serán representadas junto a niños en publicidades de mobiliario, marroquinería y artículos escolares, también serán posibles participantes de sorteos y concursos, aunque en algunas oportunidades los premios estarán predeterminados de forma diferenciada para niños y niñas, mientras que para las últimas sobresalen las muñecas, para los primeros habrá autos y ferrocarriles de juguete.

Será a mediados de la década de los ochenta que, la empresa nacional de productos lácteos Conaprole, iniciará una tendencia publicitaria en la que las niñas compartirán el protagonismo con los niños u oficiarán directamente como protagonistas. En las publicidades donde ambos comparten el protagonismo, se pueden identificar dos escenarios, uno (1986) que coloca en pie de igualdad a ambos y donde se afianza la idea de que no existen diferencias de género para incidir en la compra de productos para el consumo familiar y/o individual.

Otro escenario, donde el “equilibrio” impuesto por el discurso publicitario se rompe y ya no será a favor del “sexo fuerte”. En una publicidad del año 2000, Conaprole muestra a una niña después de haber tomado un yogur, sosteniendo a un niño en el aire con una mano, “Vas a tener fuerza de más”¹⁸³. Esta tendencia ya se había iniciado sobre finales de década de los ochenta, donde el consumo y el empoderamiento de la mujer parecieran comenzar a formar parte de un mismo movimiento.

¹⁸¹ *Maquendá*, año 1, n.º 5, agosto de 1992, Montevideo, p.4.

¹⁸² *Maquendá*, año 1, n.º 5, agosto de 1992, Montevideo, pp. 4-5.

¹⁸³ *Charoná. Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXXII, n.º 647, julio de 2000, Montevideo, p.2.



Ilustración 11. Publicidad, Charoná 2000

En suma, en un mismo período de tiempo se observa la convivencia de dos representaciones sociales de la niña, por un lado, representada por Maquendá teñida de valores modernos y por otro, por Conaprole como una niña rupturista en relación a lo moderno.

4.3.2. El juego de la maternidad

Si bien la publicación abordada, fue elaborada con el fin de llegar tanto a niños como a niñas, no significa que sus contenidos no ponderen a los primeros.

La división del juego, tiene un lugar importante en la publicación sobre todo en sus primeras tres décadas, donde se fomentan determinados juegos para niños y para niñas. En este sentido, Álvarez, en el libro de Píriz y Rodríguez (2017) sostiene que los juegos infantiles pueden y ofician de instrumentos reguladores, capaces de marcar en los cuerpos de la infancia la heretnormalidad.

En una revista de 1970, se observa la diferenciación de los espacios de juego, por género y en una nota titulada “Juegos para hacer al aire libre” se describen dos alternativas, una orientada a los niños y otra, a las niñas. Para los primeros, el juego del “Rango” y para las niñas el juego de la “Reina de los Mares”,

Los niños se colocan en fila para ir saltando en orden sobre otro compañero que permanece agachado.

La habilidad consiste en sortear el obstáculo limpiamente, sin caerse. Debe hacerse en forma rápida y continuada. Uno tras otro, van pasando y cuando terminan de hacerlo el primero de la fila pasa a ser el que se agacha¹⁸⁴.

Dos niñas dan vueltas a la cuerda para que otra salte varias veces. Luego dejan la cuerda en el suelo, moviéndola para que la niña salte sobre ella sin tocarla.

Se puede completar el juego utilizando un pañuelo.

La niña que salta tiene un pañuelo en la mano que deja caer y debe recogerlo sin parar y sin pisar la cuerda, mientras canta:

Soy la reina de los mares, si ustedes lo quieren ver.

Tiro mi pañuelo al agua, (deja caer el pañuelo)

y lo vuelvo a recoger ¹⁸⁵.

El artículo está acompañado por dos ilustraciones que contienen, por un lado, un grupo de niños y por el otro, un grupo de niñas, jugando entre ellos; al final, se visualiza una pequeña publicidad, denominada “Muñecas Fariña”.

En las revistas de la década del setenta, pudo observarse que, en la división sexual del juego, también se incluyó la maternidad como uno de estos. Pintos (2006), retomando a Ana María Fernández, plantea que la misma,

Señala que nuestra sociedad organiza el universo de significaciones en relación con la maternidad alrededor de la idea de que la maternidad es la función de la mujer y de que a través de ella la mujer alcanza su realización y adultez. Desde esta perspectiva, la maternidad da sentido a la femineidad y la esencia de la mujer es ser madre. Es así como funciona en nuestra sociedad el imaginario social instituyente, produciendo y reproduciendo un universo de “significaciones imaginarias constitutivas de lo femenino y lo masculino moderno que forman parte de los valores de la sociedad y de la subjetividad de los hombres y mujeres”. Estas producciones de sentido de carácter histórico producen mitos tales como el de Mujer=madre (p.27).

En esta línea, en una revista de febrero de 1971, se puede observar la presencia de una nota titulada “Pelusa trabaja y pasea”, en la que se presenta (en forma de juego) el ejercicio de la maternidad como un orgullo, a través de ilustraciones que describen distintas escenas de la niña,

1 – Sobre una prenda pequeña la plancha viene y va. El gatito se pregunta ¿no se podrá quemar?

2- A mediodía la mesa con gusto sabe tender. ¡Cuidado con esos platos no se vayan a caer ¡

3- De tarde riega las flores del jardín de su casita. Elige las más pequeñas que pone en su canastita.

4 – Ya cumplida las tareas decide ir a pasear con su pequeña muñeca.

¡Muy orgullosa se va ¡¹⁸⁶

¹⁸⁴ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 4, n° 71, diciembre de 1970, Montevideo, p.22.

¹⁸⁵ Ibidem, p.22.

¹⁸⁶ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 5, n° 80, febrero de 1971, Montevideo, p.40.

4.3.3. *El niño campeón del barrio*

Si para la publicación, ser madre era sinónimo de orgullo, en el caso de los niños estaba asociado al ser campeón, siendo los deportes y particularmente el fútbol otro de los elementos constitutivos de la revista a lo largo de gran parte del periodo abordado.

La tendencia de la revista a vincular el deporte a los niños -varones-, comenzó a manifestarse en la revista *Pilán* de 1969, considerada como parte de la génesis de lo que fue la obra de Boffano. Es en el primer número de esta, donde se presenta un extenso artículo de dos hojas, a través del cual por medio de variados gráficos y un amplio texto se introduce a los niños en el mundo del basquetbol, dejando claro desde un comienzo el público objetivo y estableciendo una radical posición respecto a la división sexual del juego,

Es un deporte para caballeros, y quien lo practique debe ser tal. En él se evita la violencia, se condena cualquier contacto con el adversario, se educa al culpable de un error a levantar la mano. Por sus méritos ganó la simpatía de los deportistas por el hermoso espectáculo de plasticidad que ofrece, ha entrado en las escuelas, cuando sus funciones de gimnasia formativa y correctiva ha sido recomendada por médicos e higienistas, ha entrado en los clubes grandes y chicos, a las casas por medio de la televisión. Es un deporte maravilloso. Es el deporte de futuro. Es vuestro deporte¹⁸⁷.

Si bien en la cita se resalta al Basquetbol ya que practicando el mismo se evita la violencia y el contacto físico excesivo, es el fútbol en su versión infantil el que terminará consolidándose como el deporte emblema.

Desde los inicios de la década de los setenta hasta casi finales de los noventa, el “fútbol infantil” fue retratado en imágenes y textos protagonizados por varones y hasta el periodo histórico abordado, las niñas no habían sido integradas en la Organización de fútbol infantil (ONFI), ex Comisión Nacional de Baby- fútbol (CNBF).

Con el objetivo de contextualizar y dimensionar este fenómeno, en Uruguay hacia el año 2019, se presentaban algunos datos y apreciaciones relevantes:

48.000 niños participan del fútbol infantil (se estima que las niñas alcanzan a 2.500), se juegan más de 2.000 partidos por fin de semana sin ninguna clase de vigilancia policial, hay 8.000 orientadores técnicos, existen 650 clubes y 64 ligas que los sostienen, y cada semana hay más de 700 reuniones espontáneas, para darle forma cotidiana a este fenómeno. Además de las contribuciones anónimas y de los esfuerzos de base, el fútbol infantil se financia con recursos públicos (aunque estos no tienen un renglón presupuestario definido) [...]

El fútbol infantil tiene arraigo y densidad social. En buena medida, opera de base del fútbol en general. La gran mayoría de los jugadores profesionales y casi la totalidad de aquellos de destaque internacional han comenzado por el fútbol infantil. En esa inserción social, se ha discutido mucho sobre los efectos negativos que esta práctica tiene sobre niños y niñas. La presión por la competencia, el olvido de las formas elementales de convivencia y el respeto, la intimación de prácticas adultas fácilmente identificables y asimilables, entre otros elementos han sido objetos de críticas por sus impactos en el desarrollo de los niños. Por el contrario, el discurso de los jugadores o de otros actores vinculados con el fútbol

¹⁸⁷ *Pilán*, año 1, nº 1, junio de 1969, Montevideo, pp. 20-21.

profesional sostiene que el fútbol infantil es el ámbito adecuado para socializarse en toda clase de presiones: aquellos que logran pasar esos filtros (“quedan con la piel dura”) estarán en mejores condiciones futuras de asumir los retos de una actividad de alta competencia (Arocena, 2019, p.64).

En nuestro país, el fútbol tal vez sea una de las expresiones culturales de mayor trascendencia popular, transversalizando clases sociales y siendo un deporte de amplia llegada a todos los barrios de la ciudad y regiones del país.

Si bien en los últimos años se viene procesando una progresiva integración de la mujer al “mundo del fútbol”, aún existe una tendencia a que dicha actividad esté monopolizada por varones, tanto en la práctica del deporte, como también en la dirigencia, los cuerpos arbitrales y el periodismo.

Tal vez en la expresión de la última cita, “quedan con la piel dura”, descansa una suerte de legitimación y/o afirmación de la masculinidad entendida como,

Una construcción ideológica que acontece no sin esfuerzo y nada tiene que ver con una supuesta esencia que define las condiciones a priori para uno u otro sexo [...]

Se trata de un correr permanentemente sobre un “deber ser” dinámico que normatiza el desarrollo subjetivo del varón. La masculinidad es tanto un componente de un complejo proceso social en transformación permanente, como un catálogo de condiciones y determinantes que se circunscriben en torno a seres discretos (con relativa capacidad singular para apropiarse del modelo prescripto de forma más o menos innovadora y crítica).

“Lo masculino” es una de las categorías definidas a partir de los sistemas de género que confiere un lugar de (pre) dominio en relación a la mujer, y no está linealmente y unidireccionalmente determinado -aunque entran en relación dialógica- por el cuerpo biológico, sino que se adhiere a este re- significándolo y definiendo su construcción y modos de apropiación y usos del mismo por parte del sujeto varón [...]

En este sentido amplio, la masculinidad hegemónica se ampara en el sistema cultural que perpetúa la inequidad y las asimetrías de poder entre hombres y mujeres (Amorín, 2007, pp.16-17).

La construcción de la masculinidad hegemónica desde la más temprana infancia también tiene resonancia en este niño varón futbolista ya que el deporte ocupa en el imaginario colectivo un lugar relevante,

[...] como espacio de reafirmación de la masculinidad, a través del sentimiento de pertenencia a un colectivo que entraña valores tales como la competencia, la rivalidad, la camaradería, la habilitación a evacuar una fuerza masculinamente violenta y la adquisición de reconocimientos fálicos (Campero, 2019, pp.49-50).

Desde esta perspectiva, el concepto de infancia moderna, sin bien se presenta como rupturista respecto a la invisibilización de la infancia en los antiguos regímenes (Ariès, 1987) en el caso europeo y/o la cultura bárbara (Barrán, 2015), en el caso uruguayo guarda una contradicción, ya que tanto sobre el niño como sobre la niña se depositan fuertes mandatos culturales que tienden a adultizarlos. En el caso de las niñas, induciéndolas precozmente a través del juego a ser buenas cocineras, amas de casa y madres, mientras que, en el caso de los niños, se los someterá de forma precoz al mundo masculino. Al decir de Campero, esto

incluye las etapas de gestación cuando la ecografía determina la presencia de un pene, provocando el inicio de gestiones para afiliar al niño a un club de fútbol (2019).

Un extracto clave, donde podría visualizarse esta contradicción, se encuentra en una nota de 1971 que finaliza exclamando por los deseados futuros campeones,

Fue fundado en agosto de 1964 por el Sr. Alberto Broullon, en el Camino Sanguinetti y Pajas Blancas. Le llamaron “Los Ceibos” por parecerles el nombre más apropiado ya que al lado de la primera cancha que los vio jugar, había una isla de Ceibos.

Los colores verde y rojo de las camisetas también tienen el mismo origen: las flores rojas de ceibo surgiendo entre las hojas verdes de estos árboles. Por otra parte, los colores verde y rojo son los que siempre usaron los cuadros grades y chicos de aquel barrio.

Cuando el Sr. Broullon tuvo la iniciativa de formar este cuadro, era un momento en que en aquellos lugares no había sitios donde los chicos, que eran más de los que hay en la actualidad, pudieran pasar sus ratos libres. El Sr. Broullon así lo comprendió, pese a que él no tenía hijos, pero sí un hermano menor, que aun defiende los queridos colores [...]

La nueva Comisión Directiva, siguiendo los pasos de la anterior, se abocó inmediatamente a la realización de importantes obras para el club, tales como la adquisición del nuevo campo de deportes.

En estos momentos está abocada a la iluminación del campo de juego y a la adquisición de un gran predio para su sede propia. ¡Felicitaciones, muchachada de los Ceibos! A seguir adelante que **ASI NACEN LOS CAMPEONES** ^{188 189}.

La cita narra una síntesis de la historia del club infantil Los Ceibos, donde también se exponen algunas fotografías de niños luciendo los trofeos obtenidos, no faltando la clásica imagen barrial de los niños subidos a la caja trasera del camión de un vecino, el que facilita la llegada a las distintas canchas de la ciudad. Si bien la nota hace referencia a las diferentes categorías con menciones (gorriones, cebollas, babys y semillas), el saludo final lo hace al término “muchachada” el que podría remitirnos a la noción de juventud.



Ilustración 12. Niños del baby futbol. Charoná, 1971

¹⁸⁸ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 5, n° 116, octubre de 1971, Montevideo, pp.24-25.

¹⁸⁹ Expresión destacada y escrita con mayúscula en el texto de la revista original.

En relación a lo planteado, Corea y Lewkowicz (1999) plantean que hay dos formas de entender y abordar la noción de juventud, por un lado, como “sujeto de las prácticas modernas” y por otro, como un “ideal de la cultura posmoderna de la imagen” (p.116). En la nota mencionada, el término muchachada parece estar asociado a la noción de juventud como protagonista de su tiempo, al ser campeón, a defender con orgullo la camiseta del club y al barrio. Lo cierto es que, en este caso, el concepto también adultiza a los niños, separándolos del acto de jugar y atribuyéndoles la responsabilidad de ser campeones y defender la identidad barrial.

Otro artículo de 1972, grafica la tendencia a la necesidad parental de trascendencia masculino- narcisista, que el hijo varón viene a satisfacer (Campero, 2019), a través de una nota donde se relata el avance superador de los niños en relación al “orden futbolístico”, acompañado de importantes victorias. El artículo se titula “Desde Melilla y Pinta hasta el Paso Molino- 25 de agosto se trajo aires renovadores”, y tiene un encabezado que dice “Baby Fútbol” junto a la Imagen de Charoná pateando un balón,

Los ochenta niños inscriptos que reúne el club 25 de Agosto de Baby Fútbol semana a semana para disputar oficialmente las alternativas del vibrante Campeonato Uruguayo de la Liga La Teja – Capurro, vienen dando muestras evidentes de una notoria superación en el orden futbolístico, como que en los últimos compromisos asumidos, han logrado una serie de expresivas victorias ante difíciles adversarios.

Están alcanzando de tal modo, un objetivo que se han fijado los mayores, incluida una dama, para que la actividad de esta meritoria institución redunde mayores beneficios. Es decir, que están correspondiendo a la confianza depositada en ellos por quienes orientan este club de colores blancos con vivos rojos, que empezará un poco displicentemente por el año 1963¹⁹⁰.

El artículo finaliza describiendo las actividades desarrolladas el 25 de agosto¹⁹¹ de ese año en el barrio Carrasco, actividades no ajenas a los solemnes rituales escolares, en lo que refiere a honrar una fecha patria,

El 25 de agosto la Liga Gran Carrasco de baby fútbol organizó un festival deportivo que se prolongó desde tempranas horas de la mañana hasta el atardecer. Honró de esa forma la fecha patria, así como también realizó la entrega de premios correspondientes al Torneo Preparación. Participaron todos los clubes de la Liga Parque Rivera, y como invitada especial, intervino la Selección de Baby Fútbol de Lavalleja.

Momentos muy gratos se pasaron durante la jornada, pudiéndose apreciar en la nota gráfica adjunta un instante del desfile efectuado antes de la entrega de premios¹⁹².

Situación similar se produjo en el fútbol infantil del interior, en una nota titulada “En los treinta años de Liga Isabelina”, compuesta por una foto con niños portando diferentes banderas representativas de nuestro pabellón nacional,

Memorables jornadas se vivieron en Paso de los Toros, entre el 12 y el 13 de octubre, al festejarse los treinta años de la Liga Isabelina de Baby Fútbol.

¹⁹⁰ Charoná. *Revista Uruguay para niños uruguayos*, año 6, n° 163, setiembre de 1972, Montevideo, p.34.

¹⁹¹ En nuestro país se reconoce el 25 de agosto de 1825 como el día de la Declaración de la Independencia.

¹⁹² *Ibidem*, p. 35.

Los presididos por el Sr. Irineo Pérez, comenzaron los festejos con un hermoso desfile de todas las instituciones que integran la Liga, encabezados por una original banda de música infantil, quienes recorrieron la principal arteria de la ciudad. Previamente se depositó al pie del Monumento a Artigas una ofrenda floral en la principal plaza pública¹⁹³.

Curiosamente, cuando el triunfo no es alcanzado, el niño nuevamente aparecerá representado como tal en el discurso,

La iniciación deportiva fue con una derrota a manos del Centro de Menores Artigas, en encuentro amistoso. Pero aplicando aquel dicho que establece que el inglés no quiere buen principio, pero sí llegar a buen fin, San Carlos compitió en forma continuada hasta nuestros días, formando una gran familia con los niños de la barriada¹⁹⁴.

Por lo tanto, el niño futbolista no sólo tendrá que honrar a su familia, dirigentes y a la patria, sino que también deberá defender el honor y la identidad barrial. Situación similar se observó en la representación de la infancia escolarizada durante la década del setenta y ochenta. Es en este sentido, que el barrio fue representado como una “gran familia”.

En noviembre del 1972, nuevamente el baby fútbol ocupa un lugar central en la publicación, en un artículo que se titula “Por el camino del Viejo San Carlos sembrando amistades y cosechando triunfos de resonancia en Maroñas”. El texto se encuentra acompañado de una sola fotografía con una descripción de la misma,

El plantel general del club, con su “madrina”, Gladys Minvielle de Nassutti, más conocida en el barrio por doña Coca, quien muchas veces cede hasta su domicilio para reuniones amenas o charlas técnicas y educativas¹⁹⁵.

En relación al texto se profundiza en la historia del club del Barrio Flor de Maroñas,

El club San Carlos de Baby Fútbol fue fundado por su actual presidente, Juan Nassutti, el 4 de julio de 1967, junto a un núcleo de padres de la zona de Camino Maldonado y Cuchilla Grande, Barrio Flor de Maroñas.

Su nombre, San Carlos, no es ajeno a ningún aficionado al fútbol mayor, pues está ligado a la AUF, donde militó en la Extra Intermedia y la Divisional B para luego desaparecer como tantos grandes clubes que hicieron la historia del fútbol uruguayo.

Don Juan Nassutti, defensor otrora de este glorioso club, y su esposa, Doña Coca, como cariñosamente la llaman los pequeños integrantes del plantel, pensaron como homenaje al club que fue gloria de ese barrio, renacerlo en lo que es la esperanza de nuestro fútbol de nuestra patria: los niños. Adoptaron su nombre y sus colores celeste y blanco, como los de la bandera oriental [...]

En 1970, al determinarse oficialmente las zonas donde debía actuar cada club de baby fútbol, San Carlos integró la Liga Camino Maldonado, donde se titularon en semillitas, por el Preparación, y en semillitas y cebollitas, por el uruguayo. En 1971, sólo los babies lograron un título en el Preparación, siendo vicecampeones (por el uruguayo) en semillitas y cebollitas¹⁹⁶.

¹⁹³ *Revista oficial de la Comisión Nacional de Baby Fútbol*, año sin dato, n° sin dato, noviembre de 1991, Montevideo, p. 5.

¹⁹⁴ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 6, n° 170, noviembre de 1972, Montevideo, p.34.

¹⁹⁵ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 6, n° 170, noviembre de 1972, Montevideo, p.34.

¹⁹⁶ *Ibidem*, p. 34.

En abril de 1973, aparece una nota de la revista titulada “Una gran familia con fe en el provenir” dedicada al Club Atlético Mauá que se encuadra dentro de una sección destinada al baby fútbol,

Una de las instituciones que encaran la realidad del baby fútbol montevideano con alegría, comprensión y espíritu bohemio, está afincada en una zona capitalina que dará que hablar dentro de breve lapso: Zona Norte.

Zona modesta, sinónimo de pujanza, entereza, temple, fe en sus propias fuerzas, alberga a muchos clubes de baby fútbol¹⁹⁷.

En la revista de octubre de 1973, se repite el patrón y la sección del baby fútbol tiene un lugar preponderante en la publicación a través de un artículo con cuatro fotos grupales de niños de las categorías de menor edad,

Este equipo de cebollitas es el “A”, dada la creciente demanda de los pequeños para poder alternar en las filas del club Deportivo Belvedere¹⁹⁸ Fueron los campeones en esta temporada [...] Que se repitan los triunfos y a cosechar amigos [...]

El nuevo plantel del Club La Rinconada una de las más prestigiosas instituciones montevidéanas, creado en esta temporada bajo los auspicios de la Liga en que milita: Montevideo- Isasa.

Son los chatitas, una categoría todavía más pequeña que los churrinches, y que despiertan en cada una de las presentaciones la simpatía general de allegados y aficionados.

Cuentan con solo 8 (ocho) años de edad...¹⁹⁹.

Parece importante subrayar que, el niño futbolista no sólo fue representado en su calidad de montevideano, sino que también, de niño futbolista del interior del país, ya que el fútbol infantil del “interior” también tuvo sus momentos de gloria en la Charoná, donde tal vez el foco no estaba tan concentrado en lo barrial, sino en la localidad,

Lascano (Dpto. de Rocha). Cada día es más intensa la actividad del baby fútbol en todo el interior del país. Recientemente se realizó en la ciudad de Lascano, una etapa del Campeonato Departamental de baby fútbol con la participación del seleccionado local y Rocha [...] El baby continúa ingresando en todas las zonas pobladas del país al igual que “Charoná” que con gusto ofrece estos dos equipos lascanenses...²⁰⁰

La revista de noviembre de 1991, presenta la particularidad de que en la tapa se anuncia un suplemento especial de baby fútbol, lo que no había sido hallado por el investigador en otros números. El suplemento, expresa en su tapa ser la revista oficial de la Comisión Nacional de Baby Fútbol, y la portada está compuesta por cuatro fotos de niños desfilando, con la consigna: “Desde Montevideo hasta Artigas- La emoción de un Campeonato Nacional”. Se presenta en siete páginas, con textos e imágenes de niños a color y en blanco y negro.

¹⁹⁷ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año 7, nº 12, abril de 1973, Montevideo, p.28.

¹⁹⁸ Club ubicado en Montevideo, en el barrio Belvedere.

¹⁹⁹ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año 7, nº 37, octubre de 1973, Montevideo, p.28.

²⁰⁰ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de américa*, año XVII, nº 382, noviembre de 1986, Montevideo, p.29.

Otro de los artículos a destacar, hace mención al apasionante campeonato canario²⁰¹ y lleva el título de “Pequeños amantes del balón”, el que se compone por una imagen de niños de la categoría 85 (nacidos en ese año) del club Sauce, junto a su entrenador. Del texto se destaca que “en ellos está la inocencia, la diversión y la semilla que germinará en hombres de provecho para nuestra sociedad”²⁰².

La revista de diciembre de 1997, expresa en una nota titulada “El Fin de un año importante”, la preponderancia del fútbol infantil en términos de alcance territorial al nivel país,

Con esta última edición de Charoná nos despedimos de 1997.

Año éste, tranquilo y fecundo para el Baby Fútbol nacional.

Hemos tenido una buena temporada deportiva con la disputa de 12 ligas de todo el país. [...] y la novedosa modalidad de fútbol 7 y la organización del primer clásico de fútbol infantil- baby fútbol entre Peñarol y Nacional²⁰³.

Es la revista del año 1991, la que se presenta rupturista respecto a las notas del fútbol infantil de las dos décadas anteriores, las que oscilaban entre el culto al triunfo futbolístico infantil y una suerte de romantización de lo barrial y/o local. La nota firmada por quien era el presidente de la comisión de baby fútbol en ese momento, realiza un extenso descargo en el que responsabiliza a los “mayores” (haciendo referencia a los referentes familiares de los niños) de haber protagonizado importantes distorsiones al normal desarrollo del 36° Campeonato Nacional, disputado en la ciudad de Mercedes. Lo llamativo de la nota es que se presenta rupturista en cuanto a que no fomenta la competencia y no hace culto al triunfalismo, y que parece emerger en esta una nueva representación de la infancia,

La victoria es efímera, transitoria. Se gana menos de lo que se pierde. Pero la formación del niño es permanente y lo capacita, bien o mal, para enfrentar la vida, que casi siempre es más dura que un partido de baby- fútbol.

La conducta de los mayores incide en el comportamiento de los niños. Los afecta fundamentalmente tanto aquellos que pretenden apoyarlos, reclamando todo, agrediendo o insultando, como cuando desmedidamente exigen, cuando no insultan al propio niño, en procura de una hazaña deportiva en la que creen ellos vivir cuando en realidad están ayudando a matar una de las pocas cosas lindas y puras de nuestro mundo común, la ilusión y expectativa de tiernos deportistas. Como adultos debemos afrontar nuestras responsabilidades.

Y Uds. Chiquilines, inteligentes de un tiempo nuevo y desafiante, hagan reflexionar a sus mayores, para que los dejen jugar en paz y libertad²⁰⁴.

De alguna manera, estas líneas parecen también, depositar en la infancia cierto grado de simetría con respecto a los/as adultos/as, imprimiéndoles desde su rol de niños la responsabilidad de estructurar a sus referentes, siendo estos últimos los que a priori deberían proteger a sus hijos y sobre quienes tendría que recaer el ejercicio de la autoridad. En este

²⁰¹ Expresión popular utilizada para denominar al departamento de Canelones.

²⁰² *Revista oficial de la Comisión Nacional de Baby Fútbol*, año sin dato, n° 191, noviembre de 1991, Montevideo, p. 4.

²⁰³ *Charoná. Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXIX, n° 598, diciembre de 1997, p.40.

²⁰⁴ *Revista oficial de la Comisión Nacional de Baby Fútbol*, año sin dato, n° sin dato, noviembre 1991, p. 2.

marco, podría estar produciéndose al decir de Duschatzky y Corea (2013) una suerte de desubjetivación o modos desubjetivantes de habitar los vínculos familiares.

Si bien como fue expuesto en este trabajo, la ruptura de la simetría entre niños/as y adultos/as se produce en el contexto de la emergencia de la figura del niño/a es su estatus de cliente/a, esta nota nos permitió examinar posibles alteraciones de los vínculos filiales por fuera de una operación comercial como es la compra de bienes y servicios.

En las revistas relevadas de los años posteriores, los artículos dedicados al fútbol infantil descendieron de forma drástica, pudiendo encontrar uno en una publicación de 1997 y otro en una del 2001, aunque en este último caso la representación del niño futbolista fue capturada por la figura del niño consumidor. En dicha nota lo organizacional a nivel comunal, la fidelidad al barrio y las imágenes de niños subidos a la caja del camión de un vecino, parecieron haberse perdido al igual que las fotografías en blanco y negro.

Los niños representados en la nota titulada “Colegios uruguayos participan del campeonato Walt Disney World- Copa 2001”, son alumnos de distinguidos colegios privados del país y en este caso los/as adultos/as parecieran haber presentado un comportamiento adecuado, facilitando el consumo infantil que ofició como un bálsamo para quienes no lograron ser campeones,

Tras un arduo torneo clasificatorio, entre 18 colegios uruguayos, el **Ivy Thomas** (categoría 8-9), el **Colegio Alemán** (categoría 10-11) y el **St. Catheries**²⁰⁵ (12 y 13) viajaron a Disney para participar del campeonato Walt Disney World. Los equipos uruguayos consiguieron el vicecampeonato en todas las categorías.

Las delegaciones se alojaron en el hotel All Star Sports y disfrutaron los parques, concurriendo a todos los juegos. La excelente disposición de los padres y acompañantes ayudó a que la organización de RBS; representantes de Disney en Uruguay, a cargo de Marcela Maihos y Carlos Scheck, fuera un éxito total²⁰⁶.

Como quedó reflejado en líneas anteriores, las niñas no fueron representadas en actividades deportivas de tipo competitivo, lo que podría estar dando cuenta no solo de la construcción estereotipada del deber ser del niño y la niña, sino también de las desigualdades de género, en lo que respecta a la apropiación de los espacios públicos. En las notas, tanto de la década de los setenta como de los ochenta y noventa, se puede observar que el niño futbolista transita por la ciudad e incluso por el país, recorriendo fin de semana tras fin semana los diferentes barrios de su ciudad, y en ocasiones distintos departamentos del país.

Un claro ejemplo de lo anteriormente expuesto puede observarse en un artículo de octubre de 1970 que da cuenta de la gran movilidad del niño futbolista por la ciudad, “Tercer campeonato interplazas. Ciudad de Montevideo”. Describe la realización de un campeonato conformado por diferentes equipos de niños en representación de varias plazas de la ciudad de Montevideo, en una extensión de dos páginas, con varias imágenes del equipo de fútbol

²⁰⁵ Nombres de colegios destacados en el texto de la revista original.

²⁰⁶ Charoná. *Revista para los chicos del tercer milenio*, año XXXIII, n° 673, octubre de 2001, Montevideo, p.34.

con su entrenador antes de comenzar el juego y también, de niños en el desarrollo de la partida futbolística. En este marco, la nota anuncia la realización del tercer campeonato interplaza y la participación en la contienda futbolística de la Plaza nº 2 de Gral. Flores y Cañapirú, Plaza nº 1 del Barrio Olímpico (Aduana), Rincón Infantil nº 6 Barrio Cerrito de la Victoria, Plaza de Deportes nº 10 Barrio Cerro, Plaza nº 7 Barrio Paso Molino, Plaza nº 5 Barrio Unión, Plaza Malvín Norte, Plaza nº 6 (no especifica Barrio)²⁰⁷,

Fue este un campeonato organizado por el Inspector de Plazas de Deportes de Montevideo, Sr. Emilio Ayerra Bosco y Directores de Plazas y Rincones Infantiles y auspiciado por una compañía de refrescos.

Hubo una única finalidad en la realización de este evento: desarrollo de actividades, acercamiento y camaradería, para niños menores de 14 años.

“Charoná”, inquieto indiecito que le gusta el fútbol se hizo presente en la Plaza de Deportes Nº 5 de la Unión y allí registró las notas gráficas que acompañaran estas líneas ²⁰⁸.

En suma, las niñas serán representadas -en comparación con niños- menos integradas y más recluidas en el hogar. En el suplemento Maquendá de 1992, se presenta una nota dirigida a la niña, titulada “Gimnasia para vivir mejor” donde se exponen diferentes ejercicios individuales de estiramiento que por sus características se podrían desarrollar desde la casa. Por su parte, las imágenes que ilustran los diferentes ejercicios están acompañadas de un mensaje que, tal vez, deje entrever uno de los “deber ser” de la representación de la niña que se proyectó en la revista: “esta posición que mostramos en estas páginas, ayuda a relajar los músculos y a lograr un cierto equilibrio y serenidad”²⁰⁹.

4.3.4. El varón protagonista y la niña heroína en el país del átomo

A lo largo de este trabajo, se ha visualizado que, de los diferentes géneros literarios relevados en el periodo abordado, se destacan los cuentos e historias breves que se concentran en los inicios y mediados de la década de los setenta y que están en su mayoría protagonizados por niños varones con características modernas.

Algunos de estos cuentos, representan el cotidiano de estos niños en el marco de la interacción con sus padres, los que suelen conservar su lugar de autoridad, mientras que los primeros se muestran reflexivos en torno a los consejos brindados por los adultos. Asimismo, generalmente los niños tienen hermanas de menor edad y algunas de las narrativas ponderan el compartir en familia, por sobre el acto del consumo infantil.

Así, la idea del niño moderno vigilado y tutelado por los/as adultos/as es reafirmada en los cuentos breves de las primeras revistas. El cuento titulado “Una hermosa aventura” es un

²⁰⁷ Charoná. *Revista Uruguay para niños uruguayos*, año 4, Nº 62, octubre de 1970, Montevideo, pp.14-15.

²⁰⁸ *Ibidem*, p.14.

²⁰⁹ *Maquendá*, año 1, n º 5, agosto de 1992, Montevideo, p.6.

ejemplo de esto, donde aparecen tres niños -varones- en un campamento, que reciben el permiso de sus padres para ocupar una carpa independiente a la de los/as adultos/as en sus vacaciones. La narración está acompañada de la imagen de los niños junto a un fogón,

Los niños estaban radiantes: ya se sentían mayores. Por primera vez, sus padres los habían autorizado a ocupar una carpa solos y a vivir esos días, de acuerdo a lo que sabían hacer. Demás está decir que sus padres y demás amigos ocupaban las carpas contiguas ese año, como todos los anteriores que salieron a pasar sus vacaciones al campo. Además, la madre estaba siempre atenta, pues no creía que sus hijos supieran hacer todo lo que ellos decían [...]

Es muy tarde. Los niños descansan. Están rendidos. Sus padres se acercan a darles el beso de las buenas noches. Ellos no lo sienten. Duermen. Duermen satisfechos. Cumplieron satisfactoriamente lo que se propusieron²¹⁰.

Como fuera señalado, la idea de un niño menos ligado al consumo, también es reflejado en las historias relevadas de la década de los setenta, como lo expone el cuento titulado “El regalo de Gustavo” que plantea como escenario narrativo una historia que rápidamente adquiere una forma de tutorial para la elaboración de una manualidad. El protagonista de la historia es otro niño,

Gustavito estaba preocupado: su mamá cumplía años y no tenía dinero para comprarle algo útil y bonito. De pronto, se le ocurrió una idea: su madre tejía mucho antes de llegar los primeros fríos, y no tenía una caja para guardar la lana; él le regalaría una, hecha por sus propias manos [...]

La mamá de Gustavo teje ahora orgullosa y tranquila se pasea con su porta ovillo va caminado, a la sombra de los árboles del parque, paseando a la nena más chica; ya su lana no se le cae y se mantiene sin ensuciarse.

¡Felicitaciones por tu idea, Gustavo! ²¹¹

El patrón se repite en otra pieza literaria protagonizada por un niño llamado Pedro, titulada “La nueva bicicleta”,

Pedro entró como una tromba en su casa, tan alborotado que apenas podía hablar.

- Papá, papá – gritó- ¡El chico de la otra cuadra tiene una bicicleta nueva!
- Ya sé hijo, lo vi cuando volvía del trabajo. Supongo que se la habrán regalado para su cumpleaños, contestó el papá.
- Mi cumpleaños fue la semana pasada, -comentó Pedro- pero nadie me compró una bicicleta [...]
- Cuando llegó a su casa se puso a mirar pensativo su bicicleta y se sintió muy egoísta por haber deseado una bicicleta nueva, sin tener en cuenta que había chicos, como el pecosito, que ni siquiera podían caminar.
- ¿En qué estás pensando exclamó el papá, de repente?
- ¡En lo feliz que soy! Contestó Pedro -abrazando a su padre-. Y sin decir más, saltó en su vieja bicicleta y salió como una bala, cantando con todas sus fuerzas ²¹².

Ya por el año 1975, comienzan a introducirse nuevos relatos donde las niñas pasarán a adquirir protagonismo, tal es el caso de la revista de ese año que contiene una historietta

²¹⁰ *Pilan*, año 2, nº 3, enero de 1970, Montevideo, p. 19.

²¹¹ *Ibidem*, p. 19.

²¹² *Charoná. Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 5, nº 113, setiembre de 1971, Montevideo, p.39.

elaborada a nombre del “Correo de la UNESCO”²¹³ y un artículo titulado “1903-1075, Abuelos y nietos”.

Con respecto a la historieta del correo de la UNESCO, llamada “Sofía y Bruno, en el país del átomo”, se destaca que tiene como protagonistas centrales a una niña (Sofía) y a un niño (Bruno), pero quien de alguna manera asume el rol de “heroína” es la niña cuya edad podría rondar entre los 10 y 13 años. Esta es quien le realiza las preguntas más desafiantes al profesor y quien responde las preguntas formuladas por Bruno, anticipándose a las respuestas del docente. En esta historieta, la niña rompe con la representación imperante asignada hasta finales de la década de los noventa, por lo que al igual que se ha observado en otros pasajes de este trabajo, se produce una convivencia entre representaciones de la infancia que, a pesar de su carácter contradictorio, logran coexistir.

Por su parte, el artículo les presenta a los/as lectores/as, algunas transformaciones referentes al género y generaciones, las que dejan entrever la emergencia de nuevas sensibilidades al interior de nuestra cultura,

Ayer, el muchacho y la chica que no fuesen por lo menos primos, se trataban de usted.

Hoy, se tutean enseguida que empiezan a tratarse.

Ayer, sólo el llevaba pantalones. Ni se pensaba que una señorita se le ocurriera ponérselos.

Hoy, ambos los llevan iguales, y no sólo los pantalones, sino también camperas, championes, cinturones, y corbatas fueron adoptados por chicas.

Muchachas y muchachos tenían muy pocas oportunidades de acercarse, acompañarse y conversar.

Ahora, las ocasiones para reunirse son incontables.

Ayer una muchacha soñaba con tener 18 años para participar de su primer baile.

Hoy el baile se ha transformado en una especie de deporte que se puede practicar a cualquier edad.

Ayer, el estudio de muchachos se hacía en colegios separados.

Hoy hay coeducación: los dos sexos afrontan juntos los problemas, teoremas y redacciones.

En otro tiempo, las damas se bañaban en una zona separada de la playa saliendo a escondidas de los carritos y cubiertas de ropas.

Hoy las muchachas hacen frecuentemente amistad en el mar, durante las vacaciones²¹⁴.

En este marco, se puede sugerir que es a partir de la segunda mitad de la década de los setenta donde comienzan a confluir y convivir imágenes contundentemente contradictorias en cuanto a un posicionamiento político respecto al género. Se relevó una revista de 1977 en la que se observa una sección destinada al humor, en la cual se exponen diferentes situaciones “humorísticas” representadas con dibujos y leyendas. En una de las imágenes se constata la presencia de lo que pretende ser un chiste cargado de misoginia, donde se ilustra a una mujer

²¹³ Organismo especializado de las Naciones Unidas, creado en 1945 con el objetivo de contribuir a la paz y a la seguridad en el mundo, mediante la educación, la ciencia, la cultura y las comunicaciones.

²¹⁴ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año III, n° 93, marzo de 1975, Montevideo, pp. 20-21.

entrando a la casa y de fondo su esposo sentado con un revolver sobre la sien, junto a una leyenda en la que la mujer exclama “¡llegó mi madre!”²¹⁵.

4.3.5. Mujeres universales y la juventud como imagen

A los efectos de este trabajo, no se relevaron otros artículos que de forma explícita dieran cuenta de las transformaciones procesadas en relación al vínculo entre varones y mujeres, aunque sí fueron relevados aquellos artículos referidos a la narración de historias de diferentes mujeres. En este sentido, se podrían identificar dos periodos, uno de ellos data de la etapa fundacional de la publicación, donde se retratan mujeres vinculadas a la educación, la literatura y la filantropía; y otro, que data de la década de los noventa, donde los retratos tienden a hacer referencia a mujeres jóvenes afines al ámbito del espectáculo.

En una de las revistas Charoná de octubre de 1970, se destaca el reconocimiento hacia una mujer por su trabajo en la vida pública del país, particularmente por su aporte a la literatura y la educación. El artículo sin firma de autor/a describe brevemente a la poetisa uruguaya Sara de Ibáñez, autora de las obras “Canto a Montevideo”, “Las Estaciones”, “Hora ciega”, “Pastoral”, “La Batalla”, entre otras y señala algunos aspectos de la infancia de la poetisa, los que habrían forjado su personalidad y carácter,

Su infancia la vivió en contacto con la naturaleza y bajo su influencia forjó una personalidad recia y sensible.

Su terruño natal siempre la inspiró para la creación de su obra artística. Las flores silvestres, tanto como los blancos arenales del Río Negro, dejaron huella indeleble en su fino espíritu poético ²¹⁶.

Por su parte, en la revista número 64 del mes de octubre de 1970, se presenta un artículo sin firma de autor/a, que retrata a la maestra Josefina Margarita Ipar de Melazzi,

Charoná tuvo la dicha de asistir a uno de los actos más emotivos al rendirse homenaje a Doña Josefina Margarita Ipar de Melazzi.

La escuela N° 19 de Santa Clara hoy lleva su nombre. Ha de ser su monumento para ejemplo de las generaciones que nos sucederán [...]

En 1894, pasó a trabajar como Maestra Directora en la Escuela N ° 19 de Santa Clara, ganándose el corazón del vecindario. Allí formó su hogar y nacieron 7 de sus 8 hijos. Dirigió campañas notables de reivindicaciones y conquistas en favor de los maestros, escuelas y niños, en forma modesta, sencilla y con ejemplar responsabilidad.

Predicaba con actitud la firmeza de sus convicciones democráticas inspiradas por Artigas, el primer educador, y por Varela con el triunfo de sus principios: universalidad, gratitud, obligatoriedad, laicidad.

En 1914, cuando se jubiló, el homenaje que le tributó el pueblo fue grandioso. Los poemas, pensamientos, mensajes entre los que se destacan desde los más pulidos hasta los más ingenuos y naturales conceptos, tienen una belleza y un sentimiento de auténtica gratitud que emociona.

²¹⁵ Charoná. *Revista Uruguaya para los niños uruguayos*, año V, n° 190, agosto de 1977, Montevideo, p.32.

²¹⁶ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 4, n° 62, octubre de 1970, Montevideo, p.22.

A través de ellos se retrata, además, el grado de cultura alcanzado por la generación que justamente había formado la maestra que se alejaba ²¹⁷.

En mayo de 1972, se reconoce en un artículo sin firma de autor/a la labor de otra mujer, en este caso se le rinde homenaje a la filántropa Florencia Nightingale,

Hija de una familia acaudalada y de rango, nacida en plena época victoriana en la que aquellas condiciones le habrían abierto todas las puertas para llegar a una posición envidiable en satisfacciones físicas. Florencia Nightingale (lee: Naitingeel) fue la personificación de la vida humilde dedicada al bien del prójimo desvalido; tan sensible al dolor humano como indiferente al bienestar personal.

Su consagración al alivio del sufrimiento la expuso a la muerte, sufrió enfermedades, pero nunca vaciló en el ejercicio de la más conmovedora filantropía.

Auténtica en virtudes, terminada su misión en Crimea, supo que sus compatriotas se aprestaban a rendirle un clamoroso homenaje por la heroica obra realizada en el teatro de la guerra; emprendió su retorno de incógnito y continuó siendo en hospitales, junto al lecho del enfermo, “El Ángel de Crimea” que mitigaba el dolor con una palabra de bondad, sus gestos de amor y su infatigable consagración al cuidado del doliente²¹⁸.

En noviembre del 1986, una nota sin firma de autor/a, cuya extensión abarca dos páginas, plantea un resumen de la historia de vida de María Clara de Zabala, a quien se la presenta como la “cofundadora de la primera escuela oriental para niñas”,

Se llama María Nicolasa Josefa Clara de Zabala y era nieta del fundador de la ciudad de Montevideo, gobernador y capitán general de la provincia del Rio de la Plata, Bruno Mauricio de Zabala [...]

María Clara de Zabala tenía apenas 17 años cuando contrajo matrimonio, el 12 de mayo de 1881, en Canelones. Su esposo fue Eusebio José Mariano Vidal, valenciano, a quien el virrey Juan José de Vertiz le encomendó en calidad de Director de Poblaciones, la fundación de las villas de San Juan Bautista (hoy Sata Lucia) de San José [...]

Debido a la iniciativa de su esposo, el capitán del cuerpo de Dragones Eusebio Vidal, y la suya, Montevideo contó con la primera escuela gratuita para niñas [...] habían resuelto fundar una escuela en la cual las niñas de Montevideo y sus contornos pudieron aprender “los deberes cristianos y los ejercicios mujeriles, perfeccionándose en la escuela y crianza” que recibían de sus padres²¹⁹.

Estos tipos de artículo que retratan a mujeres, recién fueron observados nuevamente en 1999 en una publicación que enuncia un reportaje a la uruguaya Natalia Oreiro acompañado de una foto de la actriz rio platense en la portada principal. En el cuerpo de la revista son tres las mujeres representadas, una de ellas se repetirá Florencia Nighyingale²²⁰, también conocida como “La dama de la Lámpara”, pero en esta ocasión a diferencia de la nota de 1972, los elementos del orden estético serán ponderados por sobre su obra,

Florencia era bella e inteligente, criándose y educándose de acuerdo a su condición de integrante de la alta sociedad inglesa, con una posición económica que la libraba de toda preocupación material, que pudo impulsarla a una vida frívola y despreocupada. Pero, sin embargo, en 1854 ocurre un hecho que despertaría en Florencia una vocación tan honda

²¹⁷ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 4, n° 64, octubre de 1970, Montevideo, p.6.

²¹⁸ Charoná. *Revista Uruguaya para niños uruguayos*, año 6, n° 144, mayo de 1972, Montevideo, p.1.

²¹⁹ Charoná. *Revista Uruguaya para la juventud uruguaya y de América*, año XVIII, n° 382, noviembre de 1986, Montevideo, pp. 12-13.

²²⁰ En la revista de 1972 ya se había escrito un artículo sobre ella.

y firme, que en ella volcaría toda su vida. En Crimea, una península del Mar Negro, se destapa una guerra entre Rusia y Turquía, apoyando Inglaterra y Francia a esta última²²¹.

La nota de Florencia Nighyngale de 1972, está acompañada de una ilustración en la que de alguna manera se la puede observar como una mujer de edad media, alejada de los cánones de belleza imperantes en el mundo occidental; en cambio en la nota de 1999 la filántropa es representada en otra ilustración como mujer joven, cuya edad podría rondar entre los 18 y 20 años, rubia y de ojos claros.

Las otras dos mujeres representadas en la revista de 1999 (Natalia Oreiro y Thalía) además de tener en común el ser iconos de la música “pop”, tienen en común ser mujeres jóvenes y cumplir con los cánones de belleza imperantes en nuestros días. Respecto a Thalía, se presenta un breve artículo sin firma de autor/a, en el que se expone información sobre su infancia, y una foto en blanco y negro,

Es la menor de cinco hermanas y siempre fue la más consentida. A los nueve años debutó en el grupo infantil “Din Din”, con el que grabó su primer disco. Siempre fue una persona muy creyente. El día de su primera comunión lo recuerda como uno de los más felices de su vida. Asistía a un jardín de infantes que quedaba frente a su casa. Así y todo ¡siempre llegaba tarde!

Es mexicana, actualmente tiene 27 años y protagonizó las tres telenovelas más exitosas de la televisión: “María Mercedes”, “Marimar” y “María la del Barrio”. ¿Ahora sí ya saben quién es, ¿no?

Claro... ¡es Tahalía!²²²

En relación a la nota realizada a Natalia Oreiro, se destaca su extensión (dos páginas) y las dos fotos a color de la actriz. En relación al contenido del artículo (el cual no tiene firma de autor/a), es importante subrayar que no se refleja un reportaje como es anunciado en la tapa de la revista, sino un breve resumen de su trayectoria laboral en los medios, una “ficha personal”, y la letra de una de sus canciones “Cambio Dolor”. La nota titulada “Un fenómeno llamado Natalia Oreiro” señala como introducción que “con solo 21 años, Natalia ha logrado el éxito en todas sus formas y con una rapidez asombrosa: es modelo, actriz de T.V, ahora debutó como cantante”²²³.

La “Ficha personal de Nati” enumera diferentes variables como estudios, poetas y actriz que admira, grupo de música, ente otras. Asimismo, plantea virtudes y defectos de la actriz y en relación a ambas, expresa “Una virtud: hacer todo lo posible para ser feliz, sin descuidar los sentimientos de los demás. Un defecto: es muy sensible. En el mundo en el que vivimos hay cosas de la realidad social que la hacen sentir mal”²²⁴.

²²¹ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXXI, n° 622, mayo de 1999, Montevideo, p.6.

²²² *Ibidem*, p.13.

²²³ *Ibidem*, p.14.

²²⁴ *Ibidem*, p.15.

Por su parte, en la revista del año 2002, bajo el título “Harry Potter y los niños pobres”, se presenta una nota sobre la creadora de la novela del niño mago,

Joanne Kathleen Rowling, la autora de la exitosa serie de novelas sobre Harry Potter, donará los beneficios de la venta de dos de sus libros a la asociación Comic Relief. Esta sociedad presta ayuda a niños y niñas y adolescentes de los países más pobres del mundo [...]

Los voceros de Comic Relief declararon que: “los niños son realmente el futuro de los países más pobres donde comúnmente los menores de 18 años son la mitad de la población.

Este nuevo fondo los ayudará a través de la educación, la lucha contra la esclavitud infantil y la reunión de los padres e hijos separados por la guerra. El fondo también ayudará a los más jóvenes a cuidarse del sida y estructurará proyectos para rehabilitar a los niños heridos por las minas antipersonales”.

La autora J.K. Rowling denunció las duras condiciones en que viven muchos niños británicos criados por uno solo de sus padres [...]

La propia J.K. Rowling, antes de convertirse en la autora de los libros infantiles más vendidos en los últimos años, vivía gracias a la seguridad social en Edimburgo, donde ella sola criaba a su única hija²²⁵.

A diferencia de las mujeres que fueron retratadas en la década de los setenta y ochenta, las de finales de los noventa hasta 2004 están ligadas al mundo del consumo infantil, ya sea por medio de industria de la T.V, o de la venta masiva de libros.

Algunos de los relatos narrados anteriormente podrían estar acercándonos a ciertas características del individualismo postmoderno caracterizado por Lipovetsky (2003), quien afirma la presencia de una nueva hiperinversión del espacio privado en relación a una concomitante deserción de la política. Si se observan los relatos de las mujeres más contemporáneas se resalta el término “éxito” asociado a la cantidad de telenovelas filmadas y discos vendidos, así como también se subraya que dicho “éxito”, fue alcanzado a edades tempranas. En este caso, la juventud pareciera estar vinculada más que nada a la idea de que ser mujer y joven es alcanzar la felicidad.

Esta tendencia a ponderar la juventud sobre la adultez e incluso sobre la infancia, también puede observarse en la evolución física del personaje Maquendá, por medio de las ilustraciones relevadas. Mientras que en 1971 era representada como una niña pre adolescente, en 1994, se puede observar una Maquendá con un desarrollo corporal acorde al de una mujer joven.

²²⁵ Charoná. *Revista Uruguaya para los chicos del tercer milenio*, año XXXIV, nº 678, abril de 2002, Montevideo, p.5.



Ilustración 13. Maquendá, Suplemento "Las aventuras de Charoná: secuestro y rescate", 1973



Ilustración 14. Maquendá, Charoná, 1994

Sobre finales de la década de los noventa y hasta el 2004, las representaciones de mujeres, referentes de la educación, continuaron reproduciéndose, como es el caso de la poetisa chilena Gabriela Mistral en la publicación del 2002 y maestra y poetisa uruguaya Luisa Luisi en una revista del 2003. Sin embargo, estas mujeres de carácter "universal" y "republicano" irán adquiriendo un lugar marginal en la publicación.

4.3.6. La representación social de la niña (1969-2004). Una breve reseña

Se podría afirmar que la revista Charoná es una publicación dirigida tanto a niñas como a niños, teniendo en cuenta que gran parte de sus contenidos de corte académico -en sus diferentes áreas- son de acceso universal, independientemente de lo que pueda implicar ser niña o niño. Asimismo, la presencia de espacios o secciones dirigidos exclusivamente para niñas, así como también los discursos publicitarios exclusivos para estas, permite, deducir lo afirmado. Sin embargo, lo anterior no anula la tendencia a que una gran parte de los contenidos de la publicación se presenten masculinizados, posicionando, en la mayoría de los casos, a los varones como protagonistas de las piezas literarias, como campeones en las canchas de fútbol y apropiados del espacio público de la ciudad.

Aclarado esto, parece importante subrayar que la representación social de la niña plasmada en la revista, se caracterizó por presentar dos modelos de esta, uno teñido por una mirada conservadora en relación al rol y el lugar que la mujer debe ocupar en la sociedad y otro, teñido por una mirada vanguardista en torno al nuevo lugar asignado a la mujer en la sociedad.

Estas dos representaciones sociales de la niña durante determinados periodos de tiempo lograron convivir a pesar de sus características contradictorias, aunque es posible identificar predominancia de una u otra en determinados momentos históricos.

Desde la etapa fundacional hasta mediados de los años noventa, la revista Charoná proyectó la representación de la niña como una futura madre y ama de casa, tendió a adultizarla, brindándole consejos de orden moral y práctico con el fin de construir la mujer del mañana.

La niña -blanca- también debió ser protegida por el varón, quien será el “salvador” de los peligros del mundo, tuvo que ser ordenada, habilidosa para las tareas manuales, sin que esto implicara descuidar su inteligencia, carácter y belleza “para ser el orgullo de mamá”.

Su vocación fue de servicio y estuvo orientada al cuidado de los demás, no participó en los deportes competitivos y fue sutil, flexible y equilibrada; su protagonismo tendió a ser secundario.

Sobre mediados de la década del setenta, la niña comenzó a ganar espacios de protagonismo, y a tener nuevos niveles de autonomía, determinación, libertad y fortaleza física.

Desde la etapa fundacional hasta finales de los años noventa, las niñas tuvieron la oportunidad de proyectarse en mujeres consagradas como grandes maestras, poetas y filántropas, caracterizadas por el valor simbólico de su obra, su carácter, la majestuosidad de su abnegación y la belleza de su prosa; en este espejo, la niña escolar verá su posible devenir.

Ya sobre finales de los noventa, las niñas conocieron otro tipo de representación social de la mujer, la que será joven, y no necesariamente se caracterizará por la belleza de su prosa, sino por su “éxito”. Estas mujeres estarán vinculadas en algunos de los casos al espectáculo y se diferenciarán de las mujeres anteriormente descritas, por la marca de sus acciones que no se medirán por el acumulado lineal de su experiencia, sino por el alto impacto de éstas en edades jóvenes. Serán ponderadas en función de la rapidez y masividad con la que puedan venderse “sus productos” y por el alcance de los mismos; en este espejo, la niña clienta verá también un posible anhelado devenir.

CONSIDERACIONES FINALES

Como fue señalado al comienzo de este trabajo, en la transcripción de algunos pasajes de mi diario de campo, cuando me propuse llevar a cabo esta investigación, estimé que acceder a las revistas Charoná sería relativamente sencillo, ya que partí del prejuicio de que en las dos bibliotecas más emblemáticas de la ciudad podría tomar rápidamente contacto con dicho material, lo cual posteriormente fue -parcialmente- contrastado con la realidad.

En lo que respecta a la biblioteca nacional, si bien su hemeroteca proporcionó la gran mayoría de los documentos abordados, se presentaron dificultades tales como la ausencia de los

primeros años de edición, la ausencia de revistas de algunos años posteriores a la etapa fundacional, y faltantes de números en general.

Otro aspecto a resaltar de la recolección de la información, es que solo fue posible acceder a un número muy reducido de suplementos que, en determinados momentos del periodo de tiempo abordado en esta investigación eran comercializados de manera adjunta a la revista. Esto incidió en la posibilidad de profundizar en temas referidos a la representación social de la niña en lo que respecta al suplemento Maquendá; y a la representación social de la infancia “preescolar” en cuanto al suplemento “Charonito” cuya primera aparición se observó en la portada de la publicación relevada de 1989. Asimismo, en la biblioteca del Palacio Legislativo, no fue posible acceder a ningún material debido a que las revistas fueron donadas a centros de educación inicial.

Más allá de las dificultades surgidas en la etapa de recolección de información, la búsqueda del material me permitió establecer contactos con diferentes trabajadores y trabajadoras de las mencionadas bibliotecas los cuales contribuyeron a brindar elementos que posibilitaron comenzar a inmiscuirme en la infancia del Uruguay contemporáneo.

En una de las concurrencias a la hemeroteca, una funcionaria en búsqueda de una explicación para justificar la ausencia de revistas, me contó que cuando era pequeña -años setenta- en su casa, el ser niña “tenía menos estatus que un perro”. Si bien asumo y afirmo que la mencionada expresión no me permite establecer generalidades sobre el pasado reciente de la infancia uruguaya, podría sugerirnos que estas instituciones encargadas de reunir, preservar y difundir documentos culturales, no entendieron y/o asumieron que este material infantil -en este caso revistas Charoná- podrían configurarse como un elemento trascendente para abordar la historia y/o aspectos sociales y culturales de nuestro quehacer diario. De manera implícita, lo mencionado podría estar hablándonos de una tendencia a la invisibilización de la infancia.

Sin embargo, pareciera que esta tendencia comenzó a revertirse en la actualidad, teniendo en cuenta que toda la documentación infantil que está arribando a las bibliotecas está siendo rigurosamente conservada.

En este marco, es importante destacar el apoyo de compañeros y compañeras quienes gentilmente desarchivaron distintos números de la revista Charoná que tenían a disposición en sus hogares; así como la posibilidad de acceder a vendedores/as y/o coleccionistas de revistas, que posibilitó acrecentar el alcance de esta investigación.

También, es preciso subrayar que las imágenes, notas y artículos de la publicación abordada son de tan diversa índole, que podrían propiciar la realización de múltiples investigaciones, dependiendo desde donde cada investigador/a decida poner su lupa. En mi caso, al momento de abordar las revistas, además de lo ya expresado en esta tesis, observé y relevé notas y artículos, así como también publicidad, vinculados a la infancia en relación a la salud, los

cuales por diversos motivos no incluí en este trabajo, anhelando la posibilidad de presentar estas observaciones y posibles análisis en futuras instancias.

Si bien la revista Charoná -a criterio del investigador- reflejó ser un documento relevante para abordar las representaciones de la infancia en el Uruguay contemporáneo de finales de siglo XX y comienzos del siglo XXI; lejos estoy de asumir, o pretender juicios universales sobre la infancia en nuestro país. Sin embargo, es posible a partir de esto, destacar algunos signos que podrían estar dando cuenta de una tendencia hacia el agotamiento de la representación de la infancia moderna.

A su vez, me resulta interesante destacar que a pesar de que la Charoná es una publicación infantil, se dirigió en mayor o menor medida a todos y todas: niños, niñas, maestras y maestros, madres y padres, ya sea través del discurso mediático y/o el publicitario.

El discurso mediático en su etapa fundacional (1969-1974) se dirigió a la infancia escolarizada inserta en la grupalidad escolar o enclavada en la institución escuela, lo cual se observó plasmado en los primeros artículos e imágenes -fotografías- donde se pudo apreciar a los escolares posando de manera colectiva para la foto, ya sea en el festejo de alguna fecha patria, en conmemoraciones especiales; o en paseos con fines educativos a la capital; la escenografía predilecta de estas imágenes será el aula, el patio escolar, el barrio y la fábrica. A mediados de la década de los años setenta, se comenzaron a observar variaciones en el discurso mediático, que poco a poco fue dejando atrás las fotos en blanco y negro de los escolares y de las escuelas, para comenzar a desplegar a través de saludos de comienzos de "año lectivo" y de "fin de curso" una relación más íntima con cada escolar -lector/a-. Este vínculo es más franco, o como tal vez lo denominaría Lipovetski (2003) más personificado, en el que se irá despojando más al sujeto de la opresión del "orden disciplinario", situándolo en el plano de la realización personal.

Como bien señala el citado autor, no es posible observar estas transformaciones por fuera de la revolución del consumo, la que ha permitido el desarrollo y los deseos del individuo, y nos ha conducido a este nuevo proceso de personificación que afianzará dos lógicas antinómicas: la anexión de las esferas de la vida social a los procesos de personificación y el retroceso de los procesos disciplinarios, que podría conducirnos a lo que algunos entienden como sociedad posmoderna.

Es en este contexto, año a año, en que la publicación irá forjando una emergente "nueva infancia", que ya no será necesariamente la del ciudadano y ciudadana en construcción, sino que devendrá en la imagen del consumidor/a del presente. El mercado, a través del discurso publicitario irá colonizando de manera gradual una gran parte de los contenidos de la revista, no estando exento de esta situación, el mismísimo General José Gervasio Artigas, quien en un abrir y cerrar de ojos pasará a experimentar una densa convivencia con una gran variedad de artículos de consumo infantil.

La imagen del consumidor/a (niño/a), irá dinamitando la representación de la infancia moderna en sus formas más clásicas, tendiendo a la producción de una simetrización de los vínculos entre adultos/as y niños/as, donde la infancia trasgrede la frontera de inducir a los primeros al consumo, accediendo -de facto- al derecho a “exigir” a los referentes (madre y padre) el ser incluidos en la infinita propuesta de bienes y servicios ofrecidos en las revistas. En este extremo, y llegando a lugares, tal vez, inimaginables para el hombre y la mujer moderna, la infancia será reproductora de la riqueza, accediendo a cuentas bancarias y tarjetas de crédito, quedando la representación moderna de la infancia -al decir de Lewkowicz y Corea (1999)- devenida en una suerte de consumidor/a.

En este recorrido, como ya fue expuesto, la escuela pública perderá su imagen de templo sagrado y en un proceso que se irá consolidando, sobre todo a partir de mediados de la década de los ochenta, será representada por el discurso publicitario como una institución carente, idea que estará acompañada de la representación del escolar objeto de caridad. Este/a escolar estará presente, en pequeñas dosis, en los textos que anunciarán las “campañas solidarias” de empresas nacionales y multinacionales dispuestas a “sacrificar” algo de sus cuantiosas ganancias para los niños y niñas pobres de las escuelas de “tiempo completo”. Pero este/a escolar estará privado/a de imagen, ya que no estará retratado/a ni en los diseños gráficos, ni en las fotografías periodísticas y/o artísticas de las revistas abordadas. Los/as que sí estarán representados/as en las ilustraciones, serán aquellos niños y niñas exitosos/as, ya sea por sus resultados académicos o por sus comportamientos esperados. De forma progresiva, quienes irán conquistando la imagen serán aquellos/as con posibilidad de consumir, más allá de la condición de inteligentes o traviosos/as.

Las imágenes de la disciplina escolar se irán desvaneciendo y los/as niños/as “fanfarrones/as”, traviosos/as e irreverentes comenzarán a incorporarse a la publicación por una amplia red de control conducida por el discurso publicitario, que irá colonizando todo lo que pueda transformar en una mercancía o en una oportunidad de negocio.

En este escenario, las maestras y los maestros empezarán a dejar de estar representados/as en las revistas, lo que podría estar sugiriéndonos la existencia de un abandono mutuo. De hecho, en la revista de 1997, se comenzaron a observar cambios en los contenidos de la Charoná vinculados a que los artículos de corte más académico (principalmente en las áreas: historia nacional, universal y literatura) se mudaron, de forma parcial, a un suplemento adjunto a la revista, llamado Cuaderno de Clases. Esta migración posibilitó que la Charoná pudiera hacer un poco más “relajados” sus contenidos, generando que el discurso publicitario continuara ganando terreno en las páginas de la revista, y que los artículos y notas del discurso mediático ya no estuvieran tan regidos por la prédica escolar.

Por otra parte, el niño en su estatus de varón estará sobrerepresentado en la revista, será presentado principalmente como futuro héroe de la patria, como futbolista y como consumidor;

mientras que la niña tendrá un rol que oscilará entre secundario y marginal y su representación estará teñida por valores conservadores. Sin embargo, a mediados de la década de los años 80, será mayoritariamente el discurso publicitario el que represente a una niña disidente en relación al patrón de la niña dócil, serena y hogareña.

Poco se habló en este trabajo del protagonista de toda esta historia: Charoná, que sin lugar a dudas fue uno de los personajes ficticios más populares de la cultura uruguaya, capaz de ser reconocido de manera casi generalizada por los/as uruguayos/as, cuya niñez haya sido transitada en las décadas del setenta, ochenta, noventa y tal vez, en menor medida, en los inicios del siglo XXI.

Charoná fue producto de una invención de Boffano quien, por lo que se pudo investigar, siempre sintió cierta inclinación por los personajes de los pueblos originarios. En esta oportunidad, le dio vida a Charoná, y en una revista cuya principal población objetivo son los/as escolares, la elección de este personaje no pareciera ser casual. Tal vez, la presencia de este “indio”, podría ser la contracara del “civilizado escolar”, y si bien este personaje no se muestra disruptivo frente a la imagen de la civilización, su representación se encuentra congelada en el pasado colonial, residiendo en una aldea, en el seno de una tribu y luchando contra los colonizadores de la corona española.

La figura de un personaje con estas características, podría arrojarnos a otras escenas de nuestra vida cotidiana como cuando en algunas oportunidades -al menos en Uruguay- algunos/as adultos/as se refieren a los niños varones con la expresión “es un indio”, utilizada al menos en dos ocasiones -no excluyentes una de la otra-, cuando los niños son muy habilidosos y poseen importantes niveles de destreza física y cuando por su conducta “errante” son asociados a “salvajes”.

A estas observaciones, también me gustaría sumar algunas posibles ideas en tomo a la decisión de Boffano de que la figura de Charoná esté representada por la de un joven y no por la de un niño. Las hipótesis que me planteo son dos: la primera se basa en un hecho vinculado al terreno de lo artístico ya que tal vez esta impronta de “guerrero” que el personaje tenía asignada no coincidía con la representación de un niño; la segunda, podría centrarse en una posible dificultad de visibilizar a la infancia protagonista de su tiempo, lo que también podría estar hablándonos de forma implícita de una concepción moderna de la infancia como futura heredera del porvenir.

El dibujante uruguayo, oriundo del departamento de Colonia Willian Gezzio (1945-2018), expresó en su blog “Mi mundo dibujado” parte de su experiencia de haber sido uno de los caricaturistas que más ha ilustrado a Charoná en diferentes etapas de la publicación. Si bien Gezzio fue participado de la obra de Boffano desde sus inicios, su paso como dibujante en la revista se caracterizó por los vaivenes de la vida laboral. El artista señaló en el blog, que uno de sus aportes al personaje primigenio fue la de ir dándole forma de niño, integrándolo a una

familia y situándolo en la realidad. Dichos cambios en el personaje comenzaron a observarse hacia finales de los años ochenta, quedando ya en la década de los noventa consolidada la imagen de Charoná como un niño que dejó de usar las lanzas y las boleadoras, para ponerse la túnica blanca junto a la moña azul, y empezar a estudiar en su computadora.

Nada de todo esto pareciera ser producto de una coincidencia, ya que como fue transmitido en el cuerpo de este trabajo, la revista a lo largo del periodo abordado fue cambiando su denominación, pasando a llamarse en 1993, "Charoná revista Uruguay para los chicos de hoy". Lewkowicz (2013) plantea que, para pensar la infancia en las actuales circunstancias,

Es necesario des-suponer la infancia y postular que hay chicos. Des-suponer la infancia significa no pensar a los "Chicos como hombres del mañana" sino como "chicos de hoy". Y hablar en términos de "chicos de hoy" significa partir de que los chicos no están excluidos de estos tiempos de conmoción social, no están anclados a estructuras, sino que están pasando tan frágiles, tan desesperados, tan ocurentes como cualquiera de nosotros, que tenemos la misma fragilidad que ellos (p. 114).

Los niños, niñas y adultos/as (estos últimos desde sus diversos roles), nos encontramos inmersos en el mismo desafío, el de transitar los actuales tiempos de "declive" institucional que exigen nuevas responsabilidades para el mundo adulto y que convocan a un permanente cuidado de los vínculos entre las diferentes generaciones, pues ya no estamos situados en el plano de un medio compacto caracterizado por la solidez estatal, sino en un medio fluido donde una misma acción no necesariamente va a producir el mismo efecto (Lewkowicz, 2013). En este desafío, construir y generar relaciones con los "chicos de hoy" pensadas desde la solidaridad, la empatía, la emancipación por fuera de las relaciones del mercado, parecería ser una necesidad imperiosa. En esta misma línea de pensamiento, quisiera hacer más algunas de las ideas planteadas por Aguirre, Duschatzky y Farran (2010), quienes plantean que la generación y renovación vincular de los/as adultos/as con la infancia, requieren como plus indispensable, un viraje del pensamiento, que nos permita superar los corrientes posicionamientos binarios de lo "correcto y lo incorrecto", "lo bueno y lo malo", "lo deseado y lo indeseado", siendo importante para esto no plantear definiciones absolutas del estado de las cosas.

Lo expresado implicará necesariamente ampliar y complejizar nuestras formas de relación; pensar que en muchas oportunidades lo que entendemos como "problema" puede radicar en una "potencia", a partir de la cual es posible trazar nuevos horizontes de experiencias. En esta dirección, el pensar deberá implicar una creación que amplíe y complejice nuestras formas de relación y, por lo tanto, si la infancia es entendida como un ser en devenir, el desafío de los/as adultos/as será acompañarla en ese llegar a ser.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre, Duschatzky y Farrán (2010). *Escuelas en escena. Una experiencia de pensamiento colectivo*: Buenos Aires: Paidós.

Amorín, D. (2007). *Adulthood y masculinidad*. Montevideo: Psicolibros (Waslala)

Amuchástegui, M. (1999). Escolaridad y rituales. En S. Carli (Ed.), *De la familia a la escuela: infancia, socialización y subjetividad* (pp. 107-127). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Santillana.

Araya, S. (2002). Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión. *Cuaderno de Ciencias Sociales*, (127), pp. 1-83. Recuperado de <http://www.efamiliarcomunitaria.fcm.unc.edu.ar/libros/Araya%20Uma%F1a%20Representaciones%20sociales.pdf>

Ariès, P. (1987). *El niño y la vida familiar en el antiguo régimen*. Madrid: Taurus

Arocena, F. (Ed.). (2019) *¿Qué significa el fútbol en la sociedad uruguaya?* Montevideo, Uruguay: Estuario

Banchs, M. (1999, 27 de junio-2 de julio). Representaciones sociales, memoria social e identidad de género [ponencia]. XVII Congreso Iberoamericano de Psicología, Caracas, Venezuela. http://pmayobre.webs.uvigo.es/textos/maria_banchs/representaciones_sociales_memoria_identidad.pdf

Barrán, J. (2015). *Historia de la sensibilidad en el Uruguay. La cultura "bárbara". El disciplinamiento*. Montevideo: Banda Oriental

Beloff, M. (1999). Modelo de la protección integral de los derechos del niño y la situación irregular: un modelo para armar y otro para desarmar. *Revista Justicia y Derechos del niño*, (1), pp. 9-21. Recuperado de https://unicef.cl/archivos_documento/68/Justicia%20y%20derechos%201.pdf

Bernal, M. (2006). Género, etnia y clase en el cine infantil argentino. Un análisis de las representaciones de la niñez en las películas de los noventa. En S. Carli (Ed.), *La cuestión de*

la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping (pp. 265-293). Buenos Aires, Argentina: Paidós

Bustelo, E. (2011). *El recreo de la infancia. Argumentos para otro comienzo*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores

Caetano, G. y Rilla, J. (2005). *Historia contemporánea del Uruguay de la colonia al siglo XXI*. Montevideo: Fin de siglo

Campero, R. (2019). *A lo macho. Sexo, deseo y masculinidad*. Montevideo: Fin de siglo

Carli, S. (Ed.). (1999). *De la familia a la escuela: infancia, socialización y subjetividad*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Santillana

Carli, S. (1999). La infancia como construcción social. En S. Carli (Ed.), *De la familia a la escuela: infancia, socialización y subjetividad* (pp. 11-37). Buenos Aires, Argentina: Ediciones Santillana.

Carli, S. (2003). *El problema de la representación. Balances y dilemas*. Trabajo presentado en el VII Seminario Internacional "Infancias y adolescencias. Teorías y experiencias en el borde". Centro de Estudios Multidisciplinarios. Buenos Aires

Carli, S. (Ed.). (2006). *La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping*. Buenos Aires, Argentina: Paidós

Carli, S. (2006). Notas para pensar la infancia en la Argentina (1983-2001). Figuras de la historia reciente. En S. Carli (Ed.), *La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping* (pp. 19-54). Buenos Aires, Argentina: Paidós

Carli, S. (2011). *La memoria de la infancia. Estudios sobre historia, cultura y sociedad*. Buenos Aires: Paidós

Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: Mc Grow Hill

Donzelot, J. (1998). *La policía de las familias*. Valencia: Pre – Textos

Dubet, F. (2006). *El declive de la institución. Profesionales, sujetos e individuos ante la reforma del Estado*. Barcelona: Gedies

Duschatzky, S. y Corea, C. (2013). *Chicos en banda. Los caminos de la subjetividad en el declive de las Instituciones*. Buenos Aires: Paidós

Duek, C. (2006). Infancia, fast-food y consumo (o cómo ser niño en el mundo McDonald's). En S. Carli (Ed.), *La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping* (pp. 241-263). Buenos Aires, Argentina: Paidós

Espiga, S. (2015). *La infancia normalizada. Libros, maestros e higienistas en la escuela pública uruguaya 1885-1918*. Montevideo: Antidesis

Fernández, A. (1999). Notas para la construcción de un campo de problemas de la subjetividad. En Fernández, A. (Ed.), *Instituciones estalladas* (pp. 37-57). Buenos Aires, Argentina: Teudeba

Finch, H. (2014). *La economía política del Uruguay contemporáneo 1870-2000*. Montevideo: Banda Oriental

Gezzio, W. (2009, 30 de setiembre). Mi mundo dibujado. <http://mundodibujado.blogspot.com/2009/09/>

Jelin, E. (2010). *Pan y afectos. La transformación de las familias*. Buenos Aires: Fondo de la cultura Económica

Jodelet, D. (1993). La representación social: fenómenos, concepto, teoría. En Moscovici, S. (Ed.), *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología Social y problemas sociales* (pp. 469-544). Barcelona: Paidós

Leopold, S. (2014). *Los laberintos de la infancia. Discursos, representaciones y crítica*. Montevideo: Ediciones Universitarias

Lewkowicz, I. y Corea, C. (1999). *¿Se acabó la infancia? Ensayo sobre la destitución de la niñez*. Buenos Aires: Lumen/ Hvmánitas

Lewkowicz, I. (2012). *Pensar sin Estado. La subjetividad en la era de la fluidez*. Buenos Aires: Paidós

Lewkowicz, I. y Corea, C. (2013). *Pedagogía del aburrido. Escuelas destituidas, familias perplejas*. Buenos Aires: Paidós Ecuador

Lipovetsky, G. (2003). *La era del vacío*. Barcelona: Anagrama

Lipovetsky, G. (2013). *La felicidad paradójica*. Barcelona: Anagrama

Minnicelli, M. (2004). *Infancias públicas. No hay derecho*. Buenos Aires: novedades educativas

Minzi, V. (2006). Los chicos según la publicidad. Representaciones de la infancia en el discurso del mercado de los productos para niños. En S. Carli (Ed.), *La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping* (pp. 209-239). Buenos Aires, Argentina: Paidós

Narodowski, M. (2016). *Un mundo sin adultos. Familia, Escuela y medios frente a la desaparición de la autoridad de los mayores*. Buenos Aires: Editorial Debate

Pinto, V. (2007). Madres e hijos en los 90: Las representaciones sociales de la maternidad en la revista *Para Ti. Opción*, (53), pp. 22-37. Recuperado de <file:///C:/Users/usuario/Desktop/genero/genero%20revita%20para%20ti.pdf>

Píriz, R. y Rodríguez, C. (2017). Experiencia y territorio: extensión universitaria y educación física. *Los juegos infantiles desde una perspectiva de género* (pp. 183-208). Recuperado de <file:///C:/Users/usuario/Desktop/genero/Capitulo de libro Los juegos infantiles.pdf>

Ruiz, E. y Paris, J. (1998). Ser militante en los sesenta. En Barrán, J.; Caetano, G.; Porsecansky, T. (Eds.), *Historias de la vida privada en el Uruguay. Individuo y soledades 1920-1930* (pp.267-298). Montevideo, Uruguay: Taurus

Scuro, L. (2008). Población afrodescendiente y desigualdades étnico-raciales en Uruguay. *Panorama de la infancia y la adolescencia en la población afrouruguaya* (pp.103-126). Recuperado de <https://www.ine.gub.uy/documents/10181/35456/Afrodescendientes.pdf/779de886-e409-45db-868d-d4bd5ff4e92a>

Varela, A. y Mariños, M. (2004). Conversación con David Harvey. Sin permiso, pp. 1-10. Recuperado de <https://www.sinpermiso.info/printpdf/textos/conversacin-con-david-harvey>

Vecinday, L. (2014). *Protección social en el Uruguay. Transformaciones institucionales y tecnologías del esquema de protección social en el Uruguay. El caso del plan CAIF 2003-2009*. Montevideo: Ediciones Universitarias

Publicaciones

Charoná. Revista Uruguay para los niños uruguayos, n°50,15 de julio de 1970; n°62, 7 de octubre de 1970; n°64, 21 de octubre de 1970; n°71, 9 de diciembre de 1970; n° 80,10 de febrero de 1971; n°113, 29 de setiembre de 1971, n° 116, 20 de octubre de 1971; n° 117, 27 de octubre de 1971; n°144, 3 de mayo de 1972; n°158, 9 de agosto de 1972; n°163, 13 de setiembre de 1972; n° 170, 1 de noviembre de 1972; n° 12, 3 de abril de 1973; n° 21, 18 de junio de 1973; n° 37, 16 de octubre de 1973; n° 79, 26 de noviembre de 1974; n° 93, 11 marzo de 1975, n° 162, noviembre de 1976; n° 190, 30 agosto de 1977, Montevideo.

Charoná. Revista para la juventud uruguaya, n° 238, 14 de mayo de 1979; n°263, 11 de agosto de 1980; n°301 del 16 al 30 de agosto de 1982, Montevideo.

Charoná. Revista para la juventud uruguaya y de América, n°313, del 16 al 30 de mayo de 1983; n° 331, 7 al 21 de mayo de 1984; n°352, del 1 de julio al 14 de julio de 1985; n° 382, del 24 de noviembre a 7 de diciembre de 1986; n° 389, del 8 al 22 de junio de 1987; n°406, del 4 al 17 de abril de 1988; n°427, del 10 al 23 de abril de 1989, n° 477, del 4 al 17 de noviembre de 1991; n° 487, del 15 al 28 de junio de 1992, Montevideo.

Charoná. Revista Uruguay para los chicos de hoy, n°504, del 17 al 30 de mayo de 1993; n° 521, del 4 al 17 de abril de 1994; n° 547, del 16 de julio de 1995, Montevideo.

Charoná. Revista para los chicos del tercer milenio, n° 56, marzo de 1996; n° 567, junio de 1996; n°581, marzo de 1997; n° 598, diciembre de 1997; n° 622, mayo de 1999; n° 647, julio de 2000; n°673, octubre de 2001; n° 678, abril de 2002; n°690, setiembre de 2002; n° 713, noviembre de 2003; n°715, diciembre de 2003, Montevideo.

Charoná. Suplemento especial, n° 608, agosto de 1998, Montevideo.

Charoná. www.charona.com, n° 729, septiembre de 2004, Montevideo.

Revista oficial de la Comisión Nacional de Baby Fútbol, n° sin dato, 1991, Montevideo.

Las aventuras de Charoná. Secuestro y rescate, n°1, 1973, Montevideo.

Maquendá, año 1, n° 5, agosto de 1992, Montevideo.

Pilán, n°1-3, julio de 1969, agosto de 1969 y enero de 1970, Montevideo.