

PRESENTACIÓN DOSSIER: EMPRESAS MEDIÁTICAS PARA LA INFANCIA Y LA JUVENTUD DESDE EL SIGLO XX HASTA NUESTROS DÍAS: UNA PERSPECTIVA DIACRÓNICA

Media enterprises for children and youth from the 20th century to the present day: a diachronic perspective

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiCH.2021.i17.01>

Lucía Ballesteros-Aguayo
Universidad de Málaga, España
luciballesteros@uma.es
ORCID  0000-0003-1191-4070

Pamela Giorgi
Istituto Nazionale de Documentación, Innovación e Investigación Educativa (INDIRE),
Italia
p.giorgi@indire.it
ORCID  0000-0002-8012-0672

Como citar este artículo:

BALLESTEROS-AGUAYO, Lucía y GIORGI, Pamela (2021): "Presentación dossier: Empresas mediáticas para la infancia y la juventud desde el siglo XX hasta nuestros días: una perspectiva diacrónica", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, (17), pp. 7-12. <http://dx.doi.org/10.12795/RiCH.2021.i17.01>

El siglo XX como señalaba Ortega y Gasset en *La rebelión de las masas* (1972) inició un proceso de construcción del hombre-masa al que también contribuyeron los medios de comunicación. Ortega no entendía el periodismo sino como “el afán irrenunciable de encontrar la razón en el acontecimiento, en la circunstancia”, como suscribiría María Zambrano en relación a su maestro. Esa búsqueda de razones en la circunstancia es la que fuerza a circunscribir la cosmovisión de cada sujeto al entorno social del que emerge y en el que intervienen también los medios como agentes de socialización y como forjadores de las identidades.

Filosóficamente en el periodo que aparece el pensamiento orteguiano alternaban en Europa dos corrientes principalmente: el historicismo y el vitalismo, según pusieran el acento en el hombre histórico o en la vida como elementos del discurso filosófico. Con el deseo de llevar a cabo una síntesis comprensiva, Ortega defendió un raciovitalismo que ponía la razón al servicio de la vida al establecer una relación entre el mundo y la circunstancia, de tal modo que cada uno se forja una imagen de la realidad con la ayuda de la razón, pero desde la perspectiva que le ha tocado vivir. La verdad la constituye la suma de todas las perspectivas.

Desde esta posición es innegable que la redefinición del concepto de *generaciones* adquiere un especial interés cuando subraya el carácter colectivo del individuo y afirma que la sociedad transmite a cada generación un conjunto de normas, creencias, instituciones e interpretaciones en general, que lo configuran. Podemos decir que el grupo ayuda a construir al individuo a través de tres agentes de socialización fundamentales: la familia, los centros educativos y los medios de comunicación.

La familia, su estructura económica y las condiciones sociales e ideológicas que la sustentan condicionan en gran medida la futura red de relaciones, valores y poder del individuo. Los centros educativos se sitúan también como agentes de socialización paralelos a la familia hasta tal punto que en determinadas ocasiones la maestra adquiere en la mentalidad del niño un rol maternal. Las instituciones educativas transmiten normas, valores e ideas, por lo que tácitamente cooperan en la socialización del individuo y lo sitúan en un momento histórico y cronológico determinados para, desde ahí, vivir la vida, formarse como individuo y participar de una cosmovisión concreta que configura su identidad.

Tan importante es la función que ejercen las instituciones educativas que la misma obra de Ortega y Gasset que situaba *la libertad para* como una categoría vital, rápidamente emparentó con movimientos pedagógicos mundiales como el krausismo que proyectaban una educación crítica, creativa y en libertad.

Ya en 1934 Vygotsky en su obra *Pensamiento y lenguaje* basada en los estudios de psicología de Ausubel (*Psicología evolutiva: un punto de vista cognoscitivo*) y en las investigaciones de Piaget (*La Psychologie de l'intelligence*) pone de relieve la

importancia de que el sujeto participe activamente en el procedimiento de enseñanza-aprendizaje, teoría que se venido llamando *constructivismo*. Según estos autores el aprendizaje en síntesis es construido desde esta perspectiva a partir de aprendizajes que el individuo ya posee, de ahí que sea aprendizaje *significativo* en el que intervienen el medio y las condiciones de las que el sujeto parte.

A partir de esos supuestos se evidencia que es necesario investigar cómo el condicionamiento social penetra en las estructuras más íntimas de la psique del individuo. Si los procesos psíquicos humanos como la percepción, la memoria, la conciencia se desarrollan y se estructuran fundamentalmente en la práctica social y relacional del hombre - como se mantiene desde diversos ámbitos de la psicología social -, también cambian con la variación de la organización social.

La misma escuela comenzando con Karl Marx hasta Louis Althusser, Antonio Gramsci, Pierre Bourdieu y J.C. Jean Claude Passeron, a menudo ha sido descrita como una superestructura ideológica, como un aparato estatal, judicial, cultural, etc., como un lugar de reproducción social, pero también puede ser un lugar de transformación, como sostienen Franco Cambi, Giacomo Cives o Remo Fornaca.

El tercer factor de socialización son los medios de comunicación. La información que ofrecen los medios de comunicación a través de la prensa, la radio, la televisión, el cine y el ecosistema digital contiene valores, actitudes, ideas, incluso prejuicios, tradiciones y creencias con desigual grado de aceptación social, pero que son transmitidos intensamente, aunque de manera generalmente más impersonal que en la socialización primaria, a los sujetos socializados.

En el proceso de socialización los agentes de socialización transfieren roles y formas de comportamiento que los vincula al grupo de pertenencia y al entorno social de tal modo que el lenguaje y la conciencia social tienen su origen, en buena medida, en los procesos histórico-sociales construyendo los sujetos socializados su propia identidad a partir de la imagen que cada uno tiene de sí mismo, es decir, su personalidad, a la que se le une la imagen con la que los demás le reconocen e identifican dependiendo de su estatus.

En torno a los procesos de socialización cabe destacar que la cultura juvenil, principalmente en las últimas cuatro décadas, ha estado fascinada por las nuevas tendencias, por las nuevas sendas a seguir, de hecho han sido varios los caminos culturales a los que se han enfrentado los jóvenes, muchos de los cuales están influenciados por la prensa como factor decisivo en su crecimiento. Tal y como afirma Checa Godoy (2002), la prensa no sólo se convierte en canal difusor de la información educativa, sino también en herramienta al servicio del aprendizaje, superando en ella los cauces formales defendidos desde las instancias oficiales.

Si en los primeros años de la comunicación de masas (aproximadamente a lo largo de la primera mitad del siglo XX) los medios y mensajes en circulación se daban en pequeñas cantidades, es decir, había una situación de escasez de soportes de comunicación y con un universo simbólico no tan saturado de mensajes como hoy día, con el paso de los años principalmente gracias a la innovación tecnológica el número de canales y el número de mensajes han aumentado considerablemente.

Es indudable que los medios de comunicación influyen en la forma de pensar de los ciudadanos, tanto jóvenes como adultos, y de la política, actuando sobre los aspectos emocionales, así al igual que los medios de comunicación tradicionales, los actuales son portadores de intereses políticos, sociales, económicos o en todo caso tienen un proyecto, un sistema de ideas que afirmar.

A lo largo del presente siglo los diversos avances científicos y el desarrollo de la tecnología favorecieron el nacimiento de los primeros medios eléctricos y electrónicos de comunicación de masas. Más allá de la prensa, recordamos la preminencia del cine y la radio en la configuración de identidades personales y nacionales. Esto es, en poco tiempo el desarrollo de los medios de comunicación de masas permitió que la información fuera accesible a un número creciente de personas.

La mediación como símbolo de poder puede ejemplificarse en la etapa de Post-Risorgimento en Italia, un país (y un pueblo) en construcción en la cual los medios de comunicación existentes trataron de vehicular contenidos orientados a formar ciudadanos alfabetizados, además de inculcar el amor a la patria y el propio sentido de ciudadanía. Especial interés posee al respecto el estudio realizado por Francesca Davida Pizzigoni: *“The «Bollettino delle bibliotechine rurali» of zia Mariú: a children’s magazine called to build society through books”*, donde se aborda la función social ejercida por el periódico destinado a la juventud y llevado a las periferias del Reino de Italia gracias a las bibliotecas itinerantes. Será precisamente el periódico el que transmita esa nueva identidad y ciudadanía nacional a las nuevas generaciones italianas a través del cual se manifestaban estos valores, además del entretenimiento y el ocio.

En esta línea cobran especial interés los medios de comunicación dirigidos a los niños porque imponen cánones de formulación e interpretación socializadores que posteriormente influirán en su etapa adulta. Es significativo no solo el volumen de saturación producido por los medios de comunicación, sino también el papel de estas influencias sociales en la comprensión del mundo y en la construcción del sentido de identidad. Algunas particularidades de los medios son su carácter multidisciplinar y su valor en la creación de los imaginarios colectivos.

Es el caso de *“Melampo & co.: el cómic infantil y el estereotipo jerárquico de la relación hombre – animal”* de Pamela Giorgi, aportación que pone de relieve el papel desempeñado por los periodistas juveniles entre el siglo XIX y la primera mitad del XX

en el refuerzo de la visión antropocéntrica y jerárquica de la relación hombre-animal, una visión muy formativa para las nuevas generaciones porque refuerza el orden que la sociedad adulta se ha dado en relación con la justificación de la explotación del cuerpo animal.

También se ha acometido el estudio de la finalidad de esas mediaciones dirigidas a la infancia y la juventud a lo largo de la historia, esto es, en las diferentes etapas de su desarrollo. Tema ampliamente abordado en la contribución “*El aprendizaje de la historia en los niños de la posguerra: la revista salesiana Mi Colegio (Utrera, 1939)*” de María del Carmen Montoya Rodríguez.

Otro aspecto relevante que configura la contribución de este monográfico es el estudio de la imagen que el mundo adulto ha construido a través de la mediación en torno a la infancia, y su correspondencia con la realidad y con la época actual. Es el caso de la aportación “*Nuevos superhéroes. La relación mediática entre los jóvenes y los médicos*” de Luca Toschi, Lisa Capitini, Viola Davini, Ilaria Marchionne, Eugenio Pandolfini, y Marco Sbardella.

En suma, con este monográfico hemos querido subrayar la multidisciplinariedad de las empresas mediáticas especializadas en la infancia y la juventud mediante una perspectiva diacrónica poniendo en valor, primero, la posibilidad de diferentes enfoques desde el punto de vista crítico e interdisciplinar abordando tanto las producciones comunicativas como las propuestas de carácter literario, novelístico, ensayístico, artístico y/o pedagógico y educativo -siendo los medios de comunicación una parte fundamental e innegable del entorno educativo cultural de cada individuo, incluidos los niños y los adolescentes-. Y segundo, subrayando el rol que han ejercido a lo largo de la historia las mediaciones dirigidas a la infancia y la adolescencia en la configuración de los imaginarios colectivos, las representaciones comunes, la imagen de un país y los valores de una sociedad.

Referencias

Ausubel, David Paul, Novak, Joseph D. y Hanesian, Helen (1998). *Psicología evolutiva: un punto de vista cognoscitivo*. México: Trillas.

Bacchetti, Flavia (2019). «Sulla letteratura per l'infanzia. Tracce e suggestioni. En Anna Antoniazzi, *Scrivere, leggere, raccontare... La letteratura per l'infanzia tra passato e futuro. Studi in onore di Pino Boero* (pp. 67-71). Milano: Franco Angeli.

- Ballesteros-Aguayo, Lucia (2018). «La prensa católica de Franco: ¡Zas! un modelo de revista infantil (1945)». *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 10, pp. 268-285.
- Cepparrone, Luigi (2018). «La complessa tessitura del racconto nelle storie letterarie, Un 'osservatore e testimone attento'». *L'opera di Remo Ceserani nel suo tempo*, pp. 107-133.
- Checa, Antonio (2002). *Historia de la prensa pedagógica en España*. Sevilla: Secretariado de Publicaciones, Universidad de Sevilla
- Giorgi, Pamela y Anichini, Alessandra (2020). *Lo straniero di carta: educare all'identità tra Otto e Novecento*. Roma: Tab edizioni.
- Franco, Marie (2018). Madrid y la modernidad de la literatura infantil de los años veinte y treinta. En Otero Carvajal, Luis Enrique y Pallol Trigueros, Rubén (coord.), *La ciudad moderna: sociedad y cultura en España, 1900-1936* (pp. 93-106). Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Muñoz García, Gema y Jiménez Pablo, Esther (2020). «La infancia en el retrato español. Una mirada a la empatía en la formación del profesorado de Educación Primaria». *Didácticas Específicas*, 22, pp. 71-87.
- Sánchez Pinilla, Francisca (2012). «Análisis de la narrativa infantil escrita por mujeres (1920-1939)». *Ocnos: revista de estudios sobre lectura*, 8, pp. 57-66.
- Roghi, Vanessa (2020). *Lezioni di Fantastica: Storia di Gianni Rodari*. Roma: Laterza.
- Ortega y Gasset, José (2013). *La rebelión de las masas*. Madrid: Tecnos, 3ª edición.
- Piaget, Jean (2012). *La Psychologie de l'intelligence*. Paris: Armand Colin.
- Vygotsky, Lev (1964). *Pensamiento y lenguaje*. Buenos Aires: Editorial Lautaro.