

Pensar en la primera infancia como público significativo

Think of Early Childhood as a Significant Audience

Annia Cano Pérez^{1*} <http://orcid.org/0000-0003-2934-9815>

Isabel Rios Leonard² <http://orcid.org/0000-0002-2534-6644>

Uri Ponce Legra³ <https://orcid.org/0000-0001-5668-5684>

¹Universidad de La Habana, Cuba

²Instituto Central de Ciencias Pedagógicas, Cuba

³Círculo Infantil Amiguitos de Polonia, Cuba

* Autor para la correspondencia anniacanoperez81@gmail.com

RESUMEN:

Este artículo surge a partir de los resultados de una investigación relacionada con el fomento de una cultura audiovisual para niños y familias de la primera infancia, mediante la utilización de múltiples pantallas. Esta surge por las carencias teóricas y empíricas en el consumo audiovisual para el desarrollo de la primera infancia en Cuba. Su principal objetivo fue socializar los resultados parciales obtenidos. Se empleó un paradigma dialéctico-materialista, con enfoque mixto, apoyado en los métodos teóricos, empíricos y matemáticos, que posibilitaron la confección de un marco teórico conceptual que sustenta la interpretación y actuación de los agentes sociales, en función de una cultura audiovisual para la primera infancia cubana y el diseño de un paquete metodológico que permite la aproximación a la caracterización del consumo audiovisual del niño de 0 a 6 años. Además, se realizan acciones, desde el establecimiento de alianzas con organismos e instituciones de la comunidad, en aras de cumplir con el objetivo del proyecto. Sus resultados tienen un gran aporte social porque contribuyen a la formación del máximo desarrollo integral posible de los niños de la primera infancia, así como a los hábitos de consumo de sus familias. También se realiza un aporte económico en aras de favorecer la calidad de los audiovisuales para niños de la primera infancia.

Palabras clave: consumo audiovisual; primera infancia; público significativo.

ABSTRACT:

This article arises from the results of an investigation related to the promotion of an audiovisual culture for children and families in early childhood, through the use of multiple screens. This arises from the theoretical and empirical deficiencies in audiovisual consumption for the development of early childhood in Cuba. Its main objective was to socialize the partial results obtained. A dialectical-materialist paradigm was used, with a mixed approach, supported by theoretical, empirical and mathematical methods, which made possible the preparation of a conceptual theoretical framework that supports the interpretation and performance of social agents, based on an audiovisual culture for the Cuban early childhood and the design of a methodological package that allows the approximation to the characterization of the audiovisual consumption of the child from 0 to 6 years. In addition, actions are carried out, from the establishment of alliances with organizations and institutions of the community, in order to fulfill the objective of the project. Its results have a great social contribution because they contribute to the formation of the maximum possible comprehensive development of early childhood children, as well as to the consumption habits of their families. An economic contribution is also made in order to promote the quality of audiovisuals for early childhood children.

Keywords: *audiovisual consumption; early childhood; significant public.*

Enviado: 16/1/2023

Aprobado: 28/4/2023

INTRODUCCIÓN

El desarrollo científico-técnico acelerado que caracteriza la actual época, impacta todos los ámbitos de la actividad humana. En este sentido, la esfera de las tecnologías de la información y las comunicaciones resulta altamente visible, debido al influjo que estas ejercen en la vida cotidiana de todas las personas, en sus relaciones de convivencia familiar y social, además de las posibilidades de acceso a los bienes culturales locales, nacionales y globales.

La repercusión específica del acelerado desarrollo científico-técnico en el proyecto investigativo se manifiesta, en primer lugar, en el enriquecimiento vertiginoso y la diversificación de pantallas, al incorporar a las tradicionales, como el cine y la televisión, otros dispositivos con nuevas y variadas funciones. Estos últimos, a pesar de mantener las originalmente asignadas de proyectar y transmitir

contenidos, añaden otras posibilidades que van desde la comunicación interpersonal a distancia, la grabación, la multiplicación y el intercambio de contenidos, los videojuegos, el uso adaptado a la demanda de tiempo y lugar de los usuarios hasta la producción doméstica de materiales audiovisuales y la correspondiente generación de nuevos contenidos.

De modo que los datos obtenidos por medio de estudios realizados en diferentes países (Cifuentes & Reyes, 2014; Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2016; Labelium Group, 2020), dan cuenta, en primer lugar, del incremento de los hábitos de consumo, ahora con la presencia de un escenario digital con multipantallas de acceso y de un inicio cada vez más temprano en el consumo. También reconocen una mayor presencia en los entornos educativo general y escolar específico.

Aunque todo lo expresado plantea grandes retos a las investigaciones pedagógicas, debido a sus implicaciones formativas, didácticas y metodológicas –muy relacionadas con la necesidad de crear y consolidar un entorno educativo cada vez más flexible, que integre de forma creativa y constructiva la utilización de estos dispositivos para el logro de los fines definidos–, la mayor cantidad de las investigaciones en esta esfera se asocian a las áreas de comunicación y cultura, por lo que las principales fuentes de conocimiento se ubican en los estudios de consumo cultural.

Dichos estudios utilizan variados modelos de investigación, entre los que se destacan los básicamente descriptivos. Estos carecen de una teoría explicativa; se concentran en explorar los usos sociales de los productos culturales y sus modos de lectura, sin profundizar en por qué ocurren de esa manera, al igual que aquellos en que los investigadores prefijan de antemano las posibles respuestas de los sujetos, para comprobar una hipótesis, al cuantificar prácticas y comportamientos. Ambas estrategias son consideradas como válidas, porque las dos arrojan información acerca del fenómeno cultural, pero responden al perfil de las cadenas comunicacionales, interesadas en los niveles de aceptación y en el crecimiento de sus públicos. Desde el ámbito nacional se asume como posición filosófica de partida la de Álvarez (2021), quien destaca la necesidad de considerar lo siguiente:

[...] en el acceso al consumo cultural influyen notablemente los capitales cultural y económico –porque influyen poderosamente para decidir a dónde ir, qué consumir, cómo acceder y qué actividades específicas realizar–; lo que ofrece una posibilidad de elección. Estos, unidos al capital social que incluye a las redes sociales con que cuenta y se moviliza una persona para el consumo cultural, permiten una práctica en la que se construyen significados y sentidos del vivir. (p. 11)

En consecuencia, las investigaciones se restringen a exploraciones cuantitativas que dan cuenta de la posesión de bienes, por un lado, y los hábitos de consumo, por el otro. Estas consideraciones sesgan la mirada al rol del consumo en la sociedad y obvian que una visión profunda de este supone analizarlo desde su función esencial, que es dar sentido.

En consonancia con lo anterior, Moras (2019) considera el consumo cultural como una práctica de selección y apropiación de bienes que resulta valioso, lo que trasciende la visión de una simple descripción de los comportamientos culturales, para adentrarse en su comprensión a partir de factores asociados y análisis de los contextos que los condicionan.

Una magnífica precisión al respecto la hizo Pogolotti (2020):

Para abrir caminos al buen vivir, hay que descartar el tan difundido concepto de consumo cultural. La cultura no se consume al modo de una copa de helado de chocolate. Se hace y se entreteje en una dinámica ininterrumpida. Se manifiesta en la supervivencia de prácticas variadas y se enriquece con la información procedente del día que transcurre, con lo que sucede en el resto del mundo, con las melodías que se escuchan voluntaria o involuntariamente. En todos los casos, el sujeto individual o colectivo no puede resignarse a la condición de receptor pasivo. Tiene que tomar conciencia de sus potencialidades en tanto participante active. (p. 4)

En resumen, el sujeto que realiza un consumo cultural no hace una simple deglución, sino que, en el proceso de recepción del contenido, lo descifra y reconstruye, al asignarle nuevos y particulares sentidos, por lo que la apropiación no termina con la adquisición o el contacto con el producto cultural, sino continúa en la interacción que los sujetos establecen con este en su uso y disfrute.

El objetivo de este estudio fue socializar los resultados parciales obtenidos en el proyecto de investigación “Fomento de una cultura audiovisual para niños y familias de la primera infancia, mediante la utilización de múltiples pantallas”.

MÉTODOS

Los resultados que se muestran son parte de un proyecto de investigación aplicada que responde al sector de la educación. Se encuentra conducido por el Instituto Central de Ciencias Pedagógicas (ICCP). Se empleó un paradigma dialéctico-materialista, con enfoque mixto, sustentado en los métodos teóricos, empíricos y matemáticos.

RESULTADOS

El proyecto parte de reconocer que aún existen lagunas teóricas y empíricas en el consumo audiovisual para el desarrollo de la primera infancia en Cuba, para lo cual se identificó como problema principal la contradicción entre la concepción de la primera infancia cubana, así como su desarrollo, y la utilización indiscriminada (múltiple y frecuente) de audiovisuales por parte de los niños menores de seis años.

La solución al problema planteado aportará una respuesta pertinente a la formación integral de la primera infancia, que, dadas las características particulares del proyecto social cubano, define aspiraciones que se distancian del resto de los países en lo que a su carácter humanista se refiere. El vertiginoso desarrollo tecnológico apunta al crecimiento de los soportes y productos digitales, de modo que una convivencia positiva, productiva y generadora de desarrollos se precisa para la infancia y para toda la sociedad; la armonía entre la esfera material y espiritual es también una manera de proteger el medio ambiente y la sociedad (Ríos, 2020).

En aras de dar respuesta a esta principal contradicción, la investigación pretende contribuir al fomento de una cultura audiovisual pertinente al contexto cubano y a las aspiraciones de desarrollo de la primera infancia.

De esta forma, su primer objetivo específico fue la elaboración de un marco teórico-conceptual que sustente la interpretación y actuación de los agentes sociales, en función de una cultura audiovisual para la primera infancia cubana. Este, a su vez, constituyó uno de sus primeros resultados.

Para ello se revisaron abundantes bibliografías y estudios internacionales, fundamentalmente de Venezuela, España, Ecuador, Colombia y Cuba. Todos desde diversas ciencias (psicológicas, sociales, comunicación), así como estudios de audiencia, lo que permitió arribar a regularidades y tendencias que posibilitaron definir el consumo audiovisual para el desarrollo de los niños de 0 a 6 años de edad. Surge acá la primera precisión que se debe hacer desde la ciencia, y está dada en que se afirma que el consumo debe propiciar el

desarrollo de la primera infancia, cuando este transita por una acción de estimulación que promueva el máximo desarrollo integral posible de cada niño y niña de 0 a 6 años (Ministerio de Educación, 2017).

De la sistematización realizada se pudo definir el consumo audiovisual para el desarrollo de la primera infancia como un tipo particular de actividad, que propicia la interacción, apropiación, recreación y creación por los niños de los contenidos audiovisuales, mediante un manejo esencial de sus dispositivos portadores y a partir de la mediación de «otros» que producen, proveen, orientan y/o acompañan, en un contexto sociocultural específico (Ríos & Cano, 2022).

Desde esta definición se reconoce el papel activo del niño, el cual es capaz de interactuar con el audiovisual y sus múltiples pantallas, se apropia de los contenidos, desarrolla habilidades para el manejo de los dispositivos, realiza valoraciones, pero también crea sencillos audiovisuales. Lo anterior transcurre mediado por la acción de otros: miembros de la familia, directores de círculos infantiles, proveedores (joven club y los que venden paquetes), asesores y productores de audiovisuales. También existe otro mediador, que no realiza dicha acción de forma consiente: otro niño, puede ser de su edad o mayor que él.

En la posición asumida se reconoce que la actividad de consumo audiovisual para el desarrollo del niño de la primera infancia se da en un momento, lugar, tiempo, condiciones sociales, culturales, históricas y hasta ambientales específicas. De estos análisis surgen sus cinco dimensiones:

1. Concepción del desarrollo infantil, entendida como las maneras de reconocer e interpretar la primera infancia y su desarrollo. Esta permite explicar, orientar y guiar las posturas a asumir, en correspondencia con la dinámica de apropiación de la experiencia histórico-cultural en esta etapa y su repercusión en el tránsito a estadios cualitativamente superiores.
2. Determinación de contenidos audiovisuales, referida a los mensajes, expresados mediante imágenes y sonidos, contentivos de formas culturales, necesidades sociales, expectativas educativas, manifestaciones de identidad, y otras formas de interpretación y recreación de la realidad.
3. Ejercicio de la mediación, conformada por el sistema de acciones que realizan familiares, educadores, productores y proveedores, que condicionan y determinan el consumo audiovisual de los niños y las niñas de la primera infancia.
4. Manejo de contenidos audiovisuales y dispositivos portadores, entendida como el contacto, la manipulación, la utilización y la interacción del niño con los contenidos audiovisuales y los dispositivos portadores.

5. Contexto sociocultural, referido al entramado de elementos sociales y culturales que influyen y pueden resultar significativos, y condicionan un carácter singular e identitarios a la interacción niños-mediadores-audiovisuales.

Luego de determinar los principales núcleos teóricos que sustentan el consumo audiovisual para el desarrollo del niño de la primera infancia y operacionalizar dicha variable, se elaboró un paquete metodológico que permitió caracterizar dicho consumo.

El paquete constó de 13 instrumentos (observación, entrevistas, encuestas, anecdóticos) y consentimientos informados, que fueron validados, en su totalidad, por consulta de especialistas y la aplicación en un centro, lo que permitió realizar modificaciones. Los sujetos de estudio seleccionados fueron los niños y las niñas de la primera infancia; sus padres o tutores como máximos responsables de la educación y cuidado de sus hijos; sus educadores, promotores y cuidadores; los proveedores de paquetes semanales de su radio de acción e instituciones responsabilizadas de la producción de audiovisuales; además de los realizadores y productores estatales y privados (Equipo de investigación, 2021-2022).

Se debe aclarar que el rango de edades recomendado por la literatura internacional y nacional, desde diferentes ciencias, para el acercamiento de la primera infancia a los audiovisuales es a partir de los 3 años, de modo que se respeta este criterio y se determina la etapa de la infancia preescolar como edades de estudio. No obstante, se reconoce que existen casos, y no pocos, de niños que están expuestos antes de la edad recomendada; en ese sentido, los investigadores se proponen brindar orientaciones a las familias.

En la actualidad el proyecto se encuentra enfrascado en una aproximación a los rasgos que caracterizan el consumo audiovisual para el desarrollo del niño de la primera infancia en Cuba. Para lo cual se seleccionaron provincias del occidente y centro del país, distribuidos en siete municipios de la capital, dos de Artemisa, dos de Pinar del Río, dos de Mayabeque y dos de Camagüey. Se seleccionó para ello zonas rurales, urbanas y socialmente complejas. Es importante destacar que esta caracterización no permitirá generalizaciones, pero sí contribuirá a identificar regularidades y tendencias que permitirán hacer inferencias del consumo audiovisual para el desarrollo de la primera infancia en Cuba.

Otras de las acciones que el proyecto realiza en la actualidad son:

- Monitoreo al proceso de vacunación, en el cual se apreció que un número significativo de niños, mientras esperaban para vacunarse, lo hacían con un teléfono o una tableta, sin que se controlara qué estaban observando y cómo lo hacían.

- Valoración a la programación destinada a la primera infancia, del canal Cubavisión, durante los cinco primeros meses de la pandemia en 2019. Los resultados obtenidos permitieron readecuar las acciones, perfeccionaron la calidad de la selección de los materiales audiovisuales y de la franja de programación televisiva destinada a los niños y las niñas de la primera infancia.
- Asesoramiento al canal Cubavisión. Su finalidad fue la de irradiar en el espacio destinado para los niños de la primera infancia, a partir de los resultados que se obtenían en el proyecto. Contribuyó a dar una organización y coherencia a la programación para niños de la primera infancia y a que la franja se afianzara como un espacio necesario de mantener.
- Se establecen alianzas con el Instituto Superior de Diseño Industrial (ISDI) de la Universidad de La Habana, para que un grupo de estudiantes de tercer año se vinculen al proyecto y elaboren audiovisuales que puedan utilizarse en los debates públicos que se realizarán con la comunidad.
- Alianzas con los Joven Club para proporcionarles un catálogo de audiovisuales de calidad para el desarrollo de la primera infancia, que pueda incluirse en la confección de la Mochila, con orientaciones acerca de cómo pueden ser potenciados.
- A partir de julio de 2022, en el programa La parada a las tres, de la emisora Radio Ciudad (segundos y cuarto jueves de cada mes) se contará con espacios para realizar los debates públicos para que se complementen con los que se harán en las comunidades.
- Elaboración de un catálogo de audiovisuales de calidad para la primera infancia con más de 220 audiovisuales con el objetivo de ofrecer el acceso abierto y fácil a familias, agentes educativos y niños de la primera infancia a audiovisuales con potencialidad para contribuir a su desarrollo, seleccionados mediante una investigación científica del área temática de educación para una cultura audiovisual.

Entre los impactos se encuentran el reconocimiento social de la necesidad de una cultura audiovisual para el desarrollo de la primera infancia y sus implicaciones, el perfeccionamiento del proceso formativo de educadores de la primera infancia en sus niveles medio superior y superior, aportar criterios para la producción de audiovisuales dirigidos a la primera infancia y la formación de hábitos de consumo audiovisual en niños y familias que permitan reforzar los aspectos identitarios, a partir del contexto sociocultural cubano actual.

CONCLUSIONES

Son muy escasos los estudios realizados desde el perfil comunicativo cultural, que exploran el comportamiento de estos procesos en la primera infancia; no obstante, es posible aprovechar la experiencia metodológica desarrollada en el contexto cubano, que deja al descubierto la conveniencia de la combinación de enfoques cualitativos y cuantitativos, para alcanzar una total dimensión en su abordaje.

El marco teórico conceptual constituye una primera aproximación a los referentes para el abordaje de la investigación. Este será enriquecido a partir de la profundización teórica realizada y los hallazgos aportados por una práctica sistemática al respecto.

Los dos resultados y las acciones le aportan al proyecto pertinencia, actualidad y connotación; en particular, al reconocer a la primera infancia como un público importante que atender.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, J. & Jiménez, R. (2021). Consumo cultural en Cuba. Recomendaciones a la política social referida a la participación cultural. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 9(2), 122-143. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322021000200004

Cifuentes, D. & Reyes, J. (2014). *Aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por parte de los niños y las niñas en Colombia Etapa piloto*. Bogotá D.C.: Ministerio de cultura. Dirección de comunicaciones.

Equipo de investigación (2021-2022). “Informe de resultados 1, 2, 3 al Consejo Científico”. Proyecto: “Fomento de una cultura audiovisual para niños y familias de la primera infancia, mediante la utilización de múltiples pantallas”. La Habana: ICCP.

Ministerio de Educación. (2017). *Plan educativo de la primera infancia*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación.

Moras, P.E. (2019). Consumos culturales, medios de comunicación y nuevas tecnologías en Cuba. En *Mutaciones del consumo cultural en el siglo XXI. Tecnologías, espacios y experiencias*. Buenos Aires: Editorial Tese.

Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2016). *Encuesta nacional de consumo de contenidos audiovisuales*. México.

Labelium Group (2020). *Era pos-COVID-19: Nuevos hábitos de consumo en el entorno audiovisual digital*. Madrid: Consultora Internacional de Marketing.

Pogolotti, G. (2020). ¿Buen vivir o consumo cultural? *Revista Perfiles de la Cultura Cubana*. <http://www.perfiles.cult.cu/index.php?r=site/articulo&id=477> 2014-07-12

Ríos, I. (2020). *Perfil del proyecto “Fomento de una cultura audiovisual para niños y familias de la primera infancia, mediante la utilización de múltiples pantallas”*. La Habana: ICCP.

Ríos, I. & Cano, A. (2022). *Aproximación a la caracterización del niño de la primera infancia cubano*. Resultado 4. La Habana: ICCP.

Nota

¹ Constituye una alternativa de entretenimiento audiovisual, con el objetivo de distribuir materiales nacionales y extranjeros. Es ofertada de forma gratuita por los Joven Club de Computación y Electrónica para la familia cubana.

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

Contribución Autoral

Annia Cano Pérez: Conceptualización y curación de datos.

Isabel Ríos Leonard: Metodología.

Uri Ponce Legrat: Referencias bibliográficas y articulación del contenido.