

CONFIGURACIÓN DE LAS EMOCIONES POLÍTICAS DE NIÑOS Y NIÑAS DE 6 A 9 AÑOS DE EDAD DESDE EL CONSUMO DE MEDIOS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Autora: Joyce Pérez Ospina

Candidata a Magister en Educación de la Maestría en Educación de la Universidad de Antioquia

Licenciada en Pedagogía Infantil de la Universidad de Antioquia

Becaria Colciencias Formación de Talento Humano para el Departamento del Atlántico.

Email: joycemildred@gmail.com

1. Resumen

El contexto histórico por el que atraviesa nuestro país, la firma del acuerdo de paz, y la diversidad de discursos y contenidos provenientes de los diferentes agentes socializadores que intervienen en los contextos de socialización política de los niños como los medios y tecnologías de la información y la comunicación, cobran un papel relevante en la construcción emocional política de los niños y, por tanto, en su rol como ciudadanos. La presente ponencia se deriva de una investigación de corte hermenéutico que comprendió un diseño mixto, cuyo propósito principal fue comprender el lugar de los medios y las tecnologías de la información y la comunicación en la configuración de las emociones políticas de los niños y niñas de 6 a 9 años de edad de la institución educativa Lola González, sede Santa Lucia, de la ciudad de Medellín. Ésta se realizó en dos momentos, inicialmente se realizó un estudio descriptivo sobre los hábitos de consumo frente a los medios y tecnologías y luego, un segundo momento de profundización a través de talleres investigativos donde se descubrieron las emociones políticas desde el consumo mediático de preferencia de los niños y niñas. Entre los principales hallazgos de esta investigación se encuentra que los medios son importantes para la construcción emocional política, y aunado a ellos el papel de otros agentes mediadores de la socialización primaria y secundaria de los niños como adultos, pares y el entorno inmediato desempeñan un papel fundamental, lo cual modifica la mirada tecnocéntrica de los medios en la subjetividad infantil. Así, se identificó que los contenidos mediáticos pueden limitar o expandir el alcance emocional de los niños y niñas a través de la identificación simbólica o la producción de esquemas tipificadores que hacen los niños, lo cual influye en sus interacciones sociales. Estos aspectos son fundamentales para el desarrollo de propuestas educativas que busquen la formación de un ciudadano integral desde la infancia.

Palabras claves: Consumo mediático, emociones políticas, infancia, medios de comunicación y tecnologías de la información, socialización política, subjetividad política.

2. Introducción

Los espacios tradicionales de socialización de los niños y niñas como la escuela y la familia han perdido su lugar protagónico ante la presencia de otros agentes socializadores como los medios y tecnologías de la información y la comunicación, en tal sentido se han ampliado los discursos y experiencias de la población infantil posibilitando nuevas configuraciones de la subjetividad infantil y de las maneras de relacionarse con los otros. El incremento del uso de los medios y tecnologías de la información y la comunicación en la

infancia contemporánea genera de alguna manera pautas orientadoras de algunos de los comportamientos que asumen los niños en sus contextos de socialización. Además, son estos medios los que presentan de manera cercana el escenario social y político actual de nuestro país.

Asimismo, dentro del escenario contemporáneo de la vida infantil uno de los campos que llama la atención es la socialización política. Ésta es concebida según Palacios y Herrera (2013), como un proceso formativo que capacita al individuo y le brinda las herramientas necesarias para actuar políticamente y buscar el bien comunitario, y en ella las emociones políticas ocupan un lugar central por las acciones que emprende el sujeto hacia los otros, las creencias y comportamientos que se asumen socialmente.

En este sentido, considerando estos espacios de socialización, las emociones cumplen un papel primordial en la configuración subjetiva de los niños y las niñas, además, la situación social en la que se encuentren los sujetos pueden determinarlas, esto quiere decir que la dimensión social y la dimensión emocional del ser humano van relacionadas de forma concurrente y son aspectos necesarios para abordar y comprender, sobre todo, en un país que ha estado viviendo situaciones políticas de conflicto, que tienen una profunda raíz emocional. Según Bericat (2000) la naturaleza de las emociones está condicionada por la naturaleza de la situación social en la que los hombres sienten. Son expresión, en el cuerpo de los individuos, del riquísimo abanico de formas de relación social (p. 150). En la investigación que se presenta con esta ponencia se asumieron las emociones políticas desde la perspectiva de la filósofa norteamericana Martha Nussbaum Craven, quien en su desarrollo teórico las considera como formas de respuesta frente a algo, situación u objeto, formas intrínsecas de compromiso y juicio evaluativo de ese objeto respecto a su utilidad para nosotros mismos que se forman desde la infancia (Nussbaum, 2008). Esta autora con sus aportes teóricos se constituyó en un referente clave en la investigación para abordar las emociones políticas.

En esta ponencia se presentan los principales hallazgos y conclusiones de dicha investigación, la cual contó con un diseño mixto y tuvo lugar en una institución educativa de la ciudad de Medellín, así se presentan los hallazgos de la primera fase descriptiva acerca de los hábitos de consumo y la segunda fase en la que se desarrollaron ocho talleres investigativos con 62 niños en relación con el papel del consumo mediático en la configuración de las emociones políticas de sus hijos a partir de los contenidos de preferencia de los niños, considerando que agentes socializadores como los medios y tecnologías son clave en la vida de los niños y niñas. Esto me permitió identificar el papel que estos medios tienen a la hora de configurar emociones como el asco, el amor, la compasión y la ira en la subjetividad política de niños y niñas. Aspectos que carecen de un abordaje desde la mirada de los medios de comunicación y la información.

3. Emociones políticas, consumo mediático y socialización política

Las emociones que manifiestan los sujetos se pueden considerar desde lo cognitivo y lo sociológico, desde lo cognitivo en tanto manifiestan formas de interpretación sobre la realidad, e incluye juicios que realiza sobre la misma, de ahí que se pueden leer desde los lenguajes del sujeto. Rodríguez S. (2008), define las emociones como un aspecto central de la experiencia humana, son indicadores del grado de internalización y compromiso que generan los contenidos o proposiciones culturales en una persona o grupo social, es decir, depende de

la relación que establecen los sujetos con el su entorno social. Por ello, contienen significados e interpretaciones del sujeto, se puede considerar así que las emociones se manifiestan en los contextos en donde se haya el sujeto, se crean y se sostienen a través de las interacciones con los otros sujetos y la realidad, donde también tienen lugar las ideas y las creencias de los sujetos.

Teniendo en cuenta las dimensiones social y emocional del ser humano van estrechamente relacionadas. La naturaleza de las emociones está condicionada por la naturaleza de la situación social en la que los hombres sienten, ellas no aparecen en el vacío, son expresión, en el cuerpo de los individuos, del rico y variado abanico de formas de relación social, Bericat (2000, p. 150). En relación con el contexto social, la teoría emocional propuesta por Nussbaum (2006), apunta a la reivindicación del papel que desempeñan las emociones en la construcción de la racionalidad pública, es decir, que guardan relación con el contexto. Se pueden encontrar rasgos que caracterizan la emoción ofrecidas por la autora, que en su conjunto integran la definición de emoción.

De otro lado, las emociones también se caracterizan por ser eudaimonísticas, es decir, relativas al florecimiento de la persona, a lo que la persona considera valioso para sentir su vida completa. Este es un punto extremadamente importante, porque permite comenzar a pensar en la geografía de la vida emocional (Modzelewski, 2012, p. 138). Asimismo, según Nussbaum (2008), las emociones pueden nacer en instancias no evidentes en la historia del sujeto y no necesariamente se traducen al lenguaje. Esta falta de traducción de la emoción al lenguaje del sujeto depende de la calidad y claridad de la visión o reconstrucción que se haga del objeto emocional de la niñez. El despertar emocional en la infancia ayuda a que el niño puede generar un mapa sobre la realidad del mundo y así asumir comportamientos que se pueden juzgar como apropiados o no apropiados. Las emociones se constituyen en referentes para la construcción de lo simbólico y creencias que se justifican en el espacio social.

Dada la influencia de lo social, se puede decir que las emociones son resignificadas por cada momento histórico al que son sometidas, el sujeto se ha expuesto a diversidad de acontecimientos, conocimientos y posturas a los que tiene que ajustarse y responder de forma precipitada, lo cual va tener un grado de influencia en la construcción de identidad y por ende, en la construcción subjetiva y emocional del sujeto.

El sujeto se comprende y asume desde su historicidad, teniendo el papel que juega la estructura social en su constitución. Pensar el sujeto de esta manera, determinado por la historia, implica tener en cuenta su lugar en un espacio y tiempo determinado y en el marco de un proyecto social por construir, es decir, “exige comprender que el sujeto es producido socialmente y que su autoconstitución pugna entre dos campos: lo instituido y lo instituyente” (Martínez & Cubides, 2012, p.70). Sumado a esto se define la subjetividad a través de la manifestación de ciertos rasgos que constituyen al sujeto, los cuales son:

[...] la autonomía, la conciencia histórica y la posibilidad de plantearnos utopías, la reflexividad, la ampliación del círculo ético, la articulación de la acción y sus narrativas, la configuración del espacio público como escenario de realización de lo político y la negociación del poder (Alvarado, et al., 2008, p. 29).

La subjetividad política se alcanza dentro de procesos y escenarios formativos en los que está inmerso el sujeto como la socialización política. Según Alvarado, et al. (2008), se entiende entonces la socialización política como un proceso formativo de las subjetividades políticas, pueden ser los procesos de formación ciudadana o escenarios que se constituyen participativos en instituciones como la escuela o la familia, entre otros, pero que no se vean reducidos a acuerdos o competencias cívicas que sólo buscan la convivencia armónica, sino que busque el despliegue de la subjetividad política y su fortalecimiento. En este sentido, los agentes socializadores son fundamentales en los procesos de socialización y subjetivación política.

En estos escenarios de socialización las nuevas tecnologías tienen un papel fundamental. Estas se constituyen según Lull (2009), en transmisores de valores, perspectivas e ideas a las personas de diferentes culturas, clases sociales y edades de todo el mundo. Los niños son los que más consumen este tipo de medios, en el contexto de audiencias, ellas mismas hacen el reconocimiento, interpretación, edición y utilización de las representaciones ideológicas ofrecidas por los medios para la propia construcción social en la vida cotidiana (Lull, 2009, p. 33). Es decir, los códigos y discursos de los medios se refuerzan y aprenden en el contexto de social de los individuos, en la interacción realizada por ellos en el campo social.

La relación de la infancia con los medios de comunicación se ha leído desde diferentes posturas, algunas de ellas tienden a ser moralistas y pesimistas, otorgando a los medios de comunicación la responsabilidad sobre las experiencias y modos de ser en la infancia, sobre todo aquellas que generan problemáticas en los espacios de socialización. Otras desde perspectivas esencialistas. Lo habitual es pensar que los niños poseen unas características inherentes que de algún modo están relacionadas de forma singular con las características inherentes de determinados medios de comunicación. En muchos casos, por supuesto, esta relación se define como negativa: se considera que los medios electrónicos tienen un poder especial para explotar la vulnerabilidad de los niños, para debilitar su individualidad y destruir su inocencia (Buckingham, 2000, p. 54).

Otras corrientes de estudios sobre medios se enfocan en la aptitud de las audiencias, enfoque de usos y gratificaciones (Morduchowicz, 2008). También se encuentra los estudios culturales de Birmingham que se han movido en aspectos como la resistencia obrera, las culturas juveniles, y han explorado los contenidos y la recepción de los medios de comunicación, enfocándose en la parte sociopolítica y económica (Muñoz, 2009, p. 32). Los primeros estudios culturales de audiencia, de procedencia inglesa, centraron su atención en los programas populares de la televisión como obras culturales, y a través de ellos desenmascarar los discursos, ideologías y los significados en la audiencia (Cataño, 2012, p. 92). Este tipo de estudios se centran en lo que las audiencias hacen con ese producto cultural producido por los medios.

La socialización que experimentan los individuos en el curso de su formación y desarrollo integral, esta permeado por estos discursos y por estos nuevos medios, lo que hace que el proceso de socialización secundaria experimente cambios que pueden ser positivos, si se inducen de forma adecuada en los sujetos en la construcción de la realidad. Siguiendo a Berger & Luckmann (2012) se puede referir como socialización secundaria a todo proceso posterior, que induce al individuo ya socializado a nuevos sectores del mundo objetivo de su

sociedad. Sin embargo, desde la mirada de estos autores, la socialización primaria comprende un aprendizaje más allá de lo cognoscitivo de la realidad, una construcción primaria del mundo que lleva en su proceso una carga emocional y la socialización secundaria, en cambio, requiere la adquisición de vocabularios específicos de roles, que significan la internalización de campos semánticos que estructuran interpretaciones y comportamientos de rutina dentro de un área institucional (2012, p. 93).

La revisión de la literatura sobre la relación entre emociones políticas y medios de información y la comunicación, deja ver el vacío existente en cuanto a la relación y la forma en qué se construyen las emociones políticas en los niños desde las interacciones con estos agentes socializadores, y como esto influye en las maneras relacionarse políticamente y en la definición de roles asumidos a nivel social, desde la participación, deliberación, la tolerancia, el consenso, la reflexividad, la toma de decisiones y en la manera de expresar y aceptar las múltiples perspectivas de vida y actuaciones de los otros con las que se tiene que enfrentar en la cotidianidad, en último término, cómo las emociones se relacionan con su formación ciudadana y su socialización política.

4. Configuración emocional política de los niños y niñas de la Institución en relación con el consumo mediático

En la actualidad referirse a las emociones políticas desde la perspectiva de la filósofa Martha Nussbaum nos traslada al entorno sociopolítico y cultural colombiano, en donde se hace necesario plantear indagaciones que ayuden al desarrollo emocional político desde la infancia, que tengan repercusiones en la construcción del ideal de país que se requiere, donde prime el bienestar común y los intereses por los conciudadanos en la búsqueda de una sociedad justa y equitativa.

Desde las voces de los niños es posible afirmar que los medios y tecnologías ocupan un lugar importante en la formación de las emociones políticas de los niños y niñas que se encuentran en edades entre los 6 y 9 años. No obstante, en su formación como sujetos políticos y ciudadanos también ocupan un lugar destacado la familia, la escuela, el grupo de pares y otros actores sociales. Los medios para los niños son una fuente más de alimentación en la construcción emocional política de la infancia, pero no ocupan la centralidad que los adultos han pretendido adjudicarles.

Aunque en la revisión de literatura acerca de las investigaciones sobre los medios se deja ver cierta centralidad de la televisión, se halló que ésta ha sido desplazada por medios como el celular, el Smartphone y los videojuegos en tanto que son los de mayor consumo por los niños. Esta preferencia en cuanto a los medios indica que su elección parece deberse a su practicidad, su tamaño, el fácil acceso a la información y su fácil manipulación. Se observa que los niños prefieren el uso de los videojuegos y las niñas el uso del celular o Smartphone o la Tablet.

En este sentido, se encuentra que las emociones más recepcionadas por todos los niños, tanto en un medio como en otro, son el amor y la alegría, estas emociones causan la identificación y simpatía de los niños con el lenguaje emocional que presentan los contenidos mediáticos, en efecto esta identificación tiene repercusión en las actitudes ciudadanas y en la

construcción emocional política que asume el niño en su contexto de socialización. Estas preferencias indican que el medio es elegido por su practicidad, su tamaño, el fácil acceso a la información y su fácil manipulación. Se observa que los niños prefieren el uso de los videojuegos y las niñas el uso del celular o Smartphone o la Tablet.

Además, se observó un alto acceso a internet de un 94.5%, lo cual se puede traducir en un mayor acceso a la información. El internet contribuye a que el espacio de formación y de socialización de los niños esté rodeado de diferentes tipos de tecnología y dispositivos que implican su uso, dado que cada vez más las familias van respondiendo a las demandas comerciales a nivel tecnológico, por ello el papel clave que puede tener la tecnología en la interacción social de los niños y niñas, y su influencia en la formación de las emociones políticas y su formación subjetiva.

Dicha situación se refleja en la elección de los sitios que visitan en internet los niños y niñas, entre los cuales se encuentran porcentajes significativos con sitios para ver y escuchar música como Youtube (68%) y el Facebook (23,4%). Otras páginas o aplicaciones de juegos (19%), para consultar Google (11,4%) y otras actividades relacionadas que no puntuaron significativamente como el ver series preferidas, hacer tareas, el Whatsapp, ver diferentes tipos de videos, fotos e Instagram.

En el consumo mediático se refleja una tendencia al uso en solitario, que se refleja en el tipo de medio usado, los horarios y los espacios o lugares de mayor uso en el hogar. Esta individualización en los modos de consumo y uso de los dispositivos tecnológicos en los niños participantes, se relaciona con los contenidos a los cuales acceden, determinados por los gustos y las experiencias diferentes que ofrecen los medios y tecnologías de la comunicación y la información, de acuerdo con Buckingham (2005)

El advenimiento de la tecnología digital ha producido, y ha estado acompañado por, algunos cambios importantes en las experiencias de los niños con los medios. No es necesario presentar aquí un elenco detallado, pero incluirían: la proliferación de emisores; la individualización del acceso a los medios; el advenimiento de los llamados medios interactivos; el creciente potencial de utilización de los medios para la comunicación y la participación; y la constante comercialización de los medios (2005, p.3).

Desde los programas preferidos para los niños (“Soy Luna”, 40% y “Dragon Ball Z”, 7%) se evidenció que los personajes favoritos y los programas tienen una influencia en sus comportamientos porque los personajes están en un ambiente que no es lejano a la realidad de los niños y la idiosincrasia del personaje es similar a la que viven los niños, frecuentemente estos últimos copian para su vida las actividades y hábitos del personaje construyendo un estilo de vida o *habitus* con base a su personaje.

Estas preferencias de contenido influyen en los tipos de música de mayor preferencia en los niños, se hallan artistas como Karol Sevilla (19,3%), protagonista de la serie de “Soy Luna”, le sigue Maluma (16%) y otros artistas del género musical del Reguetón, el cual sigue siendo uno de los ritmos musicales preferidos en la infancia. En la música se observó que para los niños no es tan evidente lo que representan las letras de las canciones, no hay una profundización en cuanto a lo que dicen las mismas. Pero cuando la letra de las canciones posee mensajes contundentes y positivos para la vida, los niños piensan y sienten que, lo que

dice la canción se debe hacer o llevar a cabo en la vida, se observa una recepción de estos mensajes positivos.

Este hecho nos muestra la capacidad que tienen los medios de ordenar la vida de las personas a través de la diversidad de instrumentos simbólicos que les aportan a los niños para la construcción de la realidad, recursos que están atravesados por la moral y moldean la forma de pensar acerca del mundo real (Silverstone, 2010), lo cual, puede influir en los procesos de autoreflexión y modos de acción en sociedad, con otros y, por ende, se reconoce la definición de algunos rasgos de subjetividad política de los niños como la capacidad de pensar sobre su propia historia, sobre su contexto o las condiciones en las que se desarrolla su vida cotidiana (Alvarado, et al., 2008, p. 33).

Los niños reconocen que cuando los personajes y los programas favoritos presentan escenas violentas, o emociones negativas, los niños no las imitan, por tanto, consideran que no influye en su comportamientos o conductas violentas. Pero cuando esta misma situación se indagó por sexos, las niñas atribuyen que los niños tienen conductas violentas porque las han aprehendido de sus personajes, creen que ellos sí aprenden eso. De igual manera, los niños se refieren a las niñas considerando que ellas también aprenden conductas de sus personajes, estos aprendizajes tienden a relacionarse con los estereotipos de hombre y mujer están construyendo los niños y niñas. Por ejemplo, las niñas que no ven en este caso “Dragon Ball Z” consideran que algunos niños si se les contagian de esas acciones como la rabia o conductas que afectan a los otros como las palabras grotescas y las peleas, pero que no todos los niños son así. Con relación a esto dice un niño: “(...) porque en la cabeza quedan como imágenes de tanto vérselo, en la cabeza queda grabado eso” y agrega una niña: “es como la canción de Soy Luna, una la empieza escuchar varias veces y ya la empieza a cantar, y le gusta a uno”. Sin embargo, otros niños y niñas consideran que no son influenciados por su personaje más allá de copiar algunas expresiones usadas por el personaje, al respecto una niña señala: “porque uno aprende las cosas que dicen ahí” pero finalmente los niños identifican que gran parte de los contenidos son ficción.

Desde lo anterior se evidencia que la televisión o los contenidos mediáticos preferidos van definiendo la construcción de imaginarios femeninos y masculinos, los cuales, tienen una influencia en la relación o interacción que realizan los niños con sus pares. Desde estos programas se evidencia una limitación en la formación de identidades masculina y femenina porque se refuerza las tradicionales concepciones y características de mujer y se mantiene una concepción de hombre fuerte, salvador, luchador. Estas concepciones de división y de superioridad pueden generar hechos y conductas discriminatorias, que no promueven los medios o herramientas necesarias que eviten la humillación y potencien la capacidad de afiliación entre los sujetos (Nussbaum, 2008, 2014) y que requieren las emociones políticas; dado que influyen en conductas y actitudes excluyentes porque son trasladadas al contexto social de los niños. Los contenidos que ofrecen los medios pueden ampliar o limitar la comprensión emocional política que hacen los niños y niñas, esto depende en mayor medida de las historias, las tramas y los desenlaces que se ofrecen en los contenidos mediáticos.

Acercarnos a las emociones políticas conlleva a pensar en los ideales y principios políticos a los que aspira una sociedad o una nación. La estabilidad de los principios políticos de una sociedad depende en gran medida de la gestión que se haga sobre emociones, como la tristeza o aflicción, el asco, la compasión, de manera que el ciudadano sea moldeado emocionalmente

y sus emociones se dirijan hacia la nación, superando aquellos aspectos limitantes y emocionales que son impedimento en la extensión apropiada de las emociones públicas, particularmente, el amor y la compasión. Las emociones públicas o políticas son las que sostienen los ideales aspiracionales de una sociedad que tienda a la justicia y la equidad.

Se constató que las emociones primarias juegan un rol fundamental en la construcción emocional política, se observa en general un panorama emocional de los niños y niñas participantes del estudio que evidencia emociones como la alegría, la tristeza, el miedo, la envidia, el asco, la vergüenza. Dentro de la formación ciudadana y subjetividad política, es fundamental la compasión, como aquella que refleja la percepción de la relación que tienen los ciudadanos con el resto de sus congéneres. Al respecto Nussbaum (2008) nos indica la necesidad entonces de fortalecer ciertos mecanismos psicológicos en la compasión como el juicio de posibilidades parecidas y otras emociones como la empatía, la simpatía, que se van configurando como base de la compasión.

Hay escenas en los programas infantiles que los niños ven con mayor frecuencia que movilizan emociones como la envidia, el asco y conllevan a la formación de ciertas diferencias entre grupos obstaculizando la formación emocional, en particular de la compasión. Se evidencia que cuando en la presentación del contenido no media una explicación de lo que sucede al sujeto afectado parece que el niño no alcanza a lograr una clara comprensión del hecho (especialmente los más pequeños) quedando truncada la posibilidad de configurarse una emoción política que le permita al niño pensar en la magnitud del dolor y el no merecimiento del otro al padecer una a situación infortunada. Esta es una carencia a nivel de pensamiento o representación de la emoción que se asocia con el nivel comprensivo y cognitivo como se mencionó anteriormente. Se puede considerar que ese vacío en la comprensión emocional, se traslada como vacíos en la comprensión emocional política del sujeto, éste no ha alcanzado un nivel de complejidad a nivel cognitivo y aún no posee una riqueza de experiencias sociales que permitan construir un marco de referencia amplio para la elaboración de sus emociones particularmente las políticas. Por ello se puede colegir que en las primeras edades hay una posibilidad formativa de la emoción humana y de carácter político, que ciertas instituciones y sujetos pueden llegar a moldear fácilmente, de ahí que cualquier tipo de información proveniente del exterior sea evaluada, porque ciertas expresiones emotivas promovidas desde los agentes de socialización en la infancia pueden constituirse en bases adecuadas o no adecuadas del progreso emocional.

La empatía que establecen los niños con el lenguaje emocional de su personaje tiene repercusiones en la adquisición de algunas actitudes, comportamientos y formas de expresión de las emociones básicas (amor, tristeza, alegría, miedo, rabia) presentadas en la pantalla o referenciadas en las letras de las canciones. Pero la formación de la emoción política desde esta perspectiva se estrecha en cuanto a su alcance porque se limita al contexto inmediato, los familiares o personas que lo integran y pueden no fomentar su madurez, y no implica abarcamiento amplio de la mirada sobre la sociedad (Nussbaum, 2014).

Un hecho que quedó claramente confirmado es que los contenidos mediáticos preferidos por los niños van siendo aceptados por la mayoría de ellos en función del “rating” que posee el programa, y desde estos se van delineando representaciones sociales que tienen que ver con estereotipos de género. Esta construcción en algunos niños y niñas genera vergüenza o intimidación al sentir que algunos de sus compañeros no comparten sus gustos y que al

expresar sus preferencias por tal programa o personaje teme ser juzgado o ser objeto de burla. Existe una evidente inclinación por parte de los niños a destacar las representaciones de lo femenino y masculino que exponen los medios, lo cual refuerza las construcciones que al respecto han hecho desde sus contextos más inmediatos como la familia, respecto a esto uno de los niños manifiesta “y cuando en el salón dicen si uno ve “Soy Luna” es que es marica o es homosexual”.

Es que ciertos contenidos que no tienen un adecuado manejo desde los productores de los medios no favorecen o permiten el cultivo de las emociones políticas, por consiguiente, el papel de la escuela, la familia, las experiencias o aprendizajes figuran con un papel relevante en la construcción emocional política en tanto los niños tienden a asumir y aprender de los roles, las actitudes y las emociones que asume el adulto responsable o significativo sobre determinada situación. En este sentido, podemos decir con Nussbaum (2008) que se requieren medios que a través de sus contenidos promuevan y fomenten capacidades como la imaginación y sentimientos como la empatía para sus semejantes.

[...] Es más, la televisión tiene un enorme poder para influir sobre la empatía y el juicio de las posibilidades similares respecto a minorías y personas de otros países. Sus elecciones de imágenes y de funciones, en nuevos relatos, anuncios y dramas, tendrán consecuencias importantes sobre las capacidades morales de los ciudadanos, para bien o para mal (p.480).

5. Conclusiones

La comprensión de la configuración de las emociones políticas en niños y niñas en edades entre los 6 y 9 años de la institución educativa Lola González, sede Santa Lucía, permitió el reconocimiento de un paisaje emocional político que se constituye en un marco de referencia para la construcción ciudadana del sujeto infantil, donde los medios y tecnologías de la información juegan un papel relevante. Los medios y tecnologías ocupan gran parte del tiempo de los niños desplazando la actividad física en el tiempo libre, el celular o Smartphone y la Tablet son los principales dispositivos en el contexto cotidiano de los niños, porque les ofrecen contenidos que antes se encontraban en la televisión o el computador, además, que les permite interactuar con otros y jugar, y poseen unas características técnicas que permite su fácil manipulación.

En medio de esta elección mediática y de contenidos, acontece un sujeto infantil autónomo, es decir, se da un consumo altamente individualizado, lo cual puede implicar cambios en las interacciones que se establecen en esta etapa de la vida. Esto implica, que educadores, los agentes educadores, escuela y sociedad precisen trabajar los contenidos mediáticos, promover ambientes comunicacionales para definir pautas y claridades frente al contenido que las infancias interactúan, por el hecho de que se visibiliza un infante con un rol más protagónico en la producción y elaboración de contenidos (por ejemplo, videos en Youtube), ya sea, porque tienen una intención deliberada de compartir dicho contenido o sólo por el placer, divertimento que les produce.

La comprensión del paisaje emocional político de la infancia implica hacer un reconocimiento del tejido emocional que se va construyendo alrededor de este, desde el proceso formativo y de maduración del individuo. En la etapa infantil se pudo evidenciar, que las primeras emociones se constituyen como marco de referencia para la construcción

emocional con sentido político. Esta construcción está mediada en gran parte por las interacciones que los niños hacen con los dispositivos; no obstante, en su formación como sujetos políticos ocupan un lugar primordial las experiencias adquiridas por y con un adulto significativo, es decir, la familia, el grupo de pares o el contexto donde socializan lo aprendido o visto en los medios como la escuela, u otros actores sociales.

Desde los hallazgos, se ratificó con Nussbaum (2014) y Modzelewski (2015), que la construcción emocional política en los niños se puede orientar a través del acto de educar e ir madurando las emociones primarias, de manera que permita al individuo pasar de particularidades propias, a intereses generales o universales a través de propuestas literarias, el cine, entre otros y donde medie el diálogo. Paralelamente, se confirma con González (2014) que las instituciones sociales que se orienten a la formación política y ciudadana, abarcarán lo cognitivo y afectivo, lo cual, está en sintonía con la propuesta de Nussbaum.

Se puede concluir que los contenidos que referencian las novelas o series infantiles aportan en cierta medida al proceso de formación de la emoción política, pero se ve limitado en ocasiones por la ausencia de la promoción del juego imaginativo en el niño, desde la relación que establecen los personajes y desde los tipos de contenidos presentados, dado que frecuentemente se retoman los mismos argumentos o guiones dentro de las historias presentadas. La mayoría de veces los contenidos se circunscriben a la presentación de una realidad familiar al contexto de los niños y ofrece algunas veces una visión más sobrenatural sobre la misma. Los medios ofrecen a los niños la posibilidad de construir otra realidad y por ello, influye en el tipo de interacciones que elaboran en su contexto social. Por eso la necesidad de educar las emociones y la interacción que hacen los niños con los contenidos que ofrecen los medios.

5. Referentes bibliográficos

- Alvarado, S. V.; Ospina, H. F.; Botero, P. & Muñoz, G. (2008). Las tramas de la subjetividad política y los desafíos a la formación ciudadana en jóvenes. *Revista Argentina de Sociología*, 6 (11), 19-43. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/ras/v6n11/v6n11a03.pdf>
- Bericat Alastuey, E. (2000). La sociología de la emoción y la emoción en la sociología. In *Papers: revista de sociología*. (62), 145-176. Recuperado de <http://ddd.uab.cat/record/357>
- Berger, P. Luckman, T. (2012). *La construcción social de la realidad*. Argentina: Amorrortu. Ciudadanías en los Colectivos Caminos de Paz. *Infancias Imágenes*, 14(1), 23-39. Recuperado de <http://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/infancias/article/view/8128>
- Buckingham, D. (2000). *Crecer en la era de los medios electrónicos*. Madrid: Ediciones Morata.
- Buckingham, D. (2005). *Educación en Medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. España. Ediciones Paidós Ibérica.

- Cataño O., M. M. (2012). Enfoques teóricos y metodológicos en los estudios de recepción y audiencia. En Bonilla, J., Cataño, M., Rincón, O., Zuluaga, J. (Eds). *De las audiencias contemplativas a los productores conectados* (81-110). Bogotá. Sello Editorial Javeriano.
- García Canclini, N (2006). El consumo cultural. Una propuesta teórica. En Sunkel, G. (Coord.). *Consumo Cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello. 2da. Edición
- Lull, J. (2009). *Medios, Comunicación, Cultura. Aproximación global*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Modzelewski, H. (2013). *La educabilidad de las emociones y su importancia para el desarrollo de un Ethos democrático*. (Tesis doctoral). Universidad de Valencia, España.
- Morduchowicz, R. (2008). *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.
- Nussbaum, M. C. (2008). *Paisajes del pensamiento: la inteligencia de las emociones*. Barcelona: Paidós.
- Nussbaum, M. C. (2014). *Emociones políticas ¿Por qué el amor es importante para la justicia?*. Barcelona: Paidós
- Palacios, N. y Herrera González, J. D. (2013). Subjetividad, socialización política y derechos en la escuela. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 5 (11), 413-437.
- Rodríguez Salazar, T. (2008). El valor de las emociones para el análisis cultural. *Papers: Revista de Sociología*. (87), 145-159. Recuperado de <http://ddd.uab.cat/record/26259>