

PAKA PAKA, UNA CARTOGRAFÍA POSIBLE SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE SUBJETIVIDADES Y LAS TECNOLOGÍAS

PAKA PAKA, MAPPING A POSSIBLE CONSTRUCTION OF SUBJECTIVITIES AND TECHNOLOGIES

Por **Nicolás Bernardo**

jnicobernardo@gmail.com

orcid.org/0000-0002-9748-2952

RECIBIDO 19-08-2015

ACEPTADO 12-11-2015

Instituto de Investigaciones en Problemáticas Sociosimbólicas
Latinoamericanas «Aníbal Ford»
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

RESUMEN

Este trabajo nos aproxima a la señal de contenidos audiovisuales para niños y niñas, Paka Paka, creada por el Estado Nacional argentino como un nuevo modo de interpelar a los niños y las niñas con una propuesta educativa y de entretenimiento alternativa a la oferta comercial. Los ejes de interés del abordaje propuesto serán los modos en los que las narrativas de Paka Paka operan en la construcción de subjetividades, la articulación con las lógicas mercantiles hegemónicas y el lugar ocupado por las tecnologías como dispositivos sociales.

PALABRAS CLAVE

Paka Paka, Estado, mercado, comunicación

ABSTRACT

This work brings us closer to the signal of audiovisual content for children Paka Paka, created by the National Argentine Government as a new way of appealing to children with an educational proposal and offers an alternative to commercial entertainment. The axes of interest of the proposed boarding will be the manners in which narratives Paka Paka operate in the construction of subjectivities, the articulation with the hegemonic commercial logic and the place occupied by social technologies like devices.

KEYWORDS

Paka Paka, State, market, communication



PAKA PAKA, UNA CARTOGRAFÍA POSIBLE SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE SUBJETIVIDADES Y LAS TECNOLOGÍAS

Por Nicolás Bernardo

Paka Paka es una señal televisiva, lanzada oficialmente el 17 de septiembre de 2010 como una propuesta del Estado Nacional, a través del Ministerio de Educación, destinada a construir nuevos modos de interpelación de los niños y niñas a partir de otros contenidos audiovisuales. Hasta el surgimiento de la señal, los productos televisivos infantiles eran producidos, casi exclusivamente, por el mercado, y, la mayoría de las veces, por empresas extranjeras. Este carácter disruptivo y novedoso lo transforma en un objeto complejo, susceptible de ser abordado desde múltiples lugares y perspectivas teóricas, epistemológicas y metodológicas. Una posibilidad, entonces, es pensar Paka Paka como «objeto» en construcción, en tanto es imposible abordar los procesos socioculturales como algo dado, independiente de los modos de interrogarlo y de las preguntas que se le puedan hacer. En este sentido, puede ser de utilidad la producción de mapas como alternativa de indagación. La idea de cartografía remite a la posibilidad de señalar caminos posibles de aproximación al objeto, recuperando diversos aportes y advirtiendo limitaciones en el abordaje de los distintos problemas que plantea. A la vez, demuestra la pretensión de apertura de ciertas discusiones preliminares sobre las que se puede avanzar o retroceder.

Paka Paka es un emblema de la misma manera en la que lo fue Disney en tiempos de la hegemonía televisiva. Configura un escenario, personajes, estéticas y temporalidades (por cierto, de manera particular). Con esos elementos elabora una serie de narrativas con incidencia sobre infinidad de cuestiones relativas a las infancias y ligadas a la constitución de los niños como sujetos, la difusión masiva de imágenes, las tecnologías y el mercado.

En el campo de estudios de la comunicación ciertos postulados teóricos respecto de los «efectos» que producen los medios de comunicación en los niños y las niñas, idiotizándolos, consumiéndolos, enajenándolos, parecían estar superados. Sin embargo, reaparecen bajo nuevas formas y renuevan la idea de que los niños son entes pasivos frente a los contenidos propuestos por las industrias culturales. Como contrapartida, se plantea la inocuidad de los medios frente a la capacidad infinita de los niños de resignificar y de reinterpretar esos mensajes continuamente (Duek, 2013).

Frente a esto, es necesario plantear la posibilidad de sostener que los medios de comunicación, en tanto dispositivos primordiales de producción de significados, son los principales generadores de procesos de subjetivación en las sociedades contemporáneas. De allí su centralidad como objeto de indagación desde los diversos campos de las ciencias sociales, pero, también, de la política y del mercado: si no fuera así, si no influyeran de ninguna manera en esta dirección, ¿cuál sería el sentido de que los medios sean objeto de legislación? ¿O de los estudios de marketing y de las grandes inversiones en publicidad?

Es decir, si bien no se trata de una relación en términos de determinación, los medios establecen ciertos parámetros respecto de lo posible, de lo no posible, de lo deseable y de lo no deseable, de lo temido; contribuyen a la adopción de ciertos consumos, estéticas, prácticas; y aportan a la construcción de un «sentido común» o de una atmósfera sobre ciertas temáticas.

Partiendo, entonces, de la premisa según la cual las producciones culturales de difusión masiva son un dispositivo central en la construcción de subjetividades, un eje de la indagación sobre Paka Paka puede ser de qué manera esas narrativas que elaboran se relacionan con los niños y las niñas; cómo los interpelan.

En Paka Paka se construyen sentidos (que no se completan ni se definen sólo allí) a partir de una puesta en escena, de la conformación de un escenario de visibilidad. Zamba¹ es un nene formoseño (aunque habla como porteño), de tez oscura, con rasgos originarios, que come chipá, mira televisión y va a la escuela pública (que funciona como escenario principal de la narración). Este dibujo animado es el emblema de la propuesta, pero ese carácter representacional (en términos de puesta en escena) se reitera en todos los programas de la señal. Allí, reviste interés pensarlo como ficción, en tanto un modo de construir sentidos en relación con las prácticas de la vida cotidiana.

Ahora bien, ¿de qué modo se vinculan esas narraciones con los sujetos con los que dialogan? ¿Paka Paka es televisión? Sí, pero también es Internet, redes sociales, videojuegos y teatro. Y esta diversidad y distinción no sólo es significativa en términos de soportes sino, también, de los lenguajes que habla. Retomando el ejemplo anterior, «La asombrosa excursión de Zamba» es un dibujo animado que se transmite por televisión, pero también es una página web, un musical al estilo Broadway o Disney y un parque temático en Tecnópolis.² En Zamba conviven las lógicas narrativas televisivas convencionales pero, también, el video clip y los juegos electrónicos (Murolo, 2013).

Es insoslayable preguntarse, entonces, ¿cuál es la mediaticidad de los niños?, ¿es televisiva o también multimedial / digital / transmediática? Y en esa línea es necesario pensar de qué manera las narrativas televisivas para niños se inscriben en esa dinámica. Sobre todo, si se

aborda una propuesta estatal, del Ministerio de Educación, con una misión y unas características como las de Paka Paka, que ingresa en un sistema de producción simbólica destinado a niños y a niñas que se presenta hegemonizado por el mercado, fuertemente transnacionalizado, que, indefectiblemente (habrá que discutir de qué manera), lo permea. Pero, también, los modos de articularse que establece en un momento histórico en el que las tecnologías digitales, los flujos y las redes imponen una transformación sociocultural de dimensiones insospechadas.

De acuerdo con Vanina Papalini:

Si se observan de conjunto las áreas de la vida que afectan estas tecnologías, se revela su magnitud, que involucra gran parte de experiencia humana: el conocimiento y el modo de aprehender la realidad, la representación del mundo, la alimentación, el trabajo, las relaciones interpersonales y hasta las expectativas frente a la enfermedad y a la muerte. Desde este punto de mira, toda la vida social se ve modificada por el complejo científico-tecnológico: no es posible pensar, entonces, que se trate de una serie de «inventos» surgidos casi por azar, erigidos en causas eficientes de los cambios en la historia (2006: en línea).

TECNOLOGÍAS Y SUBJETIVIDAD

En este punto es necesario establecer una serie de criterios para esclarecer algunas cuestiones respecto de las transformaciones tecnológicas y de su imbricación con los procesos de conformación de las subjetividades en el sentido planteado previamente.

Reducida a una mirada instrumental, la tecnología aparece por fuera de toda relación social. Para incorporarla en esta discusión es necesario no pensarla como un objeto o como una herramienta, ni a partir de metáforas ingenieriles, sino en su inmanencia, como práctica social, como relación, como poética. No es posible reducir el estatuto de las tecnologías a una concepción instrumental. Pensar las tecnologías en la historia y su carácter social nos sitúa en otro territorio de la reflexión a partir del cual es posible pensar las matrices tecnológicas como constitutivas de la vida cotidiana y como trascendentes de las posibilidades de acción de los sujetos.

La tecnología se desenvuelve de esa forma como inmanencia, como configuración de la experiencia, no como algo intencional u optativo sino como una trama, una matriz, un ambiente. La tecnología no es un objeto, es una configuración experiencial, un dispositivo mental que no es externo a los hombres sino que está imbricado con la subjetividad.

Contrariamente, una concepción de la tecnología en términos de instrumentos neutros, valorados en términos de eficiencia, y disponibles para ser administrados por los seres a los cuales les aparecen como externidad, desliga a los dispositivos técnicos de las tramas histórico culturales. Según Cornelius Castoriadis, hay valoraciones respecto de la actividad técnica en las que se prioriza el valor de la eficacia. En este sentido, ejemplifica: «Una técnica

nuclear es buena si produce gran cantidad de megamuertos, y mala en el caso contrario [...] la técnica aparece como wert-frei, neutra en cuanto a valor y referida a la eficacia como único valor (2004: 57)». En esa concepción de la tecnología de la que da cuenta Castoriadis hay una clausura de la dimensión histórica, de los usos sociales de la técnica, del poder inmanente, de la pregnancia del sistema de reproducción del capital, de la tecnología como relación social y de la institución de la técnica como discurso.

El problema se centra, entonces, en los entramados culturales, en la vida cotidiana y en las dinámicas del poder en las prácticas ordinarias, en los modos de vida, en el vivir humano en el mundo. Este reconocimiento nos posiciona en una concepción de la comunicación y de la constitución de subjetividades consecuente, más amplia y comprensiva de este tipo de procesos. Ya no como un intercambio entre dos sujetos mediados por artefactos técnicos, ni entre sujetos y aparatos que intercambian mensajes. Como plantea Héctor Schmucler (1997), no en un sentido técnico instrumental sino en sentido ontológico moral, como manera de ser de los hombres en el mundo.

Una perspectiva teórica y epistemológica latinoamericana configurada por la historia de los procesos políticos y culturales, y por la historia de la producción de conocimiento en el campo de la comunicación, permite adoptar una concepción política y ubicar la mirada sobre los procesos comunicacionales en el terreno de cultura para trascender la determinación mediática. Aun cuando se reconoce la centralidad de los discursos mediáticos, el sentido último no se define en esa relación.

De esta manera, una mirada desde la comunicación / cultura habilita la posibilidad de pensar los procesos formativos del sujeto en el espacio de la vida cotidiana, en las relaciones sociales y en los procesos de mediación. Esto permite trascender el maniqueísmo entre determinación mediática e inocuidad, a partir de la concepción de la comunicación como indisociable de las relaciones históricas y de las dinámicas del poder.

En este sentido es que resulta posible pensar los modos en los que Paka Paka constituye narrativas, los recursos que utiliza y los vínculos que establece con los niños que interpela: entendiendo las tecnologías no como instrumentos sino como dispositivos culturales inescindibles de la práctica humana. Tal como sostiene Jesús Martín-Barbero:

El lugar de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural: la tecnología remite hoy no a unos aparatos sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras (2002: 11).

Lo que se denomina revolución tecnológica, entonces, no implica sólo el acceso a dispositivos técnicos sino una disponibilidad de los sujetos a nuevos modos de percibir y de estar en el mundo; y es en esa atmósfera que hay que pensar la construcción narrativa de Paka Paka.

NARRATIVAS, ÉTICA, ESTÉTICAS

En Paka Paka subsisten lógicas de la producción audiovisual propias del sistema analógico a la vez que se recuperan formas y recursos del multimedia, del videojuego, así como las temporalidades y las estéticas de la web. De la misma manera, provoca ciertas rupturas con estéticas y con dinámicas de las producciones televisivas comerciales, a la vez que las reproduce en diversos aspectos.

Por otra parte, es necesario contemplar que los niños que miran Paka Paka tienen la mirada educada por el paradigma Disney (que tampoco es solo televisivo) y están atravesados, fuertemente, por las tecnologías digitales en los términos en los que lo plantea Martín-Barbero; y que las redes de relaciones que establecen en la vida cotidiana funcionan como mediadoras de ese vínculo. Por ello, no es posible pensar la relación entre las infancias y los medios en términos binarios, como Estado / Mercado o como televisión / Internet, sino que es preciso ubicar la mirada en las relaciones, en las tensiones, en los entramados y las intersecciones y en las zonas grises, lo que no implica relativizar las disputas hegemónicas por la producción de otros sentidos respecto de la infancia y por su construcción como público de medios que supone la propuesta de Paka Paka.

La señal retoma ciertos lenguajes y estéticas de las propuestas comerciales ya conocidas y visitadas por los niños y las niñas. Sin embargo, desde Paka Paka estos no son convocados en tanto consumidores. Paka Paka no «vende». De hecho, en su programación no hay publicidades, lo que transforma, potencialmente, las perspectivas en torno a la incorporación de los niños al universo del consumo en el mercado, opera de la misma manera sobre sus deseos, influencia la estructuración de sus necesidades e interviene en los vínculos con sus pares y con sus familias. En este sentido es absolutamente disruptivo.

Si se analiza Play House Disney, el espacio de Disney Channel destinado a niños en edad preescolar, se constata que en una hora un niño recibe el estímulo de comprar 16 productos mediante publicidades y se expone a 21 promociones de los programas de la señal. Es decir, un niño que mira dos horas diarias de dibujitos en este canal puede llegar a recibir en un mes más de 960 estímulos de compra de productos y de 1.260 promociones de programas (Samar, 2011).

Como señala Gabriela Diker:

En la medida en que su oferta [la del mercado] inunda las calles y las pantallas de los televisores, el mercado pone en circulación no sólo productos sino también modelos identitarios que producen efectos sobre los deseos, las preferencias y las representaciones estéticas que los niños y las niñas construyen sobre sí mismos, más allá del consumo concreto de tal o cual producto. Esto no significa, claro está, que los efectos subjetivos que produce la interpelación del mercado sean homogéneos ni directos; significa, más bien, como señala [Valerie] Walkerdine [2006] en relación con las formas de apropiación que los niños y las niñas hacen de la TV, que resultan de «elementos parecidos, aunque combinados de maneras muy distintas», según sean las posiciones de género y de clase, el capital cultural familiar, la localización geográfica, el nivel educativo del consumidor, la presencia de otros discursos significativos distintos de los del mercado, etc. (2009: 71).

Todo lo mencionado no implica, necesariamente, una ruptura absoluta con las lógicas imperantes de la producción cultural en el capitalismo. El hecho de que la subjetividad infantil se constituya alrededor del videojuego se debe a que este es un consumo dominante. El capitalismo impone matrices que modifican la vida cotidiana que alteran el proyecto de Paka Paka, independientemente de las pretensiones de los productores y los planificadores.

Muchos de los dibujos animados de Paka Paka, entre ellos Zamba, utilizan, frecuentemente, la estética del videoclip, e incluso de la publicidad televisiva, que se constituye en una herramienta para vincularse con un público familiarizado con una velocidad narrativa relacionada con la instantaneidad de la web y con el videojuego.³ Interpelan a niños acostumbrados a las narraciones y a las lógicas del videojuego, con una mirada educada o construida alrededor de específicas temporalidades y de espacialidades. Pero, a la vez, los convoca ubicando a la institución escolar, cuyos modos de organización del tiempo y del espacio son absolutamente distintos, en un lugar central.

Otro aspecto que resulta interesante de abordar, teniendo en cuenta el carácter performativo del lenguaje, es cómo se elabora un nuevo modo de representación de las infancias, que en el mismo momento en el que las nombra y que acciona en ese sentido las transforma, a partir de la relación de inmanencia entre las prácticas y el lenguaje. En esta línea, se pueden señalar los intentos de ruptura de los estereotipos, por ejemplo, en materia de género, socio-culturales y étnicos, pero, fundamentalmente, en la utilización del idioma, lo que se produce a partir de la ruptura con la centralidad de Buenos Aires, que invalida otras formas de hablar y que, consecuentemente (en tanto el lenguaje se articula con las prácticas), influye en el hacer. La lengua porteña (en el mejor de los casos, puesto que la mayoría de los canales para niños son producidos en el exterior y son doblados en «neutro»), en muchas ocasiones, no puede dar cuenta de las prácticas de los sujetos y de los sentidos que construyen en torno a la cotidianidad. Este aspecto resulta central, puesto que, como plantea Peter McLaren, «la importancia del lenguaje reside en el hecho de que es por medio de él que nombramos la experiencia y que actuamos como consecuencia de la manera en la que interpretamos o que malinterpretamos esa experiencia» (1998: 5).

Nuevamente, el problema nos coloca en el espacio de la vida cotidiana. Una mirada que pretenda abordar esta problemática sociocultural debe situarse en ese lugar, en las prácticas ordinarias, en las poéticas donde es posible advertir las operaciones constitutivas de las subjetividades y la solidificación subterránea, inmanente, del poder. Tanto epistemológica como metodológicamente, un posicionamiento de carácter empírico positivista reviste poca capacidad explicativa. Michel de Certeau presenta una metáfora que es significativa en este sentido:

Subir a la cima del World Trade Center es separarse del dominio de la ciudad. El cuerpo ya no está atado por las calles que lo llevan de un lado a otro según una ley anónima; ni poseído, jugador o pieza del juego, por el rumor de tantas diferencias y por la nerviosidad del tránsito neoyorquino. El que sube allá arriba sale de la masa que lleva y que mezcla en sí misma toda identidad de autores o de espectadores. Al estar sobre estas aguas, Ícaro puede ignorar las astucias de Dédalo en móviles laberintos sin término. Su elevación lo transforma en mirón. Lo pone a distancia. Transforma en un texto que se tiene delante de sí, bajo los ojos, el mundo que hechizaba y del cual quedaba «poseído».

Permite leerlo, ser un Ojo solar, una mirada de dios. Exaltación de un impulso visual y gnóstico. Ser sólo este punto vidente es la ficción del conocimiento

[...]

La ciudad panorama es un simulacro teórico –es decir, visual–, en suma un cuadro, que tiene como condición de posibilidad un olvido y un desconocimiento de las prácticas. El dios mirón que crea esta ficción literaria y que, como el de Schreber, solo conoce cadáveres, debe exceptuarse del oscuro lazo de las conductas diarias y hacerse ajeno a esto.

Es «abajo», al contrario, a partir del punto donde termina la visibilidad, donde viven los practicantes ordinarios de la ciudad. Como forma elemental de esta experiencia, son caminantes cuyo cuerpo obedece a los trazos gruesos y a los más finos –de la caligrafía– de un «texto urbano» que escriben sin poder leerlo ([1980] 1996: 262-263).

Todas las aseveraciones presentadas en este artículo, siempre atadas a la contingencia, se sostienen no sólo en la recuperación y en la puesta en diálogo de algunas de las propuestas teóricas específicas sobre la temática, sino, también, en un proceso de trabajo de dos vías, ligado a esta propuesta metodológica. En la investigación, se realizó un trabajo de análisis representacional de los contenidos audiovisuales, tanto de Paka Paka –más exhaustivamente– como de las propuestas mercantiles para niños y niñas, que permita la identificación de formas representacionales particulares sobre la niñez: estéticas, temporalidades, espacialidades, usos del lenguaje, modos diversos de convocar a los niños, construcción de estereotipos, etcétera. Todas estas conclusiones preliminares están apuntaladas, también, por una observación respecto de cómo, a partir de casos particulares, los niños y las niñas experimentan esas relaciones, cómo realizan sus televidencias, y los sentidos que construyen a partir de ese vínculo, en distintos espacios y frente a diferentes ofertas. De este modo, el foco de observación no está puesto sólo en las dinámicas objetivas sino, también, en las prácticas cotidianas en las que se pone en juego la hegemonía comunicacional del mercado.

CONCLUSIONES

Paka Paka presenta una diversidad de componentes que es necesario determinar de qué manera son apropiados y cómo dialogan con el resto de las propuestas con las que se vincula. Lo que es posible afirmar es que implica un quiebre en la concepción de los sujetos niños y en las operaciones que establece la televisión con ellos respecto de cuáles son las pautas culturales que se pretende que incorporen, las trayectorias propuestas, las acciones que se presentan como deseables, los anhelos, etcétera.

Este trabajo no tiene pretensión de exhaustividad, lo que se propone es presentar una serie de problemas que reviste la existencia de unas narrativas sobre las infancias producidas por un agente presente hace más de un siglo como institución pública, pero que ahora adquiere centralidad en otro espacio, gobernado por otros actores y por otras lógicas de funcionamiento. Allí hay una serie de certezas y de innumerables interrogantes. La primera

certidumbre es que Paka Paka es un punto de partida en la construcción de otros relatos: emancipatorios, democráticos, respetuosos de los derechos de los niños y las niñas.

Entonces, es preciso el reconocimiento de Paka Paka como política pública educativa y cultural. De acuerdo con Susana Velleggia (2011), es necesario destacar que, por primera vez en la historia de la comunicación audiovisual de la Argentina, la relación entre la televisión y los niños es ubicada en el marco de las convenciones internacionales referidas a los Derechos de los Niños y a los Derechos Culturales, de las cuales nuestro país es signataria, las cuales deben regir el funcionamiento de los medios en toda sociedad que se pretenda democrática y respetuosa del derecho a la comunicación y a la cultura.

Paka Paka no surge en el vacío sino que se articula con una serie de marcos regulatorios nuevos, superadores, o, simplemente, a partir del respeto a esas normativas internacionales, en un momento histórico en el que las políticas públicas están signadas por la restitución y la actualización de derechos. El surgimiento y el desarrollo de Paka Paka se produce en un contexto en el que se plantea como prioritario desde el Estado (y esa es la perspectiva política de la señal) profundizar la participación y la vida democrática mediante el fortalecimiento del derecho a la comunicación desde la infancia, entendiendo este derecho como condición necesaria para la vida democrática.

En este contexto, hacer efectivo el derecho a participar de la cultura y el derecho a la comunicación exige que el Estado desarrolle políticas de equidad que garanticen el reconocimiento social y cultural de todas las sensibilidades y las narrativas en que se plasma la creatividad política y cultural de un país (Salviolo, 2013: 409).

Por otro lado, sin embargo, se abre un interrogante fundamental relacionado con la efectividad del proyecto y con su viabilidad en un contexto histórico en el que si bien los procesos políticos (al menos en la región) van en este mismo sentido los entramados culturales le resultan adversos. ■■■

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTORIADIS, Cornelius (2004). «Técnica». *Artefacto. Pensamientos sobre la técnica* (N.º 5), pp. 50-66.

CERTEAU, Michel de [1980] (1996). *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*. México D. F.: Universidad Iberoamericana.

DUEK, Carolina (2013). *Infancias entre pantallas. Las nuevas tecnologías y los chicos*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

MCLAREN, Peter (1998). *Pedagogía, identidad y poder en el multiculturalismo*. Rosario: Homo Sapiens.

SALVILOLO, Cielo (2013). «Paka Paka: la construcción de un nuevo relato sobre la infancia». En Instituto de Estudios sobre Comunicación RTA (ed.). *Pensar la Televisión Pública. ¿Qué modelos para América Latina?* (pp. 409-420). Buenos Aires: La Crujía.

SCHMUCLER, Héctor (1997). *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos.

VELLEGGIA, Susana (2011). «La promoción de los derechos de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes en la de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522». En Baranchuk, Mariana; Rodríguez Usé, Javier (coords.). *Ley 26.552: Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual* (pp. 175-194). Buenos Aires: AFSCA-UNLZ.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

DIKER, Gabriela (2009). *¿Qué hay de nuevo en las nuevas infancias?* Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento / Biblioteca Nacional [en línea]. Recuperado de <<http://goo.gl/PwCf6y>>.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002). «Técnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo». *Diálogos de la Comunicación* (N.º 64), pp. 8-23 [en línea]. Recuperado de <www.infoamerica.org/documentos_pdf/martin_barbero1.pdf>.

MUROLO, Leonardo (2013). «La asombrosa excursión de Zamba. Un viaje animado por la historia en la Televisión Pública argentina». *Chasqui* (N.º 122) [en línea]. Recuperado de <<http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/75>>.

PAPALINI, Vanina (2006). «Para una discusión sobre la tecnología». *Astrolabio* (N.º 4). Córdoba: Centro de Estudios Avanzados. UNC [en línea]. Recuperado de <<http://www.astrolabio.unc.edu.ar/articulos/comunicacion/articulos/papalini.php>>.

SAMAR, Roberto (2011, 6 de abril). «Dibujitos: consumismo vs Paka Paka». *Página 12* [en línea]. Recuperado de <<http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-165643-2011-04-06.html>>.

WALKERDINE, Valerie (2006). «Hay una multiplicidad de infancias». Entrevista realizada por Inés Dussel. *El Monitor* (N.º 10). Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación [en línea]. Recuperado de <<http://www.me.gov.ar/monitor/nro10/dossier5.htm>>.

NOTAS

1 Zamba es el protagonista de «La asombrosa excursión de Zamba», el dibujo animado emblema de la señal. Con sus compañeros de escuela y con su maestra, Zamba realiza excursiones por la Argentina para conocer sitios históricos. Mágicamente, viaja en el tiempo y conoce a los héroes patrios y protagoniza sucesos trascendentes en la historia latinoamericana.

2 Tecnópolis es la muestra argentina de ciencia, tecnología, industria y arte más grande de América Latina. Es una política pública que se realiza, desde 2011, en un predio de cincuenta hectáreas ubicado en la provincia de Buenos Aires.

3 Zamba es solo un ejemplo. En «Dinopaka» el personaje principal es un chico que se convierte en un personaje de videojuego y, de esa manera, viaja a la prehistoria para conocer a los dinosaurios. Otros dibujos, por el contrario, replican modos de narrar más ligados a los formatos escolares tradicionales. En «Taller de historias» el abuelo (que ocupa el lugar del maestro) le cuenta fábulas tradicionales a sus nietos (alumnos). Las narraciones mantienen el orden temporal lineal y secuencial de la institución educativa.