

NINOS

Y

PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN ESTRATEGIAS DE SOBREVIVENCIA

ADOLESCENTES:

Miriam Stambuck Ferrufino

“Dulces, dulces, joven comprame pues”

“Lustro, lustro, ¿le lustro señor?”

“Joven, una rosita para la señorita”

“Limonas llévate casera”

A menudo, en nuestro recorrido por las calles, nos encontramos con expresiones como éstas. Son niños trabajadores que tratan de ganarse la vida de diversas maneras. La forma como se desenvuelven y comunican es algo natural para las personas; pocas veces nos detenemos a observar qué particularidades puede tener esta comunicación, sus lenguajes, la manera como se dirigen a sus clientes. Ese es precisamente el tema de la investigación: los procesos de comunicación de niños y adolescentes en estrategias de sobrevivencia.

Para tener un panorama global de la problemática, es necesario mencionar que el ingreso de los niños al mercado laboral, está relacionado directamente con el factor económico. Muchas familias de escasos recursos se ven en la obligación de enviar a sus hijos a trabajar para que, de alguna manera, colaboren en la magra economía familiar. Este hecho se repite frecuentemente en los pobladores de los barrios periféricos, que en su mayoría son migrantes de otras regiones del país, asentados en Cochabamba.

Según cifras de UNICEF (1995), a nivel nacional están insertos en el mercado de trabajo más de medio millón de niños, tanto en

TESIS

el área rural como urbana. A nivel departamental existen casi 90.000 niños en el mercado laboral informal y formal. De esa cantidad, cerca a 19.000 están en el área urbana, en los sectores formales e informales de la economía. En las calles de Cochabamba (mercado informal) trabajan alrededor de 3.000 niños y adolescentes.

La incorporación del niño en el mercado laboral hace que vaya ganando independencia no sólo en la vía de ingresos, sino también en el comportamiento social y su desenvolvimiento en la vida cotidiana. El niño adquiere experiencia, autonomía y dominio del espacio.

Es por esto que para conocer las etapas de esta gradual independización, el estudio se

52

ha realizado con niños y adolescentes entre 8 y 17 años, incorporados al mercado laboral informal, con fuentes de trabajo en la zona central de la ciudad de Cochabamba.

¿ Por qué es importante el tema?

El tema escogido es de importancia porque se puede hacer mucho por los niños trabajadores a través de la comunicación, en la prevención de peligros y difusión de sus derechos.

Los objetivos

Se ha planteado un objetivo general que es conocer los procesos comunicacionales de niños y adolescentes entre 8 y 17 años, incorporados al



mercado laboral informal.

Los objetivos específicos son describir formas y contenidos de la comunicación de estos niños; la estrategia de sobrevivencia utilizada para ingresar al mercado y su tipo comunicacional; y las contradicciones de la comunicación difundida por los medios masivos y la comunicación "cara a cara".

La hipótesis

Se partió de la hipótesis: gracias a la comunicación, los niños ingresan a trabajar; si no

se fortalece esa comunicación útil a su sobrevivencia, se exponen los niños y la sociedad a un deterioro de la calidad de vida.

La metodología

En el trabajo, se ha utilizado la investigación participativa y se han usado las siguientes técnicas: Grupo focal, entrevistas, transecto barrial, observaciones, revisión bibliográfica, estudios de caso, incidentes críticos e informantes.

Las conclusiones

Para comenzar las conclusiones, es necesario decir que la comunicación es un producto funcional de la necesidad humana de expresión y relación que satisface una serie de funciones. Los niños, con las estrategias de sobrevivencia, satisfacen necesidades funcionales como necesidades materiales; psíquicas; sociales; regulatorias; controlando el comportamiento de otros; informativas; recibiendo y brindando informaciones nuevas; interaccional; relación con diferentes personas; expresión personal; hablando libremente con su grupo de referencia.

La comunicación como proceso tiene elementos básicos:

Contexto donde se da comunicación: casa, calle, barrio, escuela. Interlocutores con los que se establece comunicación: los niños con su familia, amigos; transeúntes; vecinos. Contenido: gira sobre aspectos laborales. Signos: utilizan palabras. Medio: comunicación verbal.

La familia: Los niños para ingresar al mercado laboral son informados por su padres, éstos ejercen influencia en la comunicación del niño.

La calle: el niño se adapta a este espacio comunicacional, amplía su capacidad de comunicación; aprende maneras de llegar a sus clientes.

En los oficios crean sub-lenguajes. De acuerdo con la actividad que realizan, tienen maneras de comunicarse con sus clientes; aprenden a comunicarse y a organizar sus pensamientos.

Los niños trabajadores socializan la información, entre ellos su comunicación es solidaria. Los medios de comunicación no les sirven mucho para su trabajo.

Aprenden habilidades comunicacionales. La comunicación de los barrios periféricos ayuda al niño en su inserción al mercado laboral.

Los clientes, los profesores de escuela y los niños que no trabajan, generalmente tienen una manera vertical de comunicarse con ellos.

La comunicación, elemento vital dentro de las estrategias de sobrevivencia: sin comunicación no existirían estrategias de sobrevivencia porque estas son parte del accionar de un grupo que está dentro la sociedad y comunicación sin sociedad no existe.