

# Seminario Iberoamericano Derechos de la comunicación y niños



16 Y 17 de Julio 2010  
Ciudad de México





# **Seminario Iberoamericano Derechos de la Comunicación y Niños**

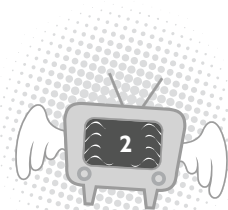
**Memoria**  
**16 y 17 de julio de 2010**  
**Ciudad de México**

**Coordinación**  
**Irma Avila Pietrasanta**

**Indesol**  
Instituto Nacional de Desarrollo Social



**UACM**  
Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México  
*Nada humano me es ajeno*





# CONTENIDO

## PRESENTACION

Iván Gomezcesar

## INTRODUCCIÓN

Irma Avila Pietrasanta

### MESA 1

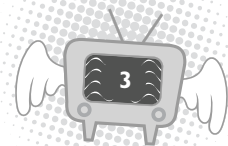
#### **Derechos de la Comunicación de los niños.** pag. 13

- El derecho de los niños a opinar y ser tomados en cuenta, Gerardo Sauri.
- KNN y ciudadanía mediática de la nueva generación, Bernardo Cáceres.
- La relación televisión/ infancia y los derechos de los niños; la experiencia de Argentina, Susana Velleggia .
- Los derechos de comunicación de la infancia en México, una demanda insoslayable en la legislación, Carlos Sotelo García.

### MESA 2

#### **Medios de Calidad** pag. 63

- Televisión para niños en Colombia, una propuesta de medios de calidad, Claudia Rodríguez.
- Televisión de Calidad en México; el caso de Once Niños, Alicia Espinosa de los Monteros y Fernanda Cervera.
- Televisión nicaragüense para jóvenes. “Sexto sentido”. Hazel Jirón.
- La realidad de los niños mexicanos exige medios de calidad hechos por y para ellos, Olga Durón Viveros.





### **MESA 3**

#### **Educación para los Medios**

**pag. 86**

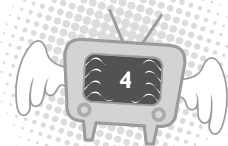
- Educación para los Medios en México, La experiencia del ILCE y la SEP, Guadalupe Hernández.
- Didáctica y Medios en España, Enrique Martínez-Salanova.
- Las Radios Escolares Argentinas, Judith Gerbaldo.
- Apantallados, Propuesta de Educación para los medios y Ejercicio de los Derechos de la Comunicación de los Niños. Irma Ávila Pietrasanta.

### **MESA 4**

#### **Identidad y Globalización en los Medios de Comunicación**

**pag. 141**

- Turix: por los derechos de los niños y las niñas a los medios y a la comunicación, Ana Rosa Duarte.
- Niñez, adolescencia y medios de comunicación en Bolivia, Tatiana Ovando De la Quintana.
- Et năxwinyët: Ja wyântunët tyëtunët, Haciendo y deshaciendo el Mundo, Sócrates Vásquez García.
- Mi experiencia en No Apto para Adultos (NAPA), Bernardo Cáceres Venegas.



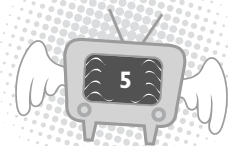



## **PRESENTACIÓN**

En Enlace Comunitario de la UACM hemos tenido siempre gran preocupación por el ejercicio de las libertades de expresión e información de las comunidades, lo que nos ha llevado al impulso de actividades como la organización de talleres de video con la participación de estudiantes, académicos e integrantes de diversas comunidades, entre ellas pueblos y barrios originarios, colonias populares, migrantes indígenas y otros. De esta manera, se busca acercar a los universitarios a estas realidades y dotar a todos los participantes del manejo de medios de comunicación y de espacios para el ejercicio de sus derechos de expresión.

Cabe destacar el trabajo que ha desarrollado la documentalista Irma Avila Pietrasanta, quien diseñó y dirigió estos talleres y a partir de 2006, apoyada en la UACM y en Comunicación Comunitaria, A.C., ha trabajado consistentemente en torno a los derechos de comunicación de los niños de las comunidades, trabajo sensible en tanto entraña una proyección hacia el futuro.

En los cursos de verano en San Lorenzo Tezonco, el barrio de La Merced, con comunidades de residentes otomíes y mazatecos en el DF, se ha trabajado en la educación para los medios (alfabetización audiovisual) y la promoción y práctica de los derechos informativos a través de la producción de cápsulas de radio y video con niños. La calidad de este trabajo lo hizo merecedor al premio Unicef de Mejores Prácticas en Derechos Humanos en noviembre de 2009 y algunos de los trabajos de los niños han sido seleccionados en varios festivales nacionales e internacionales de cine y audiovisuales y premiados en la Feria de la Comunicación Alternativa en las categorías de Video y Radio.



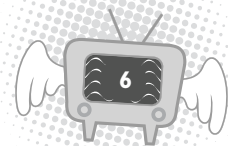


En 2009 también se desarrolló un trabajo con los niños de Tláhuac, con la participación de 17 estudiantes de nuestra universidad a través del programa de servicio social y con el apoyo de las autoridades delegacionales, que dio como resultado la Declaración de Tláhuac, avalada por el Congreso de Niños en que participaron 1,500 menores.

Sin embargo, garantizar que los niños de esta ciudad puedan ejercer sus derechos de la comunicación es un proceso más grande y complicado en donde el primer paso es que los niños y los adultos de esta ciudad sepan que existen estos derechos y piensen en el camino para ejercerlos.

En esta búsqueda colaboramos con diversas instituciones en **APANTALLAD@S, PRIMER FESTIVAL DE NIÑOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**, y dentro de éste, dirigimos nuestros esfuerzos a abrir espacios de discusión de la problemática Niños y Medios de Comunicación. Como instancia académica trabajamos en la organización del **Seminario Iberoamericano, Niños y Medios de Comunicación**, que buscó reunir a un grupo de especialistas de Iberoamérica para discutir el tema y comenzar un diálogo abierto, público, en donde académicos, maestros, comunidades, productores de medios de comunicación y estudiantes nos sentáramos a conocer la experiencia de Iberoamérica en la materia, en busca de pensar cómo promover el ejercicio de los derechos de los niños mexicanos en materia comunicativa. Este volumen es la memoria de este conversatorio que resultó por demás interesante. Esperamos que estas primeras reflexiones, sean el principio de un largo camino hacia la promoción de los derechos de la comunicación de los niños de las comunidades de la Ciudad de México.

**Dr. Iván Gomezcézar**  
**Coordinador de Enlace Comunitario**  
**UACM**





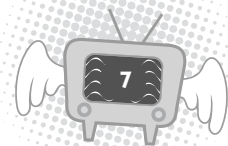
## INTRODUCCIÓN


Este 2010 estamos cumpliendo 20 años de la Convención sobre los Derechos del Niño, en donde quedaron establecidos claramente los derechos de la comunicación de los niños. Sin embargo, en México no hemos podido establecer las políticas públicas y las condiciones que les brinden a los pequeños las herramientas para ejercerlos, especialmente si hablamos de derechos de la comunicación.

México tiene la mayor concentración mediática del mundo y es el segundo lugar de exposición mundial de los niños a la televisión, después de Croacia. El niño promedio mexicano ve cuatro horas y media sólo de televisión cada día, sin considerar los videojuegos y el Internet, o sea, ven más tiempo la televisión que a sus padres o maestros. La calidad de los medios a los que acceden deja mucho que desear. Según un estudio de Lourdes Roca, del Instituto Mora, básicamente tienen acceso a la televisión comercial, que es machista, violenta, consumista, racista, clasista, además de que sólo un 7% de su producción está dirigida a niños, por no hablar de que es la gran compradora de enlatados de animaciones japonesas y norteamericanas que poco tienen que ver con la cultura local.

La preservación, el conocimiento y el rescate de la memoria oral, la tradición y el patrimonio cultural debieran estar en los medios, especialmente en los medios dirigidos a niños, y desgraciadamente no es así.

Algunas ONGs como Poder del Consumidor dicen que los niños mexicanos tienen la mayor exposición del mundo a comerciales de la llamada “comida chatarra”, y también el primer lugar mundial en obesidad infantil. Once Niños, el único espacio en el país que ha trabajado consistentemente en televisión de calidad, no tiene los recursos ni el





alcance para dar la cobertura que garantice a todos los niños tener al menos la posibilidad de optar.

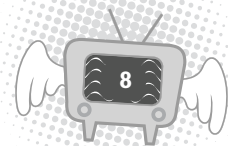
Por otra parte está el tema de la sociedad de la información y el conocimiento. En México las políticas al respecto se han centrado en dar acceso tecnológico y conectividad. Con grandes esfuerzos, se implementó desde el gobierno un programa de computadoras en las escuelas públicas, pero nada se ha hecho para que los niños mexicanos tengan opciones de contenidos de calidad. Ahora los niños pueden acceder a páginas de chismes del espectáculo y que promueven el consumo en el mejor de los casos, ya que a veces acceden a espacios no sólo violentos sino hasta peligrosos.

Pero lo más preocupante es el retiro del Estado en esta materia frente a sus obligaciones: la de legislar, generar políticas públicas y regular anteponiendo el interés superior de los niños frente al resto de los intereses de toda índole.


Es urgente, si somos una generación responsable, cambiar la relación que todos tenemos con los medios, aunque cueste ir contra demasiadas inercias e intereses, e impulsar proyectos que generen cambios profundos.

Se requieren políticas públicas claras así como acciones firmes y coordinadas entre los diversos sectores de la sociedad en donde legisladores, educadores, instituciones de gobierno, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad, padres de familia, pero sobre todo los niños, sean parte de la solución y no del problema.

Las aéreas en donde la incidencia debiera estar presente serían la cultura, los medios y la educación. Así fue como nos propusimos, como una de las múltiples actividades a desarrollar, hacer un festival que acercara a los habitantes de la Ciudad de México a pensar en la







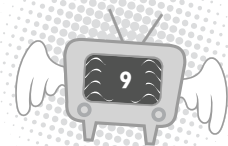
relación de sus niños con los medios, un festival lúdico y mediático que divirtiera, impartiera talleres y pusiera en los temas de reflexión de los asistentes su propia relación con los medios.


En el marco de las actividades de **Apantallados, primer festival de niños y medios de comunicación** realizado del viernes 16 al domingo 18 de Julio de 2010 en el Museo de Arte Popular (MAP) y con la colaboración de diversas instituciones, desarrollamos un **Seminario iberoamericano de Niños y Medios de Comunicación** para que los adultos, académicos, políticos, productores de medios, maestros y estudiantes, futuros comunicadores sociales, nos sentáramos a reflexionar sobre estos temas.

### **Seminario Iberoamericano de Derechos de la Comunicación y Niños.**

El Seminario fue un foro de intercambio de experiencias con especialistas de Argentina, Bolivia, Colombia, España, Nicaragua, Perú y México. Nos reunimos en el ánimo de pensar, repensar, reflexionar, imaginar y soñar, sobre la realidad y las posibilidades de la relación Niños y Medios de Comunicación a partir de 4 temas, que para nosotros ponían en la mesa la agenda en la materia:

- **Mesa I.** Derechos informativos de los Niños/as, en donde nos propusimos debatir acerca del estado que guarda el ejercicio de los derechos informativos de los niños en México, así como mostrar experiencias legislativas y de ejercicio de derechos de dos países, Perú y Argentina, que a nosotros nos parecieron interesantes. Aquí participaron Gerardo Sauri, Relator de Libertad de Expresión de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal, quien nos compartió su experiencia no sólo de defensa y promoción de la Libertad de Expresión, sino de su profundo conocimiento de la Convención






de los Derechos del Niño. Participó también Susana Velleggia, Presidenta del Festival de Cine Nueva Mirada para la Infancia y la Juventud de Argentina y promotora del Capítulo de Protección a la Infancia en la Nueva ley de Medios de Argentina, quien compartió con nosotros su experiencia. También tomaron la palabra Bernardo Cáceres, coordinador del proyecto holandés KNN, Kids News Network, proyecto internacional de ejercicio de las libertades de expresión de los niños y Carlos Sotelo García, Presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía del Senado de la República para compartirnos hasta dónde la propuesta de ley en Comisiones contempla la relación Niños y Medios.

- **Mesa 2**, Medios de Calidad, donde se abordaron las preocupaciones de quienes, desde la producción en los medios, buscan mejorar la calidad de los materiales a los que los niños tienen acceso en televisión, radio, internet y videojuegos, con experiencias destacadas de países como Colombia y Nicaragua, así como de las propuestas nacionales en ese ámbito. Ahí, Claudia Rodríguez, creativa y gestora cultural de la televisión infantil tanto de Colombia como de Latinoamérica nos compartió la experiencia de la Muestra Iberoamericana de Televisión de Calidad y de las diferentes propuestas que en su país se han desarrollado en ámbitos públicos y privados, con el fin de desarrollar medios de calidad para los niños colombianos. Alicia Espinosa y María Fernanda Cervera, ambas de Once Niños, compartieron las búsquedas y la propuesta de medios de calidad más sólida de nuestro país en la televisión pública. Por su parte Olga Durón Viveros hizo un análisis de la situación de los niños y los medios en México para sustentar la propuesta de Comunicación Comunitaria, RadioBolaTV, primera radio televisión comunitaria para niños por internet y, para finalizar, Hazel Jirón, de Nicaragua, presentó una de las experiencias más

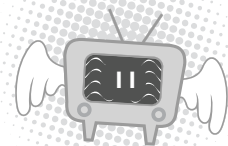





interesantes en televisión dirigida a adolescentes en temas de salud sexual y reproductiva, la serie telenovelada Sexto Sentido.

• **Mesa 3**, Educación para los Medios. Esta mesa se centró en experiencias educativas tanto de aula como de educación informal dirigidas a dar a los niños herramientas para relacionarse con los medios de la manera más provechosa para ellos con ponentes de España, Argentina y México. Para empezar estuvo con nosotros Enrique Martínez-Salanova, Vicepresidente de Grupo Comunicar con más de 25 años de trabajo con docentes sobre experiencias de comunicación en el aula; escritor, guionista de cine y televisión, ilustrador y dibujante, nos compartió las formas que adoptan estas experiencias en su país y la imperiosa necesidad de educar en materia de medios. También participó la Mtra. María Guadalupe Hernández Luviano, Coordinadora Académica del ILCE, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, instancia multinacional que en México se ocupó del tema años atrás, desarrollando una propuesta curricular que fue divulgada entre maestros de primaria y que desafortunadamente no se llegó a aplicar en aulas en la escala esperada. También participó Judith Gerbaldo, de Radio FM Sur de Argentina, un medio comunitario con trabajo con niños, vinculándose con los profesores y produciendo con ellos desde su propuesta Radio Feroz, y por último una servidora, que expuso el trabajo desarrollado desde hace 10 años en Comunicación Comunitaria y la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, con experiencias de Alfabetización Audiovisual, en donde hemos desarrollado en talleres de verano, de fin de semana o de tarde, una metodología de trabajo que ha mostrado muy buenos resultados con los niños mexicanos.

• **Mesa 4**, Identidad y Globalización, donde se analizaron los procesos de identidad de los niños latinoamericanos frente a

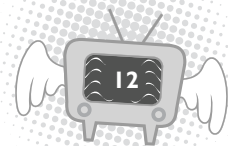


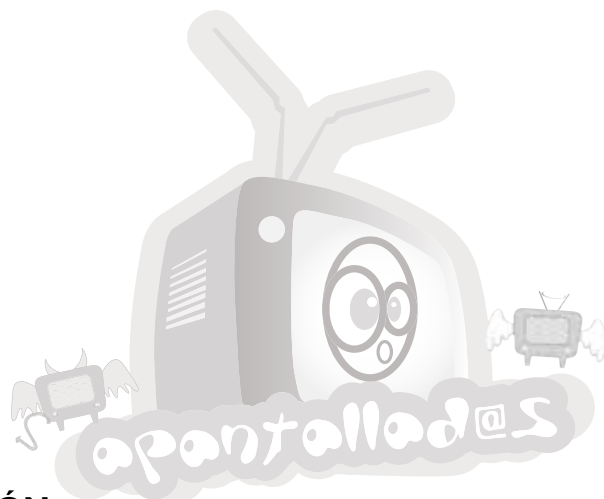


la globalización y la sociedad de la información con experiencias de Bolivia, Perú y México. En esta mesa, la Dra. Ana Rosa Duarte, profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Yucatán, Codirectora del Festival Regional Geografías Suaves y miembro fundador del colectivo TURIX, nos habló de su experiencia de producción con niños de comunidades mayas. Por su parte Tatiana Ovando, Coordinadora del Proyecto Semillas Ambulantes “Arte y Educación Audiovisual” de Bolivia, habló del proyecto que lleva talleres de audiovisual a los niños de las comunidades indígenas. Bernardo Cáceres nos compartió la experiencia de NAPA: No Apto Para Adultos, que cada semana ofrece las noticias en su país desde la perspectiva de los niños para el ejercicio de sus derechos de la comunicación. Por último, Sócrates Vásquez, de Radio Mixe, Jenpoj, Oaxaca, habló del espacio hecho por niños y para niños como parte de su propuesta comunitaria.

Al escuchar todas estas propuestas y muchas de las mejores prácticas de las organizaciones, asistieron los participantes del **Encuentro de Productores de Proyectos Mediáticos para Niños**. El presente documento reúne lo que ahí se compartió y promete iniciar el camino de la reflexión en este tema fundamental para un desarrollo sano, valioso y comprometido con el país de las telecomunicaciones y su responsabilidad frente a los niños mexicanos.

**IRMA AVILA PIETRASANTA**  
**ENLACE COMUNITARIO, UACM.**





# MESA 1

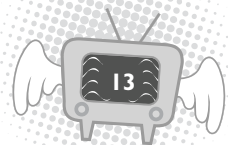
## DERECHOS DE LA COMUNICACIÓN DE L@S NIÑ@S

Estamos cumpliendo 20 años de la Convención sobre los Derechos del Niño en donde quedan establecidos claramente los derechos de la comunicación de la infancia; sin embargo en México no hemos encontrado caminos para su ejercicio, ni legales, para actualizar la legislación al marco internacional, ni de políticas públicas. Los medios de comunicación en nuestro país, por su parte, ven a los niños más como consumidores que como ciudadanos con derechos. En esta mesa queremos entrar al tema por el principio, los derechos de los niños en la materia, y encontrarnos con algunas experiencias legislativas y de ejercicio del derecho de Latinoamérica que nos pueden dar luz, sobre el camino a seguir.

### **Moderadora**

Aleida Calleja Gutiérrez

Directora de Legislaciones, Asociación Mundial de Radios Comunitarias



## El derecho de los niños a opinar y ser tomados en cuenta

Ponente / Gerardo Sauri Suárez

Siempre convoca no sólo a quienes profesionalmente ejercen la comunicación, sino a la población y a los grupos en específico, destacar a la infancia y hablar desde la perspectiva de los derechos de las niñas y niños, por ello es que nos parece que acompañar este esfuerzo, es necesario.

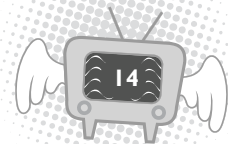
Me gustaría contarles una historia breve: desde 1997 estuve participando en una iniciativa que influyó para que la Ley de Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes fuera aprobada en abril del año 2000, la cual es vigente a nivel federal.

El artículo 43° de esta ley decía: “sin perjuicio de lo previsto en la normatividad aplicada en los medios de comunicación masiva, las autoridades federales en el ámbito de sus competencias -planteado en borrador- deberán verificar que estos:

A) *Difundan información y materiales que sean de interés social y cultural para niños, niñas y adolescentes, de conformidad con los objetivos de educación que dispone el artículo tercero constitucional y la convención sobre los derechos del niño.*

B) *Emiten la emisión de información contraria a los objetivos señalados y que sea perjudicial para su bienestar o contraria a los principios de la paz, no discriminación y respeto a todas las personas”.*

Sin embargo, alguien se percató de este primer documento y comenzó a llamar a esta ley una “ley mordaz” y finalmente quedó lo que ustedes van a escuchar a continuación:



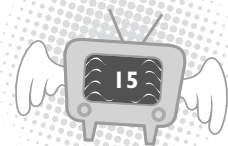
*Las autoridades federales en el ámbito de sus competencias, procurarán..., sólo cambió una palabra, del deberán al procurarán y por supuesto, q uien conoce del trabajo legislativo identifica la diferencia sustancial entre procurar y deberán.*

Regular a los medios de comunicación, a partir de los derechos humanos y la comunicación de las niñas y los niños, está plenamente establecido en la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN) y es una pieza fundamental para la construcción de la ciudadanía y por lo tanto, necesaria para la consolidación de una estado democrático.

Uno de los grandes problemas que sigue arrastrando la Constitución Mexicana es que sigue llamando ciudadanos a las personas mayores de 18 años de edad, que a diferencia de otras constituciones de otros países, niñas y niños son considerados ciudadanos.

La visión de la CDN nos habla de una infancia que no es para el futuro, nos habla de una infancia con capacidades para tomar decisiones en el momento presente, los derechos relacionados con la comunicación son la columna vertebral para la construcción de una ciudadanía infantil activa y no solamente pensar que de manera mágica a los 18 años de edad, todas las personas tienen que ser responsables, conscientes y votar por aquellos que nos representan de una manera informada y con sabiduría, y además vamos a pedirles la rendición de cuentas, evidentemente esta visión tan mágica de la ciudadanía se ha reflejado en el hecho que niñas y niños estén excluidos de la capacidad de tomar decisiones.

Desde el modelo de la CDN, la capacidad para tomar decisiones e incidir en los temas que afectan a niñas y niños, al menos deben de estar involucrados algunos de los artículos señalados, por ejemplo; el derecho a la información que está refrendado en el artículo 13° y

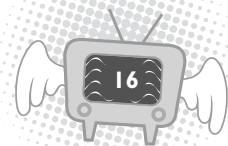


17° de la CDN. El derecho a la información es fundamental, tal como lo hemos constatado en este festival, la importancia que tiene el hecho de que los niños pueda acceder la información, y que ésta sea fácilmente accesible, que sea comprensible, que esté en un lenguaje apropiado y que además, los medios de comunicación, tanto los que reflejan las tecnologías de la información como los más tradicionales, puedan servirles de instrumento de apropiación de esa información.

Las nueva pedagogías que tienen por lo menos 150 años de haber sido creadas, dan mucha relevancia a la apropiación de los niños respecto de los contenidos, lo anterior desde una visión profundamente adultocéntrica. Se piensa que el artículo 13° de la CDN, que establece el derecho a la libertad de expresión, restringe el acceso a la información para los niños, y entonces por ejemplo en temas como lo son la educación sexual y los derechos sexuales y derechos reproductivos, siguen siendo un tabú, ya que se piensa que no se les debe hablar de masturbación o no se les debe hablar de relaciones homosexuales, sino hasta que tengan unos sesenta años de edad y en algunos casos que ni quisiera se tocarán estos temas.

La CDN establece como obligación del Estado y del mundo adulto el generar información que sea accesible y de calidad, y sobre todo de no limitarla, es decir todo tipo de información presentada de una manera apropiada, para niños y niñas puede ser descodificada y por supuesto permitirle ayudar al ejercicio del conjunto de derechos que están asociados a la comunicación y que están refrendados en el artículo 14° y 16° de la CDN, tales como el derecho a la libertad, de pensamiento, conciencia, religión y a la protección de la vida privada.

Estos derechos sólo se logran ejercer si niños, niñas, y personas adultas han tenido la oportunidad de contar con información adecuada y procesarla debidamente, además tener una opinión respecto de ésta, cuando por ejemplo la organización Poder del

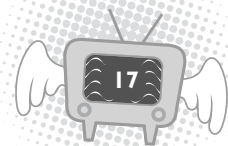




Consumidor -que lleva por lo menos tres años alertando sobre la publicidad engañosa- está en una campaña, pidiendo que se regule ese tipo de publicidad, no es una cuestión menor, porque lo que está demostrado través de muchos estudios que las estrategias mercado lógicas, es que están creando modelos de consumo alimenticio, pero no solamente está provocando que México compita con los Estados Unidos por el primer lugar, no en el mundial de fútbol, no en el atletismo sino en obesidad infantil.

Pero este país no genera información sobre cuántas horas al día y qué tipo de programas ven los niños y las niñas y tampoco genera información sobre cuánta horas a la semana, al día o al año hacen ejercicio los niños o cuáles son sus hábitos en ese sentido.

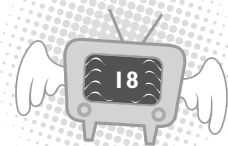
Para poder formar un pensamiento propio, es necesario que la información sea lo más objetiva y no manipuladora posible, que en el caso de niños y niñas puede ser demasiado dañino, porque en principio los niños tienden a creer lo que están viendo por parte de los adultos, y lo que nos dice el Poder del Consumidor es que, incluso quienes estamos sentados aquí, somos generaciones que hemos crecido con pautas de consumo que convienen a intereses que no son necesariamente los más saludables ni para nuestras personas, ni para nuestras comunidades, ni tampoco para nuestro país. Por ejemplo el tema de los alimentos procesados, los alimentos chatarra que llamamos aquí en México, están generando ganancias multimillonarias, pero en las políticas públicas y en las iniciativas de ley lo que se pretende es regular, por ejemplo, que no se vendan alimentos en las escuelas, pero por otro lado no se regula que no exista la publicidad engañosa y la cantidad de publicidad sobre este tipo de productos que están provocando un pleito en el interior de las familias y las escuelas obligando a los niños que prefieran frutas y verduras en lugar de todos los productos que les están anunciando durante horas y horas de televisión, pero además este derecho es importante porque tiene una relación fundamental con la capacidad de un pensa-



miento autónomo de las personas. Y no me estoy refiriendo solamente a los niños, pero se forma desde la infancia y poco se forma en países como el nuestro y es la capacidad de disentir con respecto a la opinión de los adultos, sobre todo en materias como nuevamente el sexo o la religión.

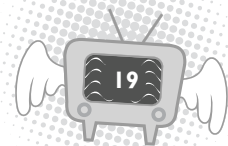
Imagínense que el hijo le diga a la mamá que él tiene dudas de la virginidad de determinada persona o de la santidad de determinado personaje o que no cree en la existencia de un Dios, eso sería un atentado impresionante para la familia y para el mundo adulto que no está acostumbrado a escuchar y a respetar la opinión de los niños.

Lo que este festival nos está demostrando es que existe un mundo de pensamientos diversos que niños y niñas tienen y que son diversos incluso al mundo de pensamiento de los adultos y que los adultos tenemos la obligación de escuchar y de tomar en cuenta, porque entonces sólo a través de estos procesos de pensamiento es que los niños pueden ejercer con mayor plenitud el derecho establecido en el artículo 12° de la CDN, que es el derecho a opinar y a expresarse libremente, no a ir a un parlamento infantil una vez al año, simulando que juegan a ser adultos pero que no toman decisiones en la vida cotidiana y que además tienen una voz que no tiene el mismo peso que la voz de los adultos. Esa voz de los niños no cambia la decisión de los adultos por ejemplo en materia legislativa. En una de las legislaturas, me parece que fue hace dos años, se convocó a los gobiernos estatales y a los congresos también estatales y al gobierno federal a que las resoluciones del parlamento infantil fueran consideradas en el diseño de políticas públicas, convocatoria que luego ha sido difícil retomar en otros tipos de esta dinámica, pero lo más importante es que estos espacios de decisión tiene que reflejarse no solamente en un ensayo una vez al año de un parlamento sino en una transformación de las instituciones en donde los niños pasan la mayor parte de su vida y estas son la familia, la escuela, la comunidad, las políticas públicas y por



supuesto también estos espacios deberían de tener una modificación como algunas experiencias que quizás Bernardo nos pueda compartir de Perú, no sé si lo va a platicar porque tiene unas experiencias muy buenas de participación infantil.

Los medios de comunicación pueden garantizar o ayudar a garantizar el derecho de niños a ser escuchados, pero no solamente el derecho de la infancia a ser escuchada sino lo más importante, el derecho a ser tomados en cuenta. Los monopolios de los medios de comunicación no solamente atentan contra la ciudadanía general, sino atentan contra la capacidad de los sectores más excluidos del poder político y económico para contar con los espacios para que sus voces sean escuchadas, quienes están interesados en las opiniones de niños y niñas en estos momentos son las empresas mercadológicas, están preparando estrategias para vender todo tipo de productos, pero las instituciones no estamos generando los espacios suficientes para que niños y niñas a través de los medios de comunicación puedan expresar sus opiniones y lo más importante, que esa opiniones tengan un efecto en la vida cotidiana, la esencia de los derechos de la comunicación de niños y niñas no es como a veces se piensa desde la visión adulta para que aprendan lo maravillosos que somos los adultos, la esencia de los derechos de la comunicación de niños y niñas es que, a través del uso de los medios de comunicación, los adultos aprendamos a escuchar las voces de niños y niñas, y que esa voces puedan tener efecto en las decisiones que les afectan, como convoca la CDN, pero las experiencias incluso de comunicación para y con niños son experiencias que garantizan el derecho establecido en el artículo 15° de este tratado internacional, que es la capacidad de niños y la libertad para reunirse, incluso para generar productos que deben ser tomados en cuenta por la sociedad adulta que sistemáticamente les excluye de las decisiones. Si se dan cuenta, cada una de estos temas nos convoca a cambios en la legislación, a cambios en las políticas públicas, pero también a cambios en los paradigmas de la relación adultocéntrica que hemos sostenido los adultos hacia el mundo de niños y niñas y que vivimos en nuestra niñez.



**CV**

## **Gerardo Sauri Suárez, México.**

**Gerardo Sauri Suárez, México.** Licenciado en Pedagogía egresado de la UNAM. Diplomado en Nueva Gerencia Social y Política Pública, Universidad de Chicago-UIA. Desde 2001 es Director Ejecutivo de la Red por los Derechos de la Infancia en México, coalición conformada por 64 organizaciones de la sociedad civil mexicana. Ha sido miembro de diversas instituciones de asistencia a niños de la calle y trabajadores en riesgo, entre ellas EDNICA y el Movimiento Latinoamericano de Niños y Niñas Trabajadores, el Foro de Niños, el Foro de Apoyo Mutuo, Ashoka: Innovators for the Public, organización con sede en los EEUU, ECPAT México, organización internacional dedicada a erradicar la explotación sexual comercial de la infancia. Ha publicado de manera individual o en colaboración con otros colegas más de veinte libros y artículos.



## **KNN y ciudadanía mediática de la nueva generación**

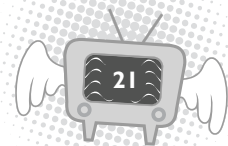
**Ponente / Bernardo Cáceres Vegas**

El derecho a estar informados y a expresarse libremente no tiene límites de edad. La Convención sobre los Derechos del Niño -en el entendimiento de que “el niño debe estar plenamente preparado para una vida responsable en una sociedad libre...” - reconoce la importancia de medios de comunicación que promuevan su bienestar social y den voz a los niños, niñas y adolescentes (NNAs).

Cerca del 40% de la población en los países del hemisferio sur es menor de 15 años de edad. Es muy importante que los niños y los jóvenes reciban información sobre los acontecimientos de actualidad y las actividades y eventos que son relevantes para ellos, ya que así se pueden formar una mejor idea de su propia situación de vida y prepararse para enfrentar, como generación, la creación de un mundo más armonioso, con la propia conciencia humana y con el planeta.

Kids News Network (KNN) es un proyecto emblemático de la organización Holandesa FreeVoice. A través de programas de televisión asociados a sitios en Internet, y pronto también en radio, KNN da voz a niños, niñas y adolescentes (NNAs) de por el momento 8 países en tres continentes. Nuestros programas brindan a millones de NNAs una plataforma donde informarse, expresarse y tener protagonismo, y así contribuyen a formar ciudadanos mejor informados, con hábitos de pensamiento crítico y de participación en democracia.

En los programas KNN – hasta el momento, en orden de antigüedad, en Surinam, Sud África, Afganistán (2004-2007), Zambia, Perú, Indonesia, Birmania, Antillas Holandesas y Mozambique- los niños pueden ejercer protagonismo mediático, expresándose con libertad en entrevistas, comentarios, retratos y entrevistas, acerca de aquello que los entusiasma o frustra.

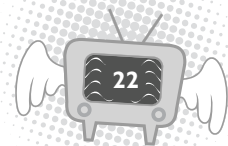


Pero además, KNN es también una voz que se dirige a los niños para transmitirles noticias y reportajes pertinentemente, oficio desarrollado sobre el ejemplo del programa pionero holandés Jeugdjournaal, y recreado a diario en redacciones adultas entrenadas por KNN para enriquecer la ciudadanía de la nueva generación.

El siguiente cuadro presenta la conformación de la red de programas KNN en la actualidad:

Programa y país	Año de inicio y frecuencia	Audiencia estimada
SABC Kids News - Sud África	2004 - Diario	1 millón
MUVI TV Z Kids News - Zambia	2006 - Diario	0,5 millones
DVB Youth Voice - Birmania	2008 - Diario	2 millones
Soico TV Telejunior - Mozambique	2010 - Semanal	0,5 millones
TBL Jeugdjournaal - Surinam	2004 - Diario	0,5 millones
RED TV No Apto Para Adultos - NAPA - Perú	2007 - Inter diario	1 millón
YiM Caribbean Kids News - Antillas Holandesas y Aruba	2010 - Diario	1 millón
68H Piloto KNN Radio - Indonesia -	2010 - En desarrollo	

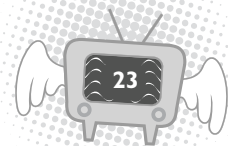
En cada uno de los países en los que tenemos programas de noticias para NNAs asociados a KNN, el proyecto se inicia con la exploración del escenario mediático para encontrar aliados dispuestos a comprometerse en difundir y hacer sostenibles los programas después que la intervención fundacional de KNN, y de mantener un compromiso con la promoción de la libertad, la democracia y el respeto de los derechos humanos y los del planeta.



Los nuevos asociados son acompañados para la implementación del proyecto en cada país en particular por expertos de la red, tanto del Jeugdjournal como de los países asociados de mayor antigüedad: KNN monitorea el diseño, lanzamiento y estrategia de sostenibilidad económica del programa, y realiza talleres de entrenamiento a la redacción seleccionada (editor en jefe, productor y video reporteros) en producción de noticias para niños, en los que se propone concertar la selección del intervalo de edad elegido como blanco del programa (generalmente se recomienda un intervalo de 2 o 3 años a priorizar, dentro del espectro de 8 a 17 años de edad), se discute el diseño y la frecuencia de difusión del mismo, y se construyen los mecanismo de participación de la audiencia infantil o adolescente en la creación de contenidos, dentro de una visión de desarrollo, educación ciudadana y empatía generacional que sea además de pertinente, entretenida.

El proyecto sostiene en cada país todos estos gastos y los de los primeros meses de emisión, además de estudios de audiencia y aceptación, en un proceso general que suma un total de 18 meses, y que consiste, en términos generales, de la dispersión del conocimiento necesario para producir noticieros juveniles. la transferencia de conocimientos en relación a la organización de un noticiero infantil y la organización del proceso, el acompañamiento en el encaje del nuevo departamento dentro de la existente estructura de organización o, cuando hay colaboración con una empresa de producción externa, la formulación de relaciones de colaboración, y la incorporación del programa a la red mundial, donde los diferentes países intercambian material y conocimientos.

Terminado este periodo, el programa pasa a convertirse en miembro “con voz y voto” de la red mundial KNN, participando de los cónclaves presenciales de editores en jefe de programas KNN una vez al año, manteniendo acceso al servidor central para intercambio de

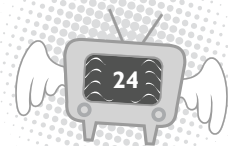


reportajes, tomando parte de coberturas colectivas (Olimpiada de Pekín 2008, Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010, COP 14, 15 y 16, etc.), y produciendo conjuntamente productos globales, como el recientemente lanzado World Kids News, producto que intentará competir en los mercados de contenidos audiovisuales globales en busca de ingresos para financiar más proyectos de Kids News Network en más países.

Hasta el momento, Kids News Network es estructuralmente apoyado por el Ministerio de Relaciones Exteriores de Holanda, apoyo al que se suma la Nationale PostcodeLoterij de Holanda principalmente, y en distintos contextos nacionales Plan Nederland, Terre des Hommes, la Media & Democracy Foundation, entre otras.

Principales y fundamentales aliados en cada país son quienes prestan la ventana en el escenario televisivo para el establecimiento de propuestas mediáticas para los NNAs. En las hasta hoy 9 experiencias nacionales de KNN, las teledifusoras de los programas KNN han sido tanto canales de TV públicos, como en los casos de Kids News en Sud África y Ayenda Sazan en Afganistán (en este sólo entre el 2004 y el 2007); canales de TV privados, como en el caso de Cerita Anak en Indonesia hasta el 2009 y Telejunior en Mozambique; canales comunitarios o cooperativos, como Muvi TV en Zambia o nuestro nuevo aliado radial en Indonesia; organizaciones con acceso a redes de canales locales o regionales, como en Ten Minuten de Surinam, No Apto para Adultos en el Perú y Caribbean Kids News en las Antillas Holandesas; y hasta una organización trabajando desde el exilio y la clandestinidad, como en Youth Voice de Domecratic Voice of Burma.

Otros aliados de similar importancia son las organizaciones que trabajan con los NNAs, y aquellas que directamente son de NNAs organizados. Tanto como fuentes de informaciones, organizadores de corresponsalías juveniles, presentadores o promotores locales del programa.



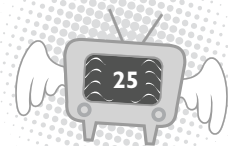


Esta participación directa del público objetivo a través de organizaciones de NNAs se suma a la retroalimentación de las páginas Web con que cuentan todos los programas, donde se incluyen foros, chats, encuestas, a la presencia en las redes sociales, y –por supuesto- a la permanente retroalimentación que recibimos de parte de nuestras audiencias en las grabaciones en la calle y en el set, por correo electrónico y teléfono.

Los conceptos que promovemos y los procedimientos que implementamos buscan hacer más útiles a los medios de comunicación social dentro de una perspectiva de desarrollo social, ya que frecuentemente los medios de masas privan de participación auténtica a grandes sectores de la población. La disonancia entre el mundo vivido por estos sectores, y el mundo representado en la escena mediática, es un límite al ejercicio del derecho ciudadano.

En el caso de los NNAs, ellos son generalmente vistos como mercado objetivo de programas de entretenimiento puro y fantasía. Con los programas de KNN creemos contribuir a la promoción de los derechos infantiles a la información y a la libre expresión, a brindarles ciudadanía mediática, y a que sean respetados en la comunicación social para que lleguen mejor preparados al ejercicio de la ciudadanía adulta.

Más aún, en un contexto mundial donde la libertad de prensa sigue disminuyendo cada año, los programas de noticias para niños fortalecen a los medios de comunicación social, formando a sus nuevas audiencias, y aumentando la calidad periodística en general, ya que no hay programas de noticias como aquellos hechos responsablemente para NNAs con mayor conciencia del impacto que sus imágenes y contenidos puedan tener en sus espectadores. Este enfoque tiene un impacto positivo sobre la metodología periodística de los programas de noticias.



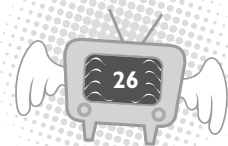
Los programas de KNN trabajan con una independencia relativa de la agenda periodística adulta. Los temas de actualidad noticiosa que son relevantes serán tratados en el programa con un lenguaje pertinente, pero además la agenda es enriquecida con una permanente atención y búsqueda de parte de la redacción central y los video reporteros de las historias de éxito con efectos estimulantes protagonizadas por los propios NNAs, con miras a difundir buenas prácticas y promover una cultura de éxito, ajena por completo a la frecuente victimización de NNAs en la prensa adulta.

La agenda temática de nuestros programas busca además la promoción de la libertad, la democracia y el respeto de los derechos humanos, la compasión por otros seres humanos y el cuidado del planeta. Así, por ejemplo, nuestras coberturas colectivas han logrado estar presentes en las Cumbres de las Naciones Unidas por el Cambio Climático, como en Poznan en el 1008, Copenhague en el 2009 y pronto en Cancún, México en Diciembre de este año.

la nueva generación puede encontrar en el KNN programas de estímulos para la participación actual y futura y la participación informada en el logro del desarrollo sostenible económico, social y democrática.

En cuanto al lenguaje utilizado en nuestros programas, damos cabida a los propios códigos culturales de NNAs en el habla cotidiana, incorporando la jerga por ejemplo; en el arte, como cuando incorporamos la estética del graffiti o los ritmos del hip hop en nuestros reportajes; y en sociedades multiculturales buscando permanentemente establecer un diálogo intercultural entre las poblaciones y sus costumbres y creencias.

Recientemente (Octubre del 2009) KNN ha lanzado una nueva iniciativa, KNN Support, que busca el fortalecimiento de la red y la

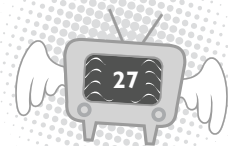


transferencia de la toma de decisiones desde las oficinas fundacionales de Kids News Network en Holanda hacia los propios programas asociados a la red. Se ha nombrado en esta intención un coordinador de la red y tres oficiales de programa regionales, para África, Asia y América Latina, quienes ahora promueven las alianzas y contratos con los donantes y patrocinadores a nivel nacional, regional o mundial.

Otro objetivo de KNN Support es promover las sinergias dentro de la organización, uno de cuyos frutos mas evidentes es el programa World Kids News (WKN), que puede ser visto en el sitio Web [www.worldkidsnews.com](http://www.worldkidsnews.com). WKN está en una fase de lanzamiento en la que requiere de toda la visibilidad posible, ya que tiene la decisiva misión de buscar la sostenibilidad económica de KNN para la fundación de mas programas de noticias y expresión libre de NNAs en mas países, para así romper con la dependencia de fondos de cooperación, por otro lado cada vez mas escasos en el mundo.

WKN representa un ejercicio fundamental de comunicación, ausente sin embargo en el escenario mediático mundial. La atención especial de WKN por la infancia menos favorecida fortalece la conciencia de derechos y la autoestima de los NNAs, tanto en las sociedades pobres -donde pueden verse objetos de la atención de un medio de comunicación masivo en escenarios donde son generalmente invisibilizados- como en las sociedades con altos niveles de vida, donde sus NNAs pueden formarse una verdadera idea del mundo global en el que viven y de las disparidades que muchas veces están detrás de la abundancia de la que disfrutan.

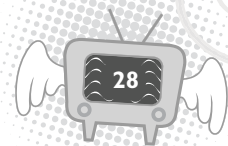
World Kids News, que al término del 2010 cumplió 6 meses de existencia y cuenta con 6 capítulos temáticos mensuales publicados, viene de ganar el Premio del Jurado Infantil del MIPJunior, la feria mas importante de contenidos audiovisuales para NNAs realizada en Octubre del 2010 en Cannes, Francia, confirmando así que los



NNAs aprecian también programas de TV que van mas allá del entretenimiento para empoderarlos con información relevante acerca del mundo que viven y heredarán, y dando protagonismo a sus opiniones e iniciativas.

Para los próximos años, Kids News Network buscará iniciar nuevos programas de noticias para NNAs en por lo menos un país en cada continente. Para ello contamos con estudios de prospectiva realizados en una treintena de países, que pueden ser descargados en formato pdf en el sitio Web de KNN, [www.kidsnewsnetwork.nl](http://www.kidsnewsnetwork.nl) (haciendo clic el botón Global Overview), algunos de los cuales forman parte de la lista priorizada de 11 países en los que puede invertirse dinero de cooperación del gobierno Holandés, entre los latinoamericanos Bolivia y Nicaragua. Para aquellos países que no integran esta lista, KNN puede ofrecer asesoría y entrenamiento fruto de la experiencia de nuestra organización, así como la posibilidad de participar como asociados de Kids News Network en lo que se refiere a intercambio de notas y reportajes con los programas de la red KNN, y participación de las coberturas colectivas.

Desde inicios del 2011 pasaré a ejercer las funciones de representante de KNN para América Latina. Invito desde ya a los comunicadores de la región interesados en el proyecto a ponerse en contacto con nosotros en el correo electrónico [bernardo@worldkidsnews.com](mailto:bernardo@worldkidsnews.com). Gracias por su atención.



**CV**

## **Bernardo Cáceres Venegas. Perú.**

**Bernardo Cáceres Venegas.** Perú. Antropólogo, Maestría en realización de cine en San Francisco State University, siendo merecedor de una beca Fulbright. Ha trabajado como asistente de cámara, camarógrafo de prensa, editor periodístico, productor de programas de TV, algunos de ellos periodísticos. Es realizador independiente de videos institucionales y ha trabajado como consultor de comunicaciones en instituciones públicas y privadas y como productor de campo y de material de archivo para documentalistas extranjeros.

En 2007 fue contratado por la Asociación de Canales Locales de Televisión, Red TV, contraparte de Kids News Network en Perú, para diseñar y dirigir el programa de noticias para niños y adolescentes en el Perú. Diseñó el programa "No Apto para Adultos" (NAPA), actualmente es Coordinador de la red (Network Coordinator)



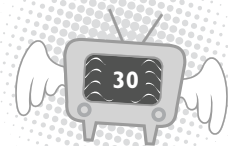
**La relación televisión/ infancia y los derechos de los niños,  
niñas y adolescentes; la experiencia de Argentina**

**Ponente / Susana Velleggia**

La relación a la que alude el título es compleja y merece una aclaración. En realidad los niños, adolescentes y jóvenes, no sólo se relacionan con la televisión, sino que viven hoy inmersos en un entorno audiovisual multipantalla, constituido por los medios tradicionales –cine, televisión, video- así como por aquellos que participan de los procesos de convergencia impulsados por las TICs; videojuegos, informática, Internet, telecomunicaciones, en particular telefonía celular. Todavía se desconocen las consecuencias de este cambio y los fenómenos que el mismo conlleva.

Nuestros marcos normativos sobre el campo audiovisual están, pues, por completo desactualizados. Otro tanto podríamos decir con respecto a las políticas educativas y culturales. La escuela no termina de comprender –y, por consiguiente, no incorpora ni aprovecha- el entorno en el que los alumnos viven fuera de ella ni las experiencias y aprendizajes que tienen en sus relaciones con el mismo y entre sí. Las políticas culturales, aún centradas en el patrimonio y las artes, apenas están incorporando –y con dificultades- las industrias culturales, que además formulen estrategias para el desarrollo cultural digital, quizá sea pedirles demasiado.

Entendiendo que la cultura, según como la definamos -y hay cientos de definiciones- puede comprender muchas cosas, coincidiremos en una: el acceso a la cultura es uno de los Derechos Humanos fundamentales, clave de la calidad de la convivencia social y basamento de la democracia.



El derecho a la cultura hoy supone, también, el acceso a las TICs y el audiovisual, que constituye el núcleo de la convergencia tecnológica. Este acceso no se limita al contacto físico con las tecnologías ni a la capacitación en materia de aptitudes o habilidades operativas, sino que exige el desarrollo de los conocimientos y actitudes que favorezcan su apropiación crítica y creativa de las TICs y el audiovisual como nuevos campos de conocimiento y de comunicación, expresión y creación, por lo que ha de merecer una atención prioritaria de las políticas culturales públicas para la infancia y la juventud.

### **La relación audiovisual-infancia en Argentina**

El tema que los organizadores de este Seminario me pidieron que tratara aquí es la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual recientemente sancionada en la Argentina y en proceso de reglamentación. Esta es la ley 26.522 y ustedes pueden encontrar su texto completo en [www.afsca.gov.ar](http://www.afsca.gov.ar) que es la página del organismo<sup>1</sup> que llevó adelante el proceso de elaboración y debate de la ley y está encargado de su reglamentación y aplicación.

Pero, antes quisiera hacer referencia a algunos datos para dar un sintético panorama de la relación entre el audiovisual y la infancia en mi país<sup>2</sup>.

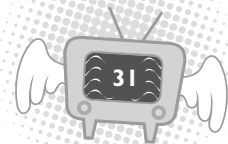
### **El Cine**

Según un estudio realizado para el Observatorio del Cine Latinoamericano de la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano, en

---

<sup>1</sup> AFSCA es la sigla del organismo denominado: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, hasta antes de la sanción de la Ley 26.522 denominado COMFER (Comité Federal de Radiodifusión).

<sup>2</sup> Este trabajo adopta el concepto de cine o, en su caso, obra audiovisual para niños y adolescentes la definición de la Ley 26522 sobre programa (de televisión) infantil: "Producto audiovisual específicamente destinado a ser emitido por radio o televisión creado para y dirigido a niños y niñas, generado a partir de elementos estilísticos, retóricos y enunciativos de cualquier género o cruce de géneros que deben estar atravesados por condicionantes, limitaciones y características propias que apelan y entienden a la niñez como un estatus especial y diferente a otras audiencias."



varios países de América Latina, en el cual me tocó a mí el informe de Argentina, con respecto al cine la situación general puede resumirse en<sup>3</sup>:

**a) Débil relación de los niños y adolescentes con el cine debido a la falta de condiciones de accesibilidad.**

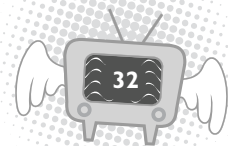
Entre ellas: concentración social y geográfica de las salas en las zonas residenciales de unas pocas ciudades y los shoppings, hegemonía de las multisalas de las cadenas multinacionales, altos precios de la entrada (alrededor de US\$ 4 en estreno y US\$ 8 con proyección en 3 D), desaparición del “cine de barrio”, ausencia de políticas públicas y para la formación cinematográfica y audiovisual de los niños y adolescentes. Siendo este género el que suele convocar el mayor volumen anual de espectadores de las salas, poco y nada se conoce del cine de calidad para niños y jóvenes producido en Alemania, Dinamarca, Corea, Suecia, Holanda, Francia, Irán, India, Finlandia, Noruega, Rusia, Latvia, República Checa, etcétera. Estos films sólo se exhiben una semana al año durante el Festival Internacional de Cine Nueva Mirada para la Infancia y la Juventud.

**b) Hegemonía absoluta de los “tanques” de Hollywood asentada en la concentración de la distribución y la exhibición en no más de cinco grandes conglomerados multinacionales que controlan el 80% de los mercados respectivos.**

Entre las 10 películas más taquilleras de cada año figuran en los primeros puestos entre 4 y 7 títulos para niños procedentes de los Estados Unidos. Los films infantiles de este origen constituyen más del 90% de la oferta en salas y alrededor del 80% de la programación televisiva.

---

<sup>3</sup>Velleggia, Susana “Formación Crítica de los Nuevos Públicos en el Cine y el Audiovisual Latinoamericano. Informe de Argentina”, Documento de trabajo, Proyecto de investigación OCAL-FNCL, con el auspicio de la AECL.





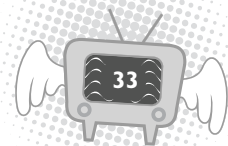
En 2009, se estrenaron en total 322 filmes de los cuales 110 títulos fueron nacionales. Pese a que entre éstos hubo varios ATP, solo uno estuvo específicamente dirigido a los niños, “El ratón Perez 2”, de Andrés Schaer (animación) y otro a los adolescentes y jóvenes, “Boggie el aceitoso”, de Gustavo Cova, animación basada en el comic del mismo nombre del famoso historietista Roberto Fontanarrosa.

Los 10 films que más espectadores –y recaudación- tuvieron en 2010 fueron:

- 1- Toy Story 3: 3.230.000
- 2- Avatar: 2.860.000
- 3- Shrek para siempre: 2.765.000
- 4- Alicia en el País de las Maravillas: 1.600.000
- 5- Harry Potter y las reliquias de la muerte: 1.250.000
- 6- El Origen: 1.125.000
- 7- Eclipse: 1.020.000
- 8- Igualita a mí: (Argentina) 835.000
- 9- Furia de titanes: 780.000
- 10- El príncipe de Persia: 765.000

En las vacaciones de invierno 2010 (del 05-07-2010 al 04-08-2010), los cinco estrenos más exitosos fueron:

TÍTULOS	ESPECTADORES	RECAUDACION (\$)	% ESPECTADORES
SHREK PARA SIEMPRE	1.103.329	18.088.569	35,71
TOY STORY 3	750.122	11.819.253	24,27
SHREK PARA SIEMPRE 3D	613.258	15.951.339	19,84
TOY STORY 3 3D	380.972	9.394.201	12,33
MIVILLANO FAVORITO	113.876	1.872.141	3,68
MIVILLANO FAVORITO 3D	110.038	2.827.686	3,56
CUENTOS DE LA SELVA	17.128	241.340	0,55
GARFIELD 3D	893	20.214	0,02
<b>TOTALES</b>	<b>3.089.616</b>	<b>60.214.743</b>	



De las tres películas argentinas para niños estrenadas este año, la que ocupa el 7º lugar del ranking es el largometraje de animación de Lili Romero y Norman Ruiz, “Cuentos de la selva”, basado en el libro de cuentos del mismo nombre de Horacio Quiroga. Por su parte, las otras dos: “Plumíferos”, de Daniel De Felippo y “Gaturro, la película” de Gustavo Cora, no alcanzaron los 10.000 espectadores en este período. Aunque siguieron exhibiéndose con posterioridad no llegaron a los 100.000 espectadores. Como puede apreciarse, el resto de los títulos infantiles es de Estados Unidos y todos ellos se han estrenado simultáneamente en multisalas comunes y con proyección en 3D. Entre los mismos, “Shrek para siempre” y “Toy Story 3” representan el 92,15% del total de espectadores del período referido, si se considera la suma de las cifras de las salas comunes y de las salas 3D.

**c) Baja producción de largometrajes nacionales dirigidos a la infancia.**

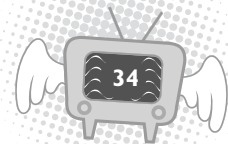
El promedio histórico anual oscila en torno al 0,86% del total de los estrenos (nacionales y extranjeros) y el 3,20% de los títulos de producción nacional. En general suele producirse un largometraje para niños al año, excepcionalmente pueden llegar a ser dos o tres, pero también hay años que no se produce ninguno<sup>4</sup>.

**d) La mayor parte de la población infantil y adolescente del país sólo tiene contacto con las obras cinematográficas, a través de la pantalla de TV o de la computadora<sup>5</sup>.**

**e) Carencia de políticas, planes y programas sistemáticos de FRC.**

<sup>4</sup> Encuesta de Consumos Culturales, Ministerio de Educación de la Nación.

<sup>5</sup> Ídem



Si bien existen en la materia varias iniciativas de diferentes organizaciones sociales e instituciones, las mismas se desenvuelven de manera fragmentaria, dispersa y, en muchos casos, deficiente; o sea sin marcos conceptuales ni metodológicos consistentes.

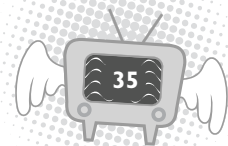
**f) Conformación de dos sectores de público diferenciados en términos socioeconómicos y culturales.**

Los niños, adolescentes y jóvenes pertenecientes a los sectores medios y altos, que tienen acceso a una cuantiosa oferta audiovisual a través de diferentes medios y tecnologías; desde las salas de cine 3D hasta TV paga e Internet y los de los sectores pobres, que solo acceden a la TV antena y, de manera esporádica, a los videojuegos y a Internet en locutorios o en la escuela. La habilitación de salas con proyección en 3 D pertenecientes a cadenas multinacionales que exhiben los “tanques” hollywoodenses, de manera simultánea a las salas comunes, refuerza esta tendencia. El acceso a estas salas es muy segmentado por el elevado precio de las entradas (US\$ 8).

**g) La televisión, los videojuegos e Internet desplazan cada vez mas al cine de os consumos culturales de los niños y adolescentes.**

Los primeros constituyen los consumos culturales a los que mas tiempo dedican los niños, niñas, adolescentes y jóvenes y los de mayor accesibilidad e incidencia en la formación de sus imaginarios e identidades. Asimismo, ellos figuran en los primeros lugares como tema de conversación entre los amigos y en las relaciones con otros pares<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Según la Encuesta de Consumos Culturales, re alizada por el Ministerio de Educación de la Nación, “ir al cine” es un hábito en receso. Por ejemplo, la respuesta al punto “¿Fuiste al cine el último año?” fue abrumadora: el 47% contestó que no. Del 63% que sí lo hizo, el 39 vio entre una y dos películas, y el 45, entre tres y cuatro. En Francia, el 80% de los chicos fueron al cine una vez por mes, es decir, doce al año. Por nivel socioeconómico, en los sectores de mayores recursos, el 85% concurrió al cine; el 35%, entre cinco y seis veces; el 27%, entre una y dos.



### **h) Ejercicio de la violencia simbólica hacia los niños, niñas, adolescentes y jóvenes, en particular por la televisión abierta.**

Los niños, niñas, adolescentes y jóvenes no son considerados por los medios audiovisuales como sujetos de derecho, entre ellos a su propia identidad cultural y a la diversidad cultural, sino como mercado de consumidores y objeto de diversión “para” los adultos.

Un somero vistazo a la mayor parte de la programación de la TV abierta dirigida a los niños o peor aún, la que no está expresamente dirigida a ellos pero que igualmente ven, provoca escalofríos.

## **La Televisión Abierta<sup>7</sup>**

La televisión abierta argentina presenta marcados desequilibrios en materia de:

### **a) Estructura de propiedad de los canales concentrada en la cual las emisoras de servicio público son minoritarias.**

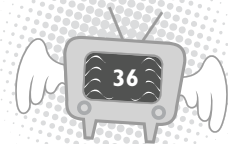
En los hogares de todos los encuestados, se consume TV: en un 60%, con un receptor, y en un 40%, con dos; el segundo, en la habitación de los más pequeños. Sin embargo, sólo el 40% de ese total tiene un reproductor de películas en video o DVD, y únicamente un 5% de los que lo tienen está instalado al alcance de los más jóvenes. En los países europeos, las estadísticas indican que cerca del 100% de los hogares cuenta con ese tipo de equipamiento para ver películas en forma casera, casi en su totalidad DVD.

Frente a la pregunta “¿Cuál es el motivo por el cual no fuiste al cine?”, el 55% aseguró no poder pagar el precio de la entrada; el 33%, que no hay salas donde vive, y sólo el 8% dijo que no le gustaba el cine. Los precios de las entradas en la Argentina oscilan entre 7 y 15 pesos, es decir que son altos respecto a la relación salario-consumo de los países desarrollados. Hace cuatro décadas, cuando no existían la TV color ni el video hogareño ni el cable) funcionaban en la Argentina alrededor de 2000 salas, muchas de ellas de gran capacidad, mientras que en la actualidad no llegan a 1000, la mayoría para no más de 400 personas.

La respuesta a “¿Qué tipo de películas ven en general?” coincidió con lo previsible. Dio como resultado un 52% de acción, un 49 de terror (género que entre los jóvenes es tomado como un signo de madurez), un 40 de comedia y un 32 de suspenso.

La que genera una preocupación extra es la que tiene que ver con el cine nacional: nada más que el 5% vio una producción argentina. En cuanto a películas elegidas, el ranking general puso al frente a Harry Potter y la cámara secreta ; segunda, a Las crónicas de Narnia ; tercera, a la animación La era de hielo 2 , y cuarta -con un 2%- a la comedia argentina Papá se volvió loco.

<sup>7</sup>Información extraída de: Velleggia, Susana “Formación Crítica de los Nuevos Públicos en el Cine y el Audiovisual Latinoamericano. Informe de Argentina”, op. Cit



Existen en el país 44 emisoras de TV abierta operativas (sin incluir las repetidoras). Los canales de TV abierta de cabecera son Canal 7 (Público) y los canales privados, 2 (América TV); 9, (C5N); 11 (Telefé); 13 (grupo Clarín)<sup>8</sup>.

**b) Centralización en la región AMBA-La Plata, en desmedro de los canales del interior del país que actúan en buena medida como retransmisoras.**

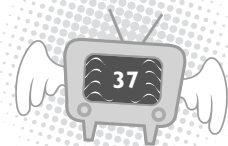
La retransmisión de los canales de cabecera a las provincias argentinas es del orden del 77% de la programación en la región Noroeste, del 73% en la Pampeana; del 53% en la Patagónica, del 62% en el Noreste y el 52% en la de Cuyo, mientras que en la región sede de los canales de cabecera (AMBA-La Plata) es del 1%. Si desagregamos las retransmisiones por canal de cabecera encontramos que entre Canal 13 y Canal 11 (Telefe) se reparten el 86% de las mismas. Canal 7 ocupa el 6%, Canal 2 (América) el 5% y Canal 11 (Telef.) el 3%, mientras que Canal 9 no retransmite<sup>9</sup>.

**c) Falta de diversidad cultural**

Esto se verifica en el análisis de la programación por géneros y por procedencia. En cuanto a géneros se observa que el 50% de los programas emitidos están constituidos por Variedades (30%) y Noticias (20%). En el primer caso se trata de programas de bajísimo costo de producción dedicados a juegos, entrevistas a personajes de la farándula y chismes, “realities”. En el segundo, la uniformidad de la perspectiva de abordaje de la información de las cuatro emisoras privadas es abrumadora. Asimismo más del 70% de la programación de Películas (14%) y Series extranjeras (8%), así como el más del 80% de la escasa programación del género Infantiles proviene de Estados Unidos.

<sup>8</sup> La propiedad de los 44 canales de TV antena se distribuye: 2 del Estado Nacional; 11 de estados provinciales; 10 Independientes; 3 de universidades nacionales; 5 Grupo Vila-Manzano-De Narvaéz; 4 Grupo Clarín; 9 Grupo Telefé-Telefónica. Fuente: AFSCA <http://www.afsca.gov.ar>

<sup>9</sup> Fuente: AFSCA



**d) Escasa atención a la programación Infantil, Educativa / Difusión Cultural y Documentales.**

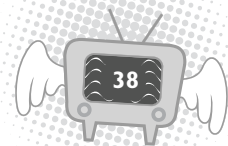
En el caso de estos dos últimos géneros la mayor deficiencia se verifica en los canales privados. Se trata de una programación que mantiene una oferta concentrada en la TV cable, motivo por el cual no accede a ella la población de bajos recursos. En cuanto a los niños, sobre el 100% de las 62.316 de horas emitidas en el primer trimestre de 2010 por la TV abierta de todo el país, se observa que el género Infantiles ocupa solamente el 5% del total.

El único canal que mantiene una producción propia permanente para los niños es la emisora pública, Canal 7. El Sistema de Medios Públicos, al cual el mismo pertenece, ha lanzado recientemente la señal para niños “Pakapaka” que, conjuntamente con la señal “Encuentro”, del Ministerio de Educación de la Nación cuenta con una rica y variada programación de educativos-difusión cultural y de documentales. Géneros que en la TV abierta ocupan el 3% y el 1% respectivamente, casi en su totalidad emitidos por la emisora de TV pública, Canal 7.

**e) Utilización de los niños en programas dirigidos a los adultos como “anzuelo” para el rating, así como en la publicidad de diferentes productos.**

Para la televisión argentina los niños son un objeto para y de consumo.

Muchos programas estimulan de manera compulsiva a los niños para que adopten actitudes propias del mundo adulto, en particular referidas al sexo y el consumo. Estudios efectuados en diferentes períodos, de 2004 a la fecha, dan cuenta de la persistencia de este fenómeno que, se espera, podrá disminuir a partir de que comience a funcionar el Consejo del Audiovisual y la Infancia, con amplia participación de las entidades representativas de la sociedad civil, que crea la Ley 26.522.

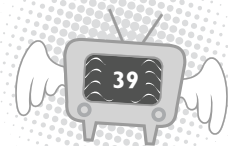


### **Un poco de historia reciente.**

El proceso que culmina con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual ha sido intrincado, plagado de tensiones y conflictos a lo largo de treinta años de vigencia del Decreto-ley de Radiodifusión 22.285 sancionado en 1980 por la última dictadura militar. En la década de los 90 (gobierno de Carlos Menem), se efectuaron alrededor de 180 “parches y remiendos” por medio de “Decretos de Necesidad y Urgencia” del Poder Ejecutivo y algunos más en el año 2000 (gobierno de Fernando De la Rúa). En ambos casos se trató de gobiernos que llevaron adelante políticas económicas neoliberales de un fundamentalismo exacerbado, las cuales dejaron al país literalmente devastado, con una elevadísima concentración de la economía y de la riqueza, una deuda externa exorbitante y unas tasas de desocupación y de exclusión social record en la historia.

Todos aquellos decretos del Poder Ejecutivo tuvieron por objetivo facilitar, primero, la privatización de las emisoras de radio y televisión y luego la concentración del poder comunicacional en dos o tres grandes conglomerados multimediales. La que entonces se llamó “política de desregulación de la radiodifusión” fue, en los hechos, una re-regulación expresamente dirigida a beneficiar a un puñado de conglomerados que manejaban simultáneamente la prensa gráfica de mayor tiraje (diarios y revistas), radios, emisoras de TV antena y de TV cable, Televisión Satelital, servicios de acceso a Internet, con participación accionaria cruzada con los dos monopolios de las Telecomunicaciones (Telecom y Telefónica) y de fondos de inversión y medios de comunicación extranjeros, amén de empresas de otros rubros de los sectores agrícola, industrial y de los servicios.

Desde 1983, cuando se recupera la democracia hasta antes de la sanción de la actual ley se elaboraron y presentaron en las comisiones respectivas de la Cámara de Diputados alrededor de 72 proyectos de ley de radiodifusión, sin que ninguno de ellos llegara a adquirir estado

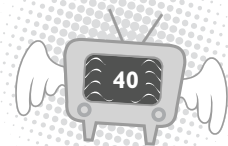


parlamentario para ser sometido a votación en el recinto. Como docente de una carrera de comunicación social durante muchos años, pedía, cada año, a mis alumnos que hicieran como uno de los trabajos prácticos, análisis comparativos de los distintos proyectos de ley de radiodifusión que iban apareciendo y que formularan sugerencias para mejorarlos. Armábamos unos cuadros preciosos y así llegamos hasta el proyecto número 25. Allí mi equipo de cátedra estaba directamente harto –y yo también– ya que pensamos que no habría nunca una nueva ley de radiodifusión de la democracia y que todo lo que hacíamos era inútil y no le interesaba a nadie y decidimos pasar encarar otros temas para los trabajos prácticos.

Ahora creo que a quienes participamos de esta experiencia, el proceso nos resultó muy útil pese a su inutilidad práctica. Todos, incluida yo, aprendimos un montón sobre políticas de comunicación y análisis de legislación comparada.

Los 72 proyectos de ley no llegaron a adquirir estado parlamentario para pasar a votación porque, sencillamente, cuando estaban siendo formulados o analizados en las comisiones respectivas de la Cámara de Diputados o por los Senadores, los asesores y lobbistas de los conglomerados multimedia se enteraban y comenzaban a “operar” sobre aquellos.

Como desde el retorno de la democracia en Argentina hay elecciones generales cada cuatro años y cada cuatro, pero en años no coincidentes con las anteriores, son las de renovación parcial de legisladores, estamos en campaña electoral cada dos años. La radiodifusión era “tierra de nadie”, mejor dicho era de los tres grupos que controlaban el mercado. En esta situación de impunidad absoluta de estos conglomerados privados que dominaban prácticamente todos los medios, una “espada de Damocles” pendía sobre el funcionario, diputado o senador que se atreviera a llevar adelante el proyecto de una nueva





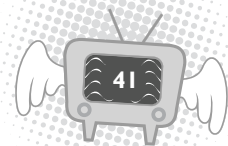
ley. La amenaza de descargar todo el poder de fuego mediático, sobre el o la audaz, para convertirlo en “cadáver político” surtía efecto. ¿Qué político podría querer embarcarse en una campaña electoral con el 90% de los medios en su contra?

Este sombrío escenario, con detalles escandalosos que sería largo enumerar, fue el punto de partida para gestar el cambio.

Este mismo escenario se planteó antes de la última elección, pero la campaña de desgaste y desprestigio emprendida contra el actual gobierno no logró el objetivo que se proponían los dueños del poder mediático, aliados con otros poderosos grupos de poder económico, en particular del sector agrario, cuna de la oligarquía argentina. En este caso procuraban, no solo impedir la sanción de una nueva ley de radiodifusión, sino también imponerle a la Presidenta su proyecto económico y político, o bien forzarla a entregar el gobierno y convocar a elecciones anticipadas, como había sucedido antes.

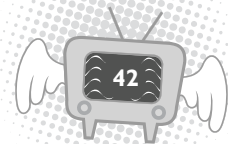
En este marco se creó la “Coalición por una Radiodifusión Democrática”, formada por ONGs, universidades, entidades gremiales de los medios, personalidades de la cultura, intelectuales, periodistas, representantes de radios comunitarias, etcétera. Allí se elaboró y concertó el documento denominado “21 Puntos por una Radiodifusión Democrática” que fue entregado a la presidenta de la Nación en agosto de 2008 y constituyó el paso inicial para la elaboración de la actual ley.

Este agrupamiento, que aglutina pluralidad de ideologías y adscripciones políticas partidarias –salvo los dos extremos de derecha e izquierda que, como se sabe, se autoexcluyen por “razones ideológicas” diferenciadas, aunque luego coincidan en sus prácticas políticas- fue el germen de las enormes movilizaciones que se hicieron en todo el país para presionar por la sanción de la ley. También estos sectores, más otros que se agregaron, fueron el sustento de los debates públicos



organizados por el ex COMFER<sup>10</sup> (actual AFSCA) en todas las provincias y en muchas instituciones del país, a los cuales se convocaba a toda la sociedad de la zona a debatir y efectuar aportes al primer texto del proyecto de ley. Éste había sido elaborado con gran rigor académico por el grupo de especialistas convocado por el ex Interventor del COMFER (actual Presidente de la AFSCA) y presentado por la Presidenta Cristina en un acto multitudinario en la ciudad de La Plata, Provincia de Buenos Aires. A partir de allí arrancó el proceso de los Foros de Debate Público del Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que duró medio año. Los aportes se incorporaban y luego figuraba en nota al pie en el texto de la ley quienes los habían hecho o cual era su procedencia, en el caso de los provenientes de alguna organización nacional o internacional. Este fue probablemente el proyecto de ley más democrático, más pluralmente debatido y más participativo de la historia argentina. Como estrategia política fue extraordinaria, porque a lo largo del proceso se fue consolidando un apoyo social mayoritario al proyecto de ley con el cual fue posible enfrentar y, en gran medida, neutralizar el poder de presión que ejercían los lobbies de los multimédios sobre los legisladores, así como la campaña de desinformación de la opinión pública con la que procuraban volcar la voluntad popular en su favor. Se trató de una lucha feroz por la democracia, porque teníamos enfrente a los oligopolios de la comunicación y al poder económico más concentrado de nuestra historia, con una campaña de propaganda mentirosa y de ribetes sediciosos, con el asesoramiento de connotados expertos, que era replicada diariamente hasta la saturación por todos los medios gráficos, radiales y televisivos. Del otro lado estábamos los ciudadanos de “a pie”, el sector académico, los artistas, algunas ONGs, las radios comunitarias, con el único poder de difun-

<sup>10</sup> La sigla COMFER significa Comité Federal de Radiodifusión. Se trata de un organismo de control y censura de la radiodifusión creado por decreto del dictador Gral. Juan Carlos Onganía en 1969. El Decreto-ley 22.285 sancionado por la última dictadura militar preserva la figura del COMFER y establece que el organismo será presidido por un Directorio conformado por un representante de cada una de las tres fuerzas armadas (Ejército, Marina y Aeronáutica), motivo por el cual hasta antes de la sanción de la nueva ley y, desde 1983, durante la vigencia de la democracia, los responsables del COMFER designados por el Poder Ejecutivo tenían el cargo de “Interventor”.



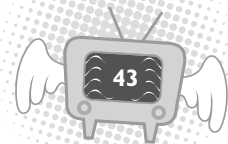
dir nuestras posiciones en los Foros y en las movilizaciones multitudinarias con las que ganábamos el espacio público que, obviamente los dueños del poder mediático ninguneaban y deslegitimaban.

Allí se cayeron todas las máscaras y quedó puesto en evidencia qué poderes defienden estos conglomerados oligopólicos multimediales y cuántas atrocidades pueden cometer para construir una realidad a la medida de sus intereses. También pudo visualizarse la indignidad de muchos periodistas y políticos opositores de derecha, que se acoplaron al espectáculo montado por aquellos en defensa de los intereses de este minúsculo, pero poderoso sector, en desmedro de toda la sociedad. A ellos se sumaron algunos grupitos de izquierda, con el manido argumento de que nada sirve si no es con revolución previa. Pues entonces que todo siga igual y nada cambie, en esto coinciden las dos puntas del arco político.

Después de 30 años de vigencia del bochornoso Decreto-ley de Radiodifusión de la última dictadura militar y de salir a la luz los crímenes de lesa humanidad cometidos por ésta con la complicidad o el silencio de los mismos actores mediáticos y políticos que se oponían a la nueva ley porque iba a coartar la “libertad de expresión”, resultaba harto evidente que lo que en realidad estaba en juego eran muchos millones de dólares y el poder de definir la agenda política del país.

Nuestra organización, la Asociación Civil Nueva Mirada participó de este proceso desde la perspectiva de aportar a una televisión de calidad para los niños, niñas y adolescentes, promover sus derechos, así como estimular la diversidad cultural y el pleno respeto a las identidades culturales y etarias.

Es así que, tanto desde el Festival Internacional de Cine “Nueva Mirada” para la Infancia y la Juventud, como de los talleres, seminarios, cursos, investigaciones, producciones y demás proyectos que venimos desarrollando tenemos algunos ejes de trabajo permanentes. Uno de



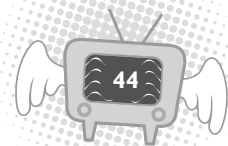
ellos es trabajar en formación en recepción crítica de medios y en el desarrollo de sus capacidades de comunicación, expresión y creación de los niños, niñas y adolescentes, a través del audiovisual que, como ustedes saben, no es solo un “medio” para que ellos hagan oír sus voces, sino que, además, se trata del que probablemente sea el lenguaje artístico más rico y complejo.

A lo largo de los años elaboramos muchos documentos con diagnósticos, propuestas y recomendaciones en cada uno de los seminarios, foros, congresos, etc. que realizamos desde 1999. Distribuíamos prolijamente estos documentos a los diputados, senadores y todos los organismos involucrados, incluso con algunas reuniones con algunos de sus responsables.

El punto de inflexión fue en 2004 después de la IV Cumbre Mundial de Medios para la Infancia, realizada en Rio de Janeiro, en la cual participaron alrededor de 4.500 personas de todo el mundo. Los participantes de Argentina en esta Cumbre, al regresar al país nos reunimos y dijimos, no podemos dejar que esto se diluya. Tenemos que sintetizar lo que venimos proponiendo desde acá con los documentos emergentes de la IV Cumbre, de modo de acumular energía para seguir batallando.

Es así que, junto con otras ONGs, elaboramos el documento “Diez puntos para una Televisión de Calidad para los Niños” Invitamos a las actuales autoridades de la AFSCA (que por entonces seguía llamándose COMFER) a debatirlo con otros especialistas extranjeros invitados por Nueva Mirada a un seminario internacional que organizamos en el marco de nuestro Festival 2008 y les entregamos, en público, un voluminoso archivo que reunía, sino todos, la mayor parte de documentos internacionales y Cartas sobre la televisión y los niños producidos en el mundo. Allí estaban también muchos documentos y estudios realizados por nosotros.

En aquellos momentos se hablaba del insólito hecho de que el Poder

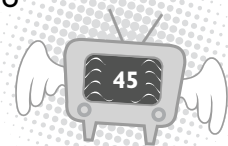


Ejecutivo había puesto en marcha la redacción de un nuevo proyecto de ley de radiodifusión, pero eran tiempos re-electorales y marcaba la tradición que de “eso no se hablaba” en tales circunstancias. Después de 72 frustraciones éramos escépticos. Pero conocíamos poco la personalidad de nuestra Presidenta, Cristina, que a partir de este episodio se puso de manifiesto. Allí se derrumbaron todos los estereotipos, ideológicos, políticos y machistas que los medios habían construido sobre ella. No es una mujercita sumisa e histérica que se deja llevar por arrebatos “propios de su sexo”, como la campaña quería hacer creer. Es una luchadora, con una racionalidad impresionante que, como muchas mujeres dirigentes sociales y políticas latinoamericanas, crecen y se fortalecen ante las dificultades. Ahí están las Madres y las Abuelas de Plaza de Mayo y tantas otras para demostrarlo (y algunos hombres también).

Después de participar en varias reuniones de diferentes entidades que preparaban sus propuestas, para añadir a ellas la nuestra y cuando suponíamos que otra vez nuestro documento no sería tenido en cuenta, nos manda llamar el actual Presidente de la AFSCA -a cargo del equipo que elaboraba el proyecto de nueva ley cuyos contenidos todavía nadie conocía- para decirnos que le presentáramos el documento aquél, pero resumido en cuatro puntos. Así que imagínense la alegría. Con la práctica que teníamos en elaborar documentos de propuestas, hicimos la síntesis de inmediato, consultamos por mail con representantes de muchas otras ONGs y todas adhirieron y a los dos días lo mandamos, pues temíamos que si tardábamos podíamos llegar tarde.

El título que le pusimos a este documento fue “Por la defensa y la protección de los Derechos de los Niños en la Televisión”, pensando que solamente un cretino podría oponerse a semejante causa.

De la campaña de mentiras y deslegitimación de distintos artículos del proyecto de ley que hicieron los grupos de poder y sus representantes político-mediáticos, la única parte que no recibió ni un solo



cuestionamiento fue la referida a la infancia. Con ingenuidad creímos que era porque no podían poner en evidencia que los derechos de los niños no les importan y que para ellos son un mero mercado de consumidores. Después advertimos que, pese a los límites que el capítulo referido a la infancia impone al “negocio con los niños”, en una lucha tan encarnizada por el control económico e ideológico de la radiodifusión argentina, este tema era menor para ellos. Están cegados a todo lo que no sea la batalla por el “botín” de las frecuencias, cuyo reparto definirá si seguirán gozando de sus insólitos privilegios y perjudicando al resto de la sociedad o si ésta podrá, finalmente, tener una radiodifusión democrática.

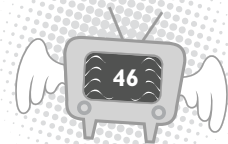
Los aspectos fundamentales del enfoque de la nueva política de comunicación audiovisual se sustentan en cuatro ejes explicitados en el nuevo marco normativo:

- La desconcentración de la actual estructura de propiedad hiper concentrada en unos pocos grandes conglomerados multimediales privados, dos de los cuales prácticamente monopolizan la TV cable del país<sup>11</sup>;
- La descentralización territorial de una estructura de producción de radio y televisión históricamente centralizada en la ciudad de Buenos Aires;
- La apertura a la diversidad cultural e informativa, mediante el estímulo a la participación de pluralidad de actores sociales

---

<sup>11</sup> La concentración se produce en tres las dimensiones clásicas: a) horizontal (o “intensiva”) mediante el proceso de compras y fusiones que tuvo lugar en los 90s por parte del grupo Clarín y otros menores; b) vertical, mediante empresas integradas a la cadena de valor (acceso a Internet, producción de contenidos, etc.); c) conglomeral a través de la posesión de otros medios de comunicación e industrias culturales (publicaciones periódicas y de libros, radios, espectáculos, agencias de noticias, etc.).

El grupo Clarín posee 224 canales de cable, 10 canales de aire, 10 empresas de prensa periódica y una agencia de noticias, 5 radios, 3 empresas productoras de contenidos audiovisuales, 9 empresas de telecomunicaciones y acceso a Internet. Los cinco grupos multimediales más grandes controlan más del 50% del mercado. El conjunto del sector privado maneja el 92.05% de los medios de comunicación del país, quedando para el sector estatal el 7,95% restante. SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina), Secretaría de Cultura de la Nación, “Qué ves cuando me ves.



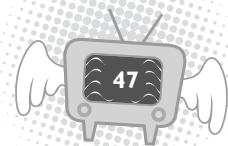
en la producción y emisión de discursos audiovisuales y el acceso a las frecuencias, restringido a las empresas comerciales y el Estado hasta la sanción de la nueva ley.

- El fomento a la producción nacional y local, realizada tanto por los canales de TV como por productores independientes, con la fijación de porcentajes mínimos de programación nacional, propia y de terceros, tanto en televisión como en radio.

La relación entre la televisión y la infancia que plantea la Ley 26.522. Es menester aclarar que es la primera vez en la historia argentina que una ley de comunicación o cultura se ocupa de la infancia. Esto da cuenta de un cambio de paradigma no sólo en materia legislativa, sino también en las concepciones sobre los niños y los medios de comunicación y en la valoración de los Derechos Humanos. La toma de conciencia de la mayor parte de la sociedad, de que la vigencia plena de los Derechos Humanos constituye parte esencial de la vida democrática y de la calidad de la convivencia social es el cambio cultural más trascendente que la Argentina está viviendo.

El documento de los 10 puntos que luego redujimos a los cuatro solicitados –con sus respectivos incisos- mejorado y profundizado por el debate participativo que tuvo el proyecto de ley y la redacción final del equipo de especialistas a cargo del mismo, fue convertido en varios artículos de la actual Ley. Los principales son:

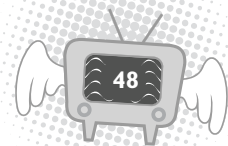
a) El Artículo 17, que crea el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, en el marco de la AFSCA, constituido por representantes de la sociedad civil y de las provincias. Esto es fundamental porque significa institucionalizar la promoción de los derechos de los niños en sus relaciones con el audiovisual. Este Consejo trabajaría ad-honorem pero tiene una serie muy completa de facultades que van desde instrumentar planes y programas de formación en recepción



crítica de medios, de niños y de docentes, hasta la realización de diagnósticos e investigaciones de distinto tipo, así como evaluaciones de la programación y la elaboración de propuestas para mejorar la calidad de la misma. También establece que dos miembros de este Consejo participarán en el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos que es el ámbito donde se debatirán y concertarán las políticas comunicacionales del país. Asimismo crea un Fondo de Fomento Concursable para la producción de programas de televisión de calidad dirigidos a los niños y se proponen estrategias para la articulación del audiovisual con la educación formal y no formal.

b) El Artículo 68 trata sobre la protección de los derechos de los niños en la televisión, en toda la programación ofertada, sea dirigida o no a ellos. En este artículo también se incluyó que la reglamentación de la ley deberá determinar la cantidad mínima de horas de producción y de transmisión de material audiovisual para niños y niñas en todos los canales de TV abierta, cuyo origen debe ser como mínimo un 50% de producción nacional. Por otra parte se determina la obligatoriedad de respetar los horarios de protección al menor y de incluir antes de cada programa una placa de advertencia acerca de los contenidos, en el caso de los dedicados al público adulto en general. En este artículo se citan expresamente las recomendaciones de la Convención Internacional de los Derechos del Niño referidas a la televisión, como guía a observar por toda la programación.

c) Los artículos 71 y 81, que regulan la publicidad, incluyen un apartado de protección a los niños, niñas y adolescentes, tanto con respecto a su salud física como psicológica y en materia de conductas discriminatorias, en las que muchos anuncios suelen incurrir, no sólo con respecto a los niños sino también a las mujeres, los pobres y los grupos minoritarios en general.





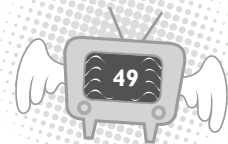
d) El Artículo 153 en el inciso g) obliga al Estado a “Desarrollar estrategias y coproducciones internacionales que permitan producir más televisión y radio de carácter educativo, cultural e infantil. A tal efecto deberá prever la creación de un Fondo de Fomento Concursable para la Producción de Programas de Televisión de Calidad para Niños, Niñas y Adolescentes.”. La creación de este Fondo de Fomento es algo esencial. La sobreabundancia de declaraciones sobre la necesidad de “una televisión de calidad para los niños”, tanto en América Latina como en otras partes del mundo, queda en pura retórica si las mismas no van acompañadas de políticas concretas del Estado para hacerla realidad.

Debemos reconocer que la mayor parte de la programación televisiva de nuestra región es altamente tóxica, no solo para los niños. Si no cambiamos esto es una incongruencia o una hipocresía pretender que la escuela por sí sola deba resolver todos los problemas de calidad educativa y tenga autosuficiencia para formar sujetos concientes, creativos y críticos y ciudadanos plenos. Si la enseñanza formal nunca ha sido en la historia la única responsable de la educación integral de las personas, mucho menos puede pretenderse que lo sea ahora, cuando los circuitos de difusión e intercambio de informaciones y conocimientos de todo tipo se multiplican sin cesar.

Hay referencias a los niños, así como a la educación en otros artículos de la ley, pero los arriba mencionados son los aspectos más remarcables.

Tres puntos a destacar son:

- La Ley abre la participación a la tenencia de licencias de frecuencias de radiodifusión a las organizaciones de la sociedad civil que anteriormente la tenían vedada, estableciendo que las mismas se repartirán en tres partes iguales de 33% cada una, entre el Estado, las empresas y las organizaciones de la sociedad civil.

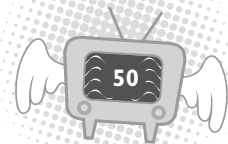


- Pone límites al número de frecuencias y de señales de cable que puede poseer cada operador, de modo de evitar la concentración y, en el momento en que se aplique el Artículo 161 – ahora trabado por recursos leguleyos interpuestos antes jueces “sensibles” a los reclamos de los oligopolios- deberá iniciarse un proceso de desconcentración. O sea que los conglomerados multimediales actuales deberán desprenderse de la mayor parte de las licencias de radio y TV abierta y de cable que han concentrado, ya que sobrepasan –en algunos casos por cientos- los límites impuestos por el nuevo marco normativo.
- Fija porcentajes mínimos de producción nacional que deberán difundir todas las radios y emisoras de TV abierta del país, dentro de los cuales incluye tres categorías: propia, de terceros y de productores independientes. También establece porcentajes mínimos para las películas nacionales y de América Latina.

La aplicación de estos puntos transformará por completo el panorama de la radiodifusión y la comunicación audiovisual del país, de allí que en torno a ellos se haya desatado una violenta guerra simbólica nunca antes vista.

Pese a todos los artilugios leguleyos, las mentiras y la violencia simbólica desatada para frenar la ley, el proceso de democratización de la comunicación puesto en marcha ya es imposible de detener.

Una cuestión remarcable es que en este proceso de abordaje de un tema que siempre había sido sustraído del debate público, de foros, movilizaciones y lucha por el derecho a la libertad de expresión como bien colectivo o social, buena parte de la sociedad ha tomado conciencia de la importancia de los medios de comunicación y la incidencia que ellos tienen en su vida. También aprendió a desconfiar de los actuales discursos hegemónicos y espera ansiosa la apertura a la diversidad que la nueva ley promete.

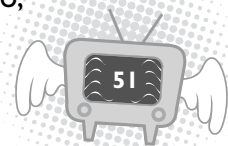


No trataré el tema del proceso de pasaje a la TV digital –que la nueva ley reglamenta y está en curso de concreción- porque es complejo y requiere un abordaje particular que haría esta intervención demasiado extensa.

### Conclusiones

Un somero análisis indica que el cambio fue posible porque se produjo una constelación de factores favorables al mismo: la larga lucha de muchos actores de la sociedad civil, tanto los que formaron la Coalición para una Radiodifusión Democrática como otros y la creación de un espacio multi-actoral en el cual se procesó y se concertó la propuesta inicial, los “21 Puntos para una Radiodifusión Democrática”; la voluntad política férrea de la Presidenta y otros actores políticos y sociales que la acompañan en esta cruzada; la elaboración del proyecto de ley por parte de un equipo multidisciplinario de gran nivel académico y político y, sobre todo, la movilización militante para que fuera aprobada, por parte de las universidades, los profesionales, los intelectuales, los artistas, los trabajadores, las radios comunitarias, las cooperativas, en fin, la mayor parte de la sociedad. Esto ejerció sobre los legisladores una presión que contrarrestaba, en gran medida, los feroces chantajes que sobre ellos ejercían los oligopolios. Finalmente la ley fue aprobada en una prolongada sesión en la que, para vergüenza nacional, se percibió que muchos diputados opositores opuestos al proyecto ni lo conocían y se dejaban llevar en sus argumentos en el recinto por las mentiras y distorsiones instaladas por el discurso hegemónico de los oligopolios, mientras multitudinarias movilizaciones rodeaban el Congreso de la Nación.

Esta fue nuestra experiencia y la intención de esta ponencia fue transmitirla, no con el ánimo de decir “esto que hicimos nosotros igualito tienen que hacerlo ustedes”, o de ponernos como ejemplo. Este vicio,



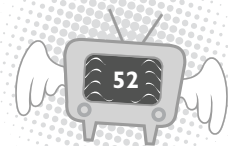
además de connotar soberbia es una pretensión disparatada.

José Carlos Mariátegui, entre otras frases y pensamientos importantes, tiene una que me encanta porque a mucha gente se le ha olvidado en América Latina: “La revolución no es copia ni calco sino creación heroica” (por supuesto de los pueblos). Esto lo decía el amauta en Perú para frenar los modelos de socialismo a la europea y de comunismo estalinista que se imponían en la mayor parte de los partidos de izquierda de este lado del Atlántico.

Por último quisiera remarcar un tema que considero fundamental. Para nosotros, latinoamericanos, la “**CONVENCIÓN SOBRE LA PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD DE LAS EXPRESIONES CULTURALES**” de la UNESCO, sancionada en 2005 con el voto de todos los países del mundo, excepto dos, no debe ser un mero objeto teórico de estudio o un papel inerte, sino un instrumento que debemos apropiarnos y, adaptándolo a cada realidad nacional y local, utilizarlo como palanca del cambio. La Convención debe cumplir el mismo papel que cumplió con respecto a las revoluciones burguesas de los siglos XVIII y XIX, la producción doctrinaria de los pensadores liberales sobre la “libertad de expresión” y otras libertades. En su ascenso al poder político, la burguesía se apropió de estos conceptos haciendo de ellos una herramienta de lucha, frente al absolutismo monárquico y eclesial.

La diversidad cultural es a la cultura lo que la biodiversidad al medio ambiente. Sin esta diversidad no es posible la vida, lo que queda es sólo muerte.

Este es el problema de la que yo llamo la “mirada única” que se quiere imponer a los niños de nuestra región, esta suerte “disneylización” compulsiva es también una estrategia a mediano plazo de las majors para formar la capacidad de apreciación de los públicos, desde la edad más temprana posible, de acuerdo a un modelo único de cine y de audiovisual en general; el producido por ellas.



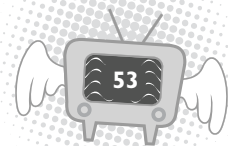
Una enseñanza importante que nos deja la historia de nuestros países, proviene de las políticas educativas que, más allá de los errores o déficits inducidos por la matriz del pensamiento positivista en el que se basaron, aunque desde diferentes perspectivas, emprendieran Vasconcelos en México y Sarmiento en Argentina.

Ellos atendieron a la integralidad de los procesos de educación. No les bastó con la enseñanza pública, laica y gratuita en las escuelas que fundaban, sino que poblaron nuestros países de bibliotecas, libros y revistas, que eran los medios más poderosos de la época. Formar personas educadas, en un sentido cultural amplio era entonces –y sigue siendo ahora- formar lectores. Solo que a los libros debemos añadir hoy el audiovisual y las TICs.

Nuestros países tienen políticas de fomento a la producción cinematográfica y audiovisual, de uno u otro tipo que, con altibajos han ido dando buenas obras, en algunos casos memorables películas. Pero ¿qué sentido tiene seguir fomentando la producción audiovisual que podrán ver muy pocas, poquísimas personas?

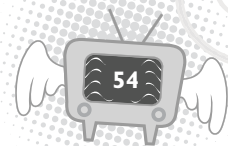
Si nuestros ciudadanos forman su capacidad de apreciación audiovisual o de lectura conforme a un modelo único, exogenerado, y no le interesa ver films nacionales ni leer autores nacionales, ni latinoamericanos, los esfuerzos por sostener la producción de nuestras industrias culturales carecen de sentido.

Esto es así porque la cultura y en particular las industrias culturales funcionan como cadenas compuestas por una serie de eslabones y a todos ellos tienen que atender las políticas culturales, comunicacionales y educativas públicas. No es casual que Argentina y México desarrollaran potentes industrias editoriales; el mejor legado de aquellas dos grandes figuras históricas fue el eslabón imprescindible para que aquellas funcionaran: la formación de lectores. No hubieran existido nuestras editoriales, sin un público alfabetizado y que percibía a la



educación y la cultura como una oportunidad de movilidad social ascendente -para las mayorías la única posibilidad- que por ello estaba ávido de lecturas.

De manera similar, para que exista el eslabón fundamental de la cadena de la industria audiovisual –que hoy comprende muchas más pantallas- es menester formar nuestro público; es decir, formar la capacidad de apreciación y de dominio del lenguaje audiovisual en la diversidad cultural, que es la contra-cara necesaria de la identidad, de las ricas y polifacéticas identidades culturales latinoamericanas. Esto requiere también formar en valores, ya que en lugar de consumidores para un mercado –que es lo que está prevaleciendo- es preciso formar ciudadanos conscientes del sentido de pertenencia a una comunidad, para que pueda prosperar un audiovisual autónomo, representativo de nuestras identidades, de nuestra diversidad cultural y que actúe como marco de reconocimiento colectivo constructor de imaginarios liberados. Esta es la mejor forma de garantizar los derechos humanos a la cultura y la libertad de expresión.



**CV**

## **Susana Vellegia, Argentina.**

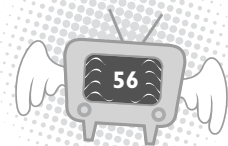
**Susana Vellegia, Argentina.** Directora de Cine y TV. Socióloga. Especialista en Gestión Cultural y en Televisión Educativa. Investigadora en medios audiovisuales y cultura. Presidenta de la Asociación Civil Nueva Mirada y creadora y Directora del Festival Internacional de Cine “Nueva Mirada” para la Infancia y la Juventud. Consultora y docente del Consejo Federal de Inversiones. Asesora Académica de la Junta Ejecutiva del Primero (2006), Segundo (2008) y Tercer (2010) Congreso Argentino de Cultura. Es autora de numerosos artículos, estudios, ensayos y libros sobre cultura y comunicación, editados en Argentina, Brasil, Canadá, Cuba, Ecuador, Francia, México, Perú y Reino Unido.



**Los derechos de comunicación de la infancia en México, una demanda insoslayable en la legislación.**

***Ponente / Carlos Sotelo García***

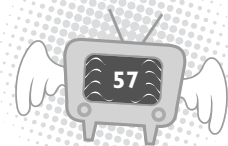
Quisiera agradecer la invitación para participar en este evento que en verdad muy importante para un servidor porque me permite a mí como legislador incluir o incorporar prácticamente esta visión que quiero yo reconocer está ausente del debate legislativo. Tenemos en nuestro país un debate que ya dura muchos años, los cuatro años que lleva esta legislatura, de la pasada y esta de una manera muy intensa y francamente este tema de los derechos de la infancia para acceder, para poder utilizar conforme a un derecho universal reconocido para informarse, para expresarse, para recrearse, hoy hay que admitirlo, esto ha estado ausente en el debate del Congreso de la Unión de nuestro país. Hemos convocado a todas las organizaciones habidas y por haber, han acudido voces amplias diversas y plurales pero prácticamente nadie o casi nadie, podría yo afirmar, ha llevado un planteamiento particular sobre esto que aquí hoy estamos escuchando y que nos parece de la mayor importancia. Como lo dijo la compañera Susana, las audiencias se forman desde la infancia, después ya no esta fácil, no es un asunto sencillo, por ello me parece que vamos a tener que incluir, incorporar de manera muy puntual y precisa este enfoque que hoy con las intervenciones que hemos escuchado, que para mí han sido muy aleccionadoras. Yo quisiera rápidamente decir una de las garantías más importantes establecidas en el artículo 12 de la Convención sobre los Derechos de la Infancia, es la de formarse sus propios puntos de vista y de expresarlos, la convención coloca así como una obligación de los estados, asegurar que los infantes sean escuchados y de que los medios apropiados para ello estén disponibles. Eso casi no sucede, en México menos. En Argentina, hemos escuchado una exposición por parte de Susana muy crítica, con muchas preocupa-



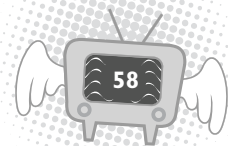


ciones y sin duda así está el análisis en Argentina, pero por lo menos tienen una ley que ha buscado ser atajada, han buscado echarla para atrás, no lo han logrado y creo que no lo van a lograr, y aún así con una legislación avanzada sin duda con muchos aspectos de una legislación democrática que permite colocar en un umbral no muy lejano la posibilidad de una mayor diversidad en el aspecto radioeléctrico, de una mayor inclusión de voces, pues aún tenemos una expresión de mucha preocupación crítica con respecto a lo que está sucediendo. Imagínense ahora nosotros en nuestro país donde esto parece inalcanzable, esto es decir una legislación medianamente democrática.

México tiene una legislación discrecional, data la ley de radio y televisión de 1960, en 50 años algo ha pasado en el mundo y en las tecnologías, en el espectro radioeléctrico la reforma más importante fue la ley Televisa, la contrarreforma, no la reforma, que pretendió colocar de manera plena bajo el interés particular privado de algunos poderes fácticos un bien público como es el espectro radioeléctrico, por ello en nuestro marco jurídico de nuestra constitución y en diversas leyes se incluyen una serie de articulados, de disposiciones que esencialmente versan en torno al concepto que aquí Gerardo Sauri de la Comisión de Derechos Humanos, nos explicaba al principio de su exposición cómo el deberá o más bien procurará, hará, en fin, son puras buenas intenciones, son declaraciones positivas, no están mal pero sin duda son totalmente insuficientes porque esta serie de expresiones en la ley para proteger los derechos de niños, niñas y adolescentes de la ley general de educación pública y la propia ley de radio y televisión, de una serie de artículos donde se establece que hay que procurar un desarrollo integral, armónico de los infantes y la juventud, que hay que permitirles que tengan posibilidades de expresarse, de recrearse, de acceder a una serie de declaraciones positivas pues no se acompañan mecanismos concretos, tangibles, que hagan concreto esto. Y por ello me parece que junto con muchos otros argumentos acreditan la necesidad de una reforma integral, de una reforma importante a la legislación de radio y televisión, y de telecomunicaciones,

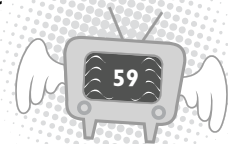


porque como también aquí ya se ha dicho no solamente los infantes tienen limitado su derecho a la libre expresión, a informarse, a comunicarse, a recrearse con una serie de contenidos diversos, plurales, no solamente los infantes, el conjunto de sociedad. Tenemos aquí una legislación y una asignación del espectro, la legislación sumamente discrecional y el espectro absolutamente concentrado, totalmente concentrado, quizás como en ninguna otra parte del mundo, pareciera ser un lugar común pero no lo es. Dos televisoras privadas, cuando en todo el mundo por lo menos hay tres o cuatro o cinco, aquí en México hay dos, que en verdad es uno, es oligopolio, porque hasta en los contenidos, si es la barra de novelas es barra de novelas, y si en el noticiario está deportes y le cambiamos al otro canal está deportes también. Prácticamente tienen empatados sus contenidos que son para efectos prácticos, y los medios alternativos del estado, los gubernamentales son escasos y lo que tienen contenidos diferentes pues tienen una cobertura muy limitada, mucho muy limitada: canal 22 o canal once que ha ido transitando a un modelo más cercano al comercial, al duopolio que quisiéramos muchos mexicanos fuera diferente, fuera avanzando en un programación más crítica, más cultural, más formativa, más informativa y por supuesto recreativa con calidad. No tienen por qué ser una barra de contenidos aburrida o insulsa, o que a la gente no le atraiga escucharla y verla; puede hacerse contenido diferente de calidad, sin que por ello deje de ser atractiva, u otros medios. Ya no hablemos de los alternativos de uso social, los comunitarios, los indígenas, que son con coberturas muy pequeñas y con asignación legalmente hablando muy pocas todavía, todavía muy pocas. Prácticamente se está iniciando la conjunción de una experiencia desde el espectro radioeléctrico de medios alternativos de comunicación legales, legalmente hablando, prácticamente esta se experiencia apenas se está iniciando. Resulta indispensable pues una reforma al modelo de comunicación masiva de nuestro país, sin duda lo hemos intentado en varias ocasiones, se intentó en la pasada 58 y en la 59 legislatura, cuando arrancó la 58 legislatura del 2000 al 2003 había mucha expectativa de una posible reforma democrática de medios;



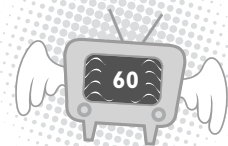
Santiago Creel era el secretario de Gobernación, se construyó una mesa plural para construir una propuesta legal legislativa que avanzó bien, que en un diseño de una ley de servicio público de medios electrónicos para nuestro país, que prácticamente fracasó cuando Vicente Fox resolvió en la medida de los hechos avanzar fortaleciendo el modelo de concentración, el duopolio, pero hubo el decreto de 12.5, de tiempos oficiales y le dio el famoso decretazo y le otorgó otras fortalezas al modelo concentrado, les asignó el estándar digital a las televisoras, les asignó el canal adicional digital para la transición, estableció un calendario para la transición de las tecnologías analógicas a las digitales hasta el 2021 y al mismo tiempo les renovó sus concesiones hasta ese año, hasta el 2021, es decir estándar digital, canal adicional, renovación de las concesiones sin un centavo a cambio, sin cobrar un solo centavo, todo, todo otorgado a las televisoras, a las dos televisoras. Eso hizo que la mesa que en Gobernación estaba trabajando, pues prácticamente consideraron que era una burla, que era una tomadura de pelo, se disolvió esta mesa y se reconstituyó fuera de Gobernación. La mesa ciudadana trabajó en la construcción o en la culminación de la propuesta legislativa que se construyó, se presentó, se recogieron firmas de senadores hasta lograr 65 de 128, la mitad más uno, y se presentó la iniciativa, se avanzó en su dictamen, se presentó en primera lectura el dictamen y ahí quedó, porque de las 65 firmas empezaron a retirarse muchas de ellas hasta que quedó claro que un dictamen en segunda presentación como lo establece el procedimiento legislativo lo único que auguraba era que no iba a ser aprobada. Ese fue el antecedente junto con el decreto que se contó como ley Televisa y lo que la corte resolvió posteriormente anulando los principales artículos de aquel decreto con lo que esta legislatura, la 60 y 61, entramos a trabajar.

Hemos avanzado ahora, el PRD presentó una iniciativa integral el 8 de diciembre, el PAN la presentó el 8 de abril, cuatro meses después. El PAN se opuso a un acuerdo de reforma parcial, el PRD y el PRI construimos durante 12 meses, de abril a abril del 2009 al 2010, que fue



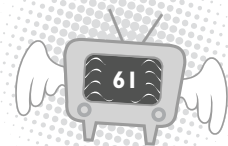
aprobada en primera lectura pero generó mucha insatisfacción sobre todo con el tema de refrendos de las concesiones, que yo preciso que son para el tema de la radio porque las televisoras van hasta el 2021 y sin duda para aquellas fechas el debate y el tema de refrendos será en mi opinión otra cosa desde el punto de vista tecnológico y jurídico, por lo que deberíamos atender exactamente el tema de la radio.

En este marco, en este contexto tendremos que convocar en las próximas semanas a una nueva serie de encuentros con las organizaciones sociales, civiles, gubernamentales, no gubernamentales, privadas, para tratar de colocar muy rápidamente aquellos temas que nos permitan tratar de establecer las posibilidades reales, conforme a la correlación de fuerzas legislativas que existen en el Congreso de la Unión, una posible reforma jurídica. Creo que septiembre, octubre, es el último plazo de estas legislaturas, si no lo logramos me parece que tendrá que irse ya hasta la siguiente legislatura, vamos por tanto en la Comisión de Radio y Televisión a convocar en estos últimos días de julio y durante todo el mes de agosto, a una serie de reuniones con la organizaciones diversas para tratar de colocar, insisto, ubicar, qué temas podrían ser sujetos de un entendimiento para la reforma posible. Yo creo que la reforma integral que intentamos en abril, ya quedó demostrado que no tiene posibilidades, en mi opinión, puedo firmarles las que quieran, las declaraciones que quieran a favor de una reforma integral, pero en los hechos me parece que eso en México ahora ya no es posible, por tanto requerimos intentar por lo menos una reforma parcial que incluya aquellos temas que nos permitan impulsar los medios alternativos de comunicación, hablo de las comunitarias o de uso social, de las indígenas, y transitar de un modelo de medios oficiales o gubernamentales a auténticamente medios públicos, que tengan autonomía editorial, independencia técnico-financiera, que puedan comercializar un porcentaje del tiempo aire para poder hacer que funcionen, y fondos públicos para la transición digital a todos los medios alternativos de comunicación, por lo menos esos temas. Y en este marco vamos a retomar las conclusiones de este



evento, de este seminario, para incluir correctamente los derechos de la infancia para poder acceder, utilizar, apropiarse los medios de comunicación y poderse expresar. También creo que hay que incluir en el paquete de posible acuerdo, una reforma a la constitución de nuestro país para establecer como un derecho universal de la gente en México, el acceso a la banda ancha y al uso y disfrute de las tecnologías de la información y la comunicación. Así como existe el derecho a la salud, a la educación, a la vivienda y a otros bienes y servicios reconocidos como derechos universales del ciudadano, de la gente, tiene que reconocerse que también es un derecho de la misma importancia el acceso a la banda ancha y a las tics, para con ello, estando en la constitución, obligar al Estado mexicano generar políticas públicas, a generar fondos presupuestales, para hacer posible que la mayor parte de este país pueda acceder al uso de este bien público que es lo que hoy va a marcar si un ciudadano o un infante está o no debidamente incluido en las posibilidades del desarrollo en su vida. Hoy aquel estudiante, aquel niño o niña, o joven, adolescente o adulto que no pueda acceder a la banda ancha y al uso de estas tecnologías está fuera, está excluido, está limitado en sus posibilidades de desarrollo de todo tipo, cultural, social, económico, laboral, de todo tipo. Por ello tenemos que demandar que en la constitución se incluya este tema, como un derecho universal de toda la gente y lo vamos a incluir para tratar de que en el siguiente periodo, que va de septiembre a diciembre, se discuta.

Estos son los temas que estamos intentando y que ahora con esta nueva perspectiva que yo escucho y que de verdad aprecio, vamos a plantear que tenga esta perspectiva, así como hay perspectiva de género y perspectiva de edad, para los jóvenes fundamentalmente se piensa meter la perspectiva de derechos de la infancia, en la legislación que respecto estamos construyendo.

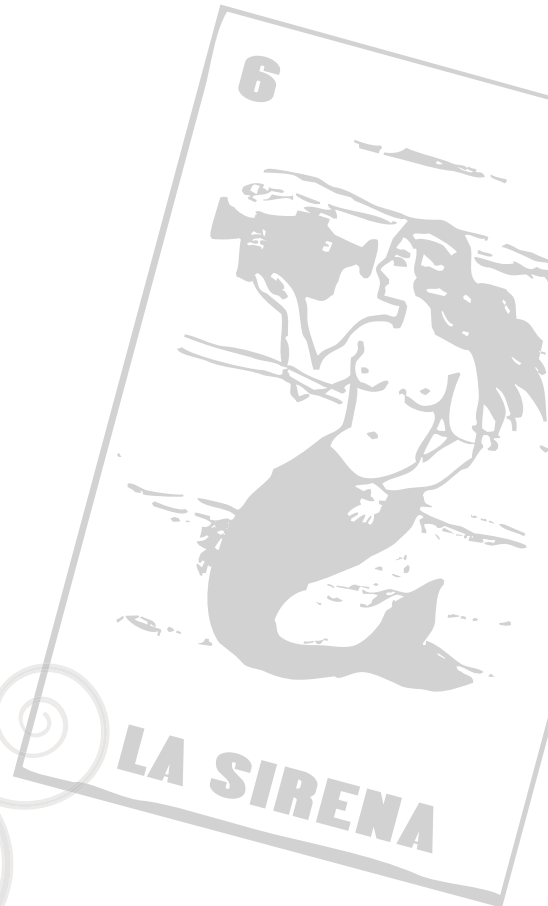


**CV**

## **Carlos Sotelo García, México.**

**Carlos Sotelo García, México.** Político, miembro del Partido de la Revolución Democrática. Es Senador plurinominal para el periodo de 2006 a 2012.

Ha sido dirigente estatal en Colima del Partido Comunista Mexicano, el Partido Socialista Unificado de México y el Partido Mexicano Socialista, además de miembro fundador del Partido de la Revolución Democrática. En el Comité Ejecutivo Nacional del PRD ha ocupado carteras de 1999 a 2005, entre las que están Secretario de Imagen y Propaganda, de Organización, de Ejercicio Gubernamental y de Acción Electoral, en 2005 fue Subsecretario de Desarrollo Político del gobierno de Zacatecas encabezado por Amalia García. Ha sido electo Diputado al Congreso de Colima de 1991 a 1994 y es Senador por lista nacional para el periodo de 2006 a 2012. Es presidente de la Comisión de radio, Televisión y Cinematografía en el Senado de la República.



## MESA 2

### MEDIOS DE CALIDAD

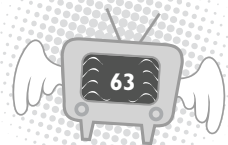
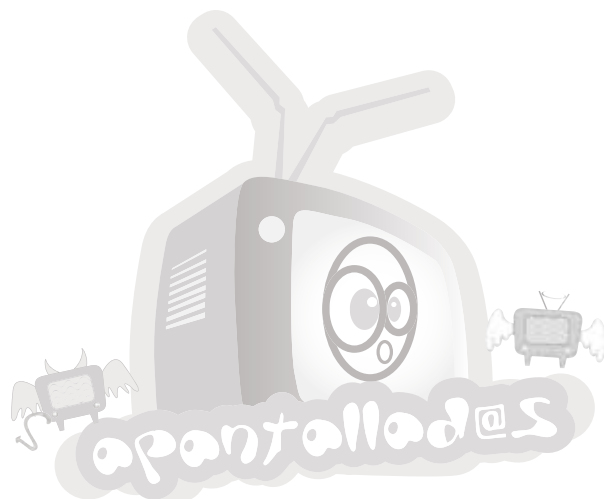
En los últimos años se ha dado una corriente de trabajo entre las instancias vinculadas con la cultura y los medios que busca promover el sentido de responsabilidad social en el sector audiovisual, el debate sobre la calidad de la programación, la relevancia de las políticas públicas en la materia y una amplia participación de las comunidades y la gente joven en los medios. Abogar porque audiencias como la niñez y la juventud sean privilegiadas.

Este movimiento que comenzara en Colombia en el año 2000 ha logrado no solo promover el análisis y el debate en su país de origen sino en América Latina. En este espacio queremos mostrar experiencias alentadoras de radio y televisión en el continente para aprender de ellas.

#### **Moderadora**

Hilda Saray Gómez González

Comunicadora, Directora de Producción en Radio Educación



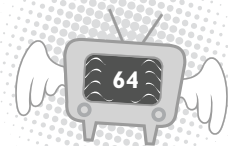
## Televisión para niños en Colombia, una propuesta de medios de calidad

**Ponente / Claudia Rodríguez Valencia**

Quince minutos es muy poco tiempo para contarles todas las cosas que están pasando en Colombia con la televisión infantil. Voy a enfocarme en el desarrollo de la televisión infantil de calidad en Colombia. Primero hay que saber de dónde venimos, de qué medios estamos hablando, y sobre todo de cuál es la importancia del compromiso nacional por una la televisión de calidad para la infancia; que eso es lo que logramos hacer con la liga interinstitucional, entre instituciones públicas, privadas, y organismos del Estado. Para esto es claro saber por qué diferentes sectores de la sociedad civil, del estado, empresas privadas incluso, decidimos reflexionar sobre la calidad de los medios, acerca de qué les estábamos ofreciendo a los niños en nuestro país.

El proceso de compromiso para una televisión de calidad, para la infancia, responde a la importancia de los medios en la vida de los niños colombianos, ya que el 90% de los niños en nuestro país tiene acceso a la televisión, son el mayor grupo de personas que ven televisión en Colombia y son los mayores consumidores de telenovelas y noticieros.

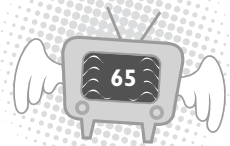
Aquí hago un pequeño paréntesis, hace algunos años se hizo un estudio sobre la preferencia de los niños a ver televisión y descubrimos con sorpresa que en los primeros puestos ni siquiera estaban las telenovelas, sino los noticieros, ¿y por qué?, porque era uno de los pocos espacios en los cuales los niños podían compartir con sus padres, era un espacio social. Consumen televisión tanto por la tarde como por la noche, son espectadores activos, además también hay una alta penetración de cable en Colombia, entonces no importa el estrago social, normalmente los niños hasta en las zonas rurales tienen acceso a la televisión por cable y por lo tanto se demuestra que es la principal fuente de entretenimiento para la mayor parte de la niñez en nuestro país.





En esta alianza en la que llevamos ya unos años, empezamos primero a definir qué era calidad en televisión infantil, que es un concepto que puede ser muy ambiguo, puede ser simplemente en calidad de contenido, calidad de captura, y entre todos empezamos a construir estos criterios que guían nuestro desarrollo de productos audiovisuales; primero tiene que ser una televisión que reconozca a su audiencia, decir de qué niños estamos hablando, reconocer sus diferencias, reconocer las diferencias que hay por edades por ejemplo, por estatus. Involucra procesos de investigación, también qué tipo de contenidos les estamos dando, como también cuáles son los más adecuados, cuáles son los que quieren, tiene que ser atractivo, y aquí viene como una gran discusión con muchos investigadores y pedagogos, que piensan que es de calidad simplemente si es educativo, y nosotros como seres humanos pues respondemos a lo atractivo y a lo estimulante, no podemos poner a un niño por más educativo que tenga el programa desde una pantalla, simplemente se va a paralizar, será sólo un programa de análisis para los adultos, sobre lo bueno que estamos haciendo por ellos. Estimular la fantasía y el juego genera identificación con su rol, como niño en la sociedad involucra un reconocimiento cultural, para nosotros es muy importante porque Colombia y Sudamérica, es decir de Colombia a Argentina, después de Brasil por su tamaño, es el país con la mayor diversidad regional, debido a nuestra geografía quebrada, debido a sus migraciones, entonces para nosotros era muy importante saber que en nuestras ocho o diez micro regiones, que son muy diferentes, un niño de las costas se parece más a un niño de Cuba, que un niño de la región del sur de Pastos se parece más a un ecuatoriano o a un peruano que a un niño de Medellín, otra de nuestras ciudades. Es muy importante motivar ese reconocimiento entre los niños de Colombia, el niño siente que tiene el poder de comunicar a los adultos, tiene poder sobre ciertas situaciones y se incentiva su autoestima, genera un gusto por el conocimiento y despierta trazos de pensamiento.

La televisión entretiene y emociona, el niño busca emoción y aventura



tal como lo hacemos nosotros mismos. Nosotros desde el desarrollo de la televisión, somos responsables de que esa televisión tenga un propósito educativo y responsabilidad social, sin omitir la calidad en su captura y la posibilidad de generar emociones y entretenimiento. No hay que tenerle miedo al entretenimiento, si nuestro producto audiovisual es responsable y con un contenido adecuado, que respeta a los niños como seres inteligentes; y ahí es donde se cambia la mirada del adulto condescendiente al niño, se entiende al niño como un generador y un constructor de sentido.

Desde ahí voy un poco rápido, para contarles todo lo que les quiero contar, a partir de este compromiso se tienen diferentes desarrollos de la televisión, y voy hablarles muy rápidamente de tres casos: el primero, de cómo se constituyó la franja infantil en este momento con mayor desarrollo y mayor calidad de la televisión pública de Colombia, que es la radio infantil de Señal Colombia. El segundo es el proyecto de investigación cultural del Ministerio de Cultura; y el tercero es todos los esfuerzos que está haciendo la Comisión Nacional de Televisión de Colombia con el canal de televisión, haciendo espacios para el desarrollo infantil. Como vemos son todas las iniciativas de distintos puntos del estado, pero donde se articulan las voluntades y las potencialidades de la sociedad civil junto con los autores independientes.

Entonces Señal Colombia es el principal canal público del país, tiene una cobertura nacional, es un canal de televisión abierta, cultural, el cual desde siempre ha tenido un carácter educativo. Desde el Instituto de Bienestar Familiar las personas que ahí laboran comenzaron a preguntarse cómo hacer una televisión que vieran nuestros niños, que además respondiera a criterios de calidad, entonces comienzan hacer alianzas con autores independientes, asesorías de contenido y se comienzan a elaborar convocatorias de calidad, es decir, se involucran los ministerios de Educación, de Cultura y los distintos productores.



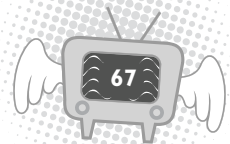
Se constituye así la Franja, se le da el nombre de Mi Señal. Se ha dicho que es uno de los programas que ha tenido mayor aceptación tanto con los niños como a nivel internacional, y cada vez ha ganado mayor cantidad de premios.

Se decía entonces: sólo una programación educativa y cultural, se buscará calidad técnica, narrativa y de contenidos, que haya diversidad, expresiones culturales, que se cuestionen los estereotipos, que propicie curiosidad en los niños y que sea entretenida.

Se vincula con el proyecto que les contaré ahora, se hace un análisis de la oferta que hay y se elabora todo un contenido conceptual para diseñar esta Franja en Colombia. Una cosa importante: se sabe que no sólo podemos, o no sólo se puede estar basados en la producción propia de Colombia, porque a pesar de que hay un buen desarrollo es imposible llenar la programación con productos nacionales, y se empiezan a buscar alianzas con otros canales, al principio Latinoamérica, después otras partes del mundo, que puedan proveer contenidos de calidad, como el Canal de Encuentro en Argentina, una vez también se buscó una alianza con el Canal 11, de México, y además de esto se estimulan todos los modelos de coproducción. Si somos un Canal público con cinco pesos, en México habrá otro con cinco, en Argentina otro con cinco, y en Ecuador otro con cinco, pues hacemos algo de veinte pesos que nos sirva a todos y no algo de cinco pesos para cada uno.

La Franja se emite en las mañanas de seis a diez de la mañana y por las tardes de tres a seis. Los niños son los protagonistas, los presentadores, y tiene un gran menú, no podemos dedicarnos a estimular o producir sólo un tipo de televisión sino pensar en los niños como seres precisamente que necesitan de todo esto para estimular su imaginación, para reconocerse y para crear a partir de ahí.

Después viene el proyecto de Televisión Infantil Cultural que es una

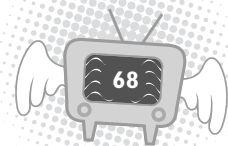


articulación de socios clave: Universidad Colombiana, la Televisión Colombiana y el canal 13, ligados con el Ministerio de Cultura de Colombia, con el fin de llevar a cabo una investigación sobre qué es lo que quieren y necesitan los niños de ocho a diez años de edad, de 53 municipios de Colombia, para trabajar en proyectos de gestión, investigación y creación de un modelo de producción para televisión infantil.

El primer corto que se grabó fue un reality, que es simplemente un documental con intervención, y lo que se hizo fue tomar a un niño, por ejemplo de Palenque, que es un estado negro, el primer estado libre e independiente de América Latina en la costa de Colombia y llevarlo a convivir durante tres días con niños de campo de una zona que está a más de 3 mil metros sobre los Andes. Unos a otros mostraron sus tradiciones, costumbres, juegos. Luego ese niño del campo se va a vivir con un niño de la ciudad de Bogotá. Son 13 niños que van compartiendo historias y conociendo otros modos de ser y de sentir. Este proyecto acaba de ganar el Premio de Prix Jeunesse, en el Festival Mundial de Televisión Infantil. Y el proyecto continúa con niños mexicanos, argentinos, colombianos, etc, en una producción latinoamericana.

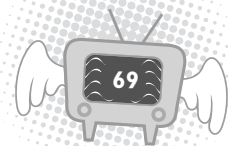
Otro de nuestros logros es la Muestra Iberoamericana de Televisión Infantil, espacio que he tenido el honor de coordinar desde la Dirección Académica y que se presenta más como un espacio de gestión, más formal, académico, donde productores independientes pueden capacitarse con distintos expertos internacionales en distintas áreas de producción, calidad infantil, nuevas tecnologías y en otros temas que involucran la producción, la distribución, la realización y la comercialización.

Nuestro principal reto es seguir articulando y construyendo una política pública que desarrolle la televisión infantil y contemple es-



trategias de investigación, capacitación y procesos de formación. No sirve sólo la voluntad, la voluntad ya es un gran inicio pero es necesario ver buena televisión infantil de todas partes del mundo y capacitarse en los temas, entendiendo que la audiencia infantil es una de las audiencias más complejas.

Por último creo que es muy importante reconocer que detrás de este proceso colombiano hay personas: productores, realizadores, gestores, investigadores, comunicadores, empleados públicos, políticos, padres y madres de familia, defensores de derechos humanos. Y todos bajo un mismo objetivo: desarrollar una televisión infantil de calidad.

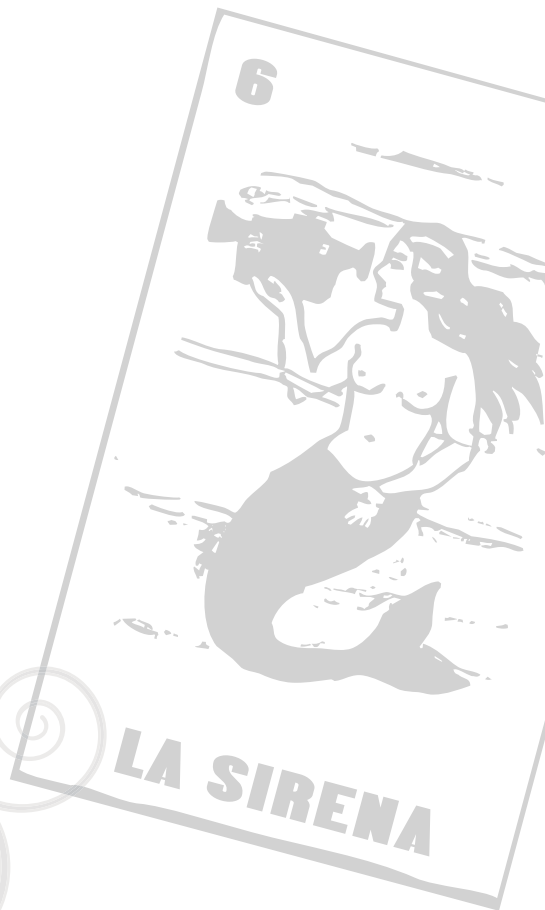




CV

## **Claudia Rodríguez Valencia, Colombia.**

**Claudia Rodríguez Valencia,** Colombia. Creativa y gestora cultural de la televisión infantil tanto de Colombia como de Latinoamérica. Participó por 6 años en el taller creativo de la Franja Infantil del Canal Caracol de Colombia, ganador de dos premios India Catalina así como de varias nominaciones a premios internacionales. De manera independiente ha diseñado varios productos audiovisuales y series de televisión infantiles. Trabajó en el Área de Comunicaciones del Ministerio de Cultura de Colombia como asesora para la franja infantil del canal público nacional - Señal Colombia. Desde hace 2 años se desempeña como Directora de contenidos de la Muestra Iberoamericana de Televisión Infantil, evento que cada año realiza la Comisión Nacional de Televisión de Colombia en Bogotá.



**TELEVISION DE CALIDAD EN MEXICO,  
el caso de once niños.**

***Alicia C. Espinosa de los Monteros Ramos y  
María Fernanda Cervera Gutiérrez***

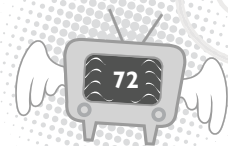
Once Niños, una televisión que evoluciona tomando en cuenta el humor, la creatividad, el ingenio y las propuestas de niñas y niños mexicanos.

María Fernanda y yo estamos representando el equipo de programación de Once Niños. Once niños es la barra infantil de Once TV México, trataremos de dar un pequeño contexto de esta televisora. Once TV México es una televisora pública que pertenece al Instituto Politécnico Nacional y se preocupa por transmitir una programación variada. Once TV México tiene diversos públicos, está estructurada por diferentes barras, diferentes mujeres, diferentes jóvenes, hay algunos en los que hay películas, de comedias y por supuesto está la barra infantil. Actualmente Once TV México abarca el 42% del auditorio nacional, anteriormente se veía en un porcentaje menor, ahora se ve en ciudades como Guadalajara, Veracruz, Torreón, Mérida. Se está ampliando la cobertura de Once TV México, también se transmite en Estados Unidos pero desde DIREC TV y su señal vía internacional por la página de Internet, actualmente hay muchos programas que se pueden ver directamente vía Internet.

Once TV comienza a producir sus contenidos desde 1995, fue un espacio construido bajo un concepto de los niños comprendidos como seres complejos y multidimensionales, espectadores activos. A partir de esto ha creado producciones que hablan a los niños, que los motivan a pensar, sentir, participar y ser, siempre los hemos considerado capaces de ello. Nuestro concepto del niño ha ido evolucionando y en consecuencia las producciones también, hemos intentado con cada



una de ellas explorar por lo menos una de las áreas que creemos comprenden al niño, desde la ética hasta la ciudadanía. Sin embargo, algo que ha permeado en la filosofía y concepto desde hace más de 15 años, es nuestro deseo de responder a una de las necesidades fundamentales del niño: ser escuchado. Por esto creemos que la televisión debe actuar como un espejo en el cual el niño pueda verse a sí mismo y a su mundo, pero también donde pueda proyectar cómo quiere verse a sí mismo, cómo quiere ver su mundo. La barra que actualmente se conoce como Once niños surge en 2001 y tampoco es que surja de manera espontánea, por supuesto hay antecedentes desde producciones como Bisbirije. Desde el inicio canal once ha tenido un segmento especial dirigido para los niños, el concepto ha cambiado y el que se tiene actualmente no es el mismo que se tuvo hace 40 o 50 años cuando inició el canal. Once niños en 2001 buscaba cubrir las necesidades de las dimensiones sociales, públicas y afectivas de los niños, a través de crear una comunidad alrededor de una barra infantil. Esta experiencia de Once niños ha logrado crear un verdadero lazo comunicativo con la audiencia y ha hecho que se sientan escuchados y comprendidos. En Once niños valoramos escuchar al niño, valoramos estar cerca de ellos, tomar en cuenta lo que piensan, por supuesto valoramos su humor, su creatividad y su ingenio. Consideramos al niño como un ser integral, crítico, activo, inteligente y valioso. Además promovemos la autoestima, la creatividad, la tolerancia, el diálogo y la no violencia, la cultura de calidad y preservación.





**CV**

## **Alicia C. Espinosa de los Monteros Ramos, México.**

### **Alicia C. Espinosa de los Monteros Ramos, México.**

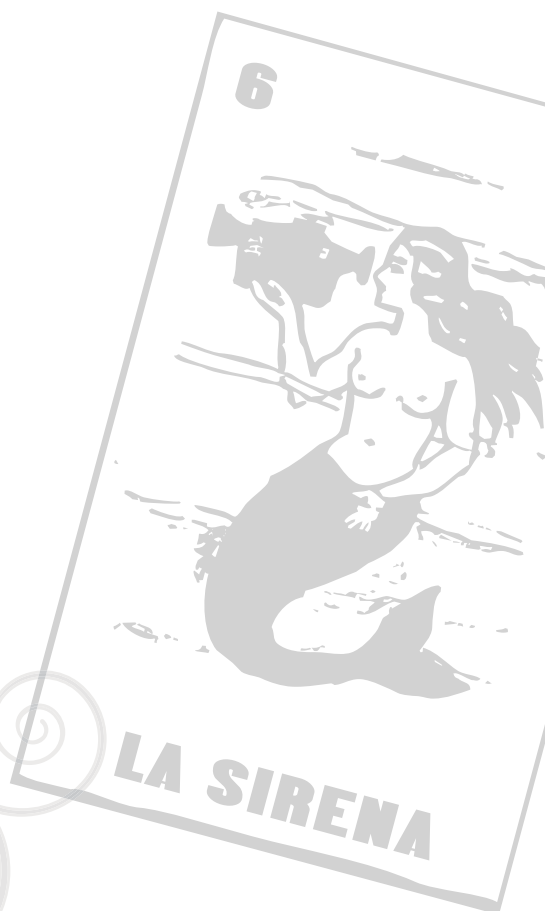
Realizó estudios de Periodismo y Comunicación Colectiva en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, UNAM, posteriormente cursó el Diplomado de Literatura Infantil y Juvenil impartido por la Universidad Iberoamericana. Se ha especializado en el desarrollo de contenidos para niños principalmente en los campos de literatura y televisión. Ha sido jurado del Premio Barco de Vapor de la Editorial SM; becaria del FONCA por un proyecto de investigación y difusión de autores mexicanos de libros para niños; ha dictaminado libros de texto, Bibliotecas Escolares y de Aula para la SEP. Durante siete años fue locutora del programa Sintonía Libre transmitido por Onda Corta de Radio Educación y desde 2003 forma parte del equipo de Once Niños de Once TV México.



**CV**

## **María Fernanda Cervera Gutiérrez, México**

**María Fernanda Cervera Gutiérrez**, México. Estudió la carrera de Comunicación en la Universidad Iberoamericana. Simultáneamente realizó estudios de arte en la Universidad de Nueva York (NYU) y un diplomado en animación 3D. Especializada en comunicación visual y desarrollo de contenidos, trabajó en la elaboración de propuestas museográficas para el pabellón de México en la Expo Mundial de Shanghái. Ha dedicado su tiempo al trabajo con niños de escasos recursos y a docencia de niños en edad primaria. Desde el 2009 forma parte del equipo de Once Niños.

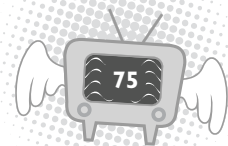


**Televisión nicaragüense para jóvenes. Bajo el lema “somos diferentes – somos iguales”, la producción de la serie “Sexto sentido”.**

**Ponente / Hazel María Jirón Aragón**

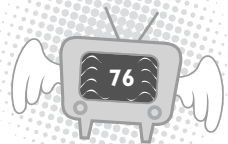
Yo vengo de Nicaragua, vengo de una organización que se llama “Puntos de encuentro”, tiene 20 años de existir, tiene trabajo, su razón de ser es trabajar para las mujeres, jóvenes y adultos. Nicaragua es un país de 5 millones de habitantes, es realmente un país bien pequeño de Centroamérica, somos un país relativamente donde el 70% somos jóvenes, niños y niñas. Es un país realmente con una tasa de natalidad de 4.5%, por mujeres, por familia. Hay también un índice de desempleo de 60%.

Existe actualmente un promedio de 7 canales de televisión, hay 270 radios en todo el país, radios comerciales, la radio comunitaria ha bajado un poco, y hago referencia de este antecedente para ubicar en qué contexto se ha hecho este producto. Yo solamente soy una persona que represento a todos esos productores, gente de televisión, guionistas, directores que hicieron posible esta serie. Vengo a platicarles un poco de esta producción nicaragüense, una serie juvenil que se transmitió en Nicaragua y en algunos otros países de Centroamérica, y que fue una realización de “Puntos de encuentro”, definida como una organización que trabaja por una cultura de derechos. El marco que nos impulsa a hacer esta telenovela fue que nosotros tenemos dentro de nuestros objetivos estratégicos, aumentar en las mujeres jóvenes y adultas la identificación y reflexión sobre sus derechos; también propiciar, y esto es muy importante porque aquí es donde encaja realmente la producción, es propiciar un clima de opinión pública favorable y fortalecer el liderazgo juvenil en Centroamérica. Y el otro es visibilizar estos espacios en la sociedad, sobre la problemática que limita el ejercicio de los derechos humanos de mujeres y jóvenes.



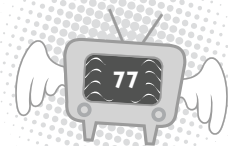
Las líneas de trabajo que en Puntos de encuentro hacemos, son investigación, capacitación y comunicación para el cambio social. Una de las experiencias que nosotros tenemos y es aquí el marco general de la producción televisiva y la serie de televisión “Sexto sentido”, se enmarcó en una estrategia que se denominó somos diferentes-somos iguales, y está basada en el enfoque de diversidad, todos somos diferentes pero somos iguales en derechos, incluyéndonos mujeres, niños, hombres, en toda esa variedad. Entonces somos diferentes, lo que intenta esta estrategia o modelo de trabajo propone un cambio de comportamiento individual, promover la comunicación interpersonal y acción colectiva, los cambios empiezan a generarse de forma individual para poder proponer cambios de acción colectiva. No podemos cambiar las cosas si no cambiamos nosotros mismos primero, si no reflexionamos y encontramos esa identidad con los problemas de forma individual.

Entonces usamos como estrategia el entretenimiento educativo, insertar contenido en forma entretenida, es decir, no tenemos que hacer televisión o radio educativa de forma aburrida, todo mundo piensa que lo educativo es aburrido, todo lo que va a hablar sobre una experiencia suele ser aburrido. Y empezamos nosotros en Nicaragua, un país telenoveler como la mayoría de los países latinoamericanos. La producción después de los 90’s bajo totalmente, ustedes saben que nosotros hemos tenido de todo, en Nicaragua hemos tenido dictadura, revoluciones, terremotos, volcanes, erupciones, inundaciones, pero también hemos tenido cosas muy buenas, pasión, creatividad, gente que quiere cambiar las cosas y eso es parte de la vida cotidiana como decimos en Puntos. Entonces insertar contenidos educativos en mensajes destinados a entretener, eso es parte de lo que hace la estrategia, y la estrategia tiene el fin de incrementar el conocimiento sobre el tema, generar actitudes favorables hacia los cambios de comportamiento, eso fue principalmente lo que hemos pensado al introducir el entretenimiento educativo como una estrategia de cambio social.



La estrategia es de multi-medios y multi-métodos, donde se utilizan diferentes métodos y también diferentes medios de comunicación; combina una serie de televisión, un programa de radio, una revista feminista dirigida a mujeres de las zonas rurales con un nivel académico de 4° grado de primaria, también actividades de promoción, capacitación para el liderazgo y educación comunitaria, materiales educativos y construcción de alianza entre organizaciones y movilización. Puntos de encuentro no es el experto en todos esos temas, ni los temas se viven, yo no sólo vivo el tema de la violencia de género, también vivo el tema de la discriminación por ser mujer latina, mestiza, pelo crespo, no cumplir con los cánones de belleza establecidos. Entonces todas esas discriminaciones me cruzan, y es en esa intersección donde Puntos cree en la acción colectiva.

La serie de televisión Sexto sentido ha sido el producto clave de esta estrategia, la punta de lanza de la estrategia, y es la pieza clave porque pone en la opinión pública los temas y la reflexión sobre temas como la violencia en la familia, la discriminación, la adicción, la sexualidad, la salud reproductiva y el machismo, desde la mirada de los jóvenes y adolescentes. El público y la audiencia que cautivó, Sexto sentido, estaba entre los 11 y los 24 años, aunque era pensada una serie juvenil, siendo de nuestro país 70% niños y jóvenes, obviamente sabemos que era televisión aspiracional, entonces obviamente nuestra audiencia tenía que bajar un poco más, los niños de 12, 10 años miraban Sexto sentido y se identificaban tanto como jóvenes de 15, 18 años. Entonces fue la plataforma también para poder impulsar campañas de comunicación social con otras organizaciones de Nicaragua y a nivel internacional. Sexto sentido tiene 80 capítulos, cada capítulo dura 25 minutos, muestra la vivencia, como les comentaba, de un grupo de jóvenes con humor, con mucho humor sobre situaciones de la vida cotidiana, lo que nos pasó y le sigue pasando a cualquier chaval o chavala de Latinoamérica, eso quiere decir muchachos y muchachas. El impacto en la primera transmisión que hicimos en Nicaragua, el 59%

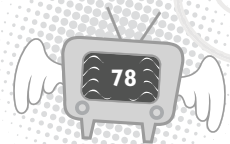


de los jóvenes vieron regularmente la serie, en el 2008 superó el rating de los programas de mayor audiencia en su horario.

En la investigación de impacto, logramos saber qué cambió en la actitud y el comportamiento de los jóvenes con respecto a la prevención del VIH, equidad de género, disminución de la discriminación y aumento de conocimiento sobre el uso de los centros de servicio. Porque después de que se transmitía cada capítulo, pasábamos información, si ese capítulo tenía un énfasis en el tema de embarazo en la adolescencia o anticoncepción de emergencia, pasábamos todos los centros donde podían asistir para buscar información sobre eso, si estábamos hablando sobre el tema de droga, pasábamos el listado de centros de atención donde podían acudir. Los estudios que se hicieron al finalizar la telenovela demostraron que ésta mejoró la comunicación interpersonal entre las y los jóvenes, y creó oportunidades de diálogo.

Ustedes saben que una sola estrategia de alguna organización no va a cambiar el mundo, necesitamos dar cada uno su aporte. Y el aporte de estrategias de Puntos de encuentro fue generar que la gente hablara sobre esos temas abiertamente.

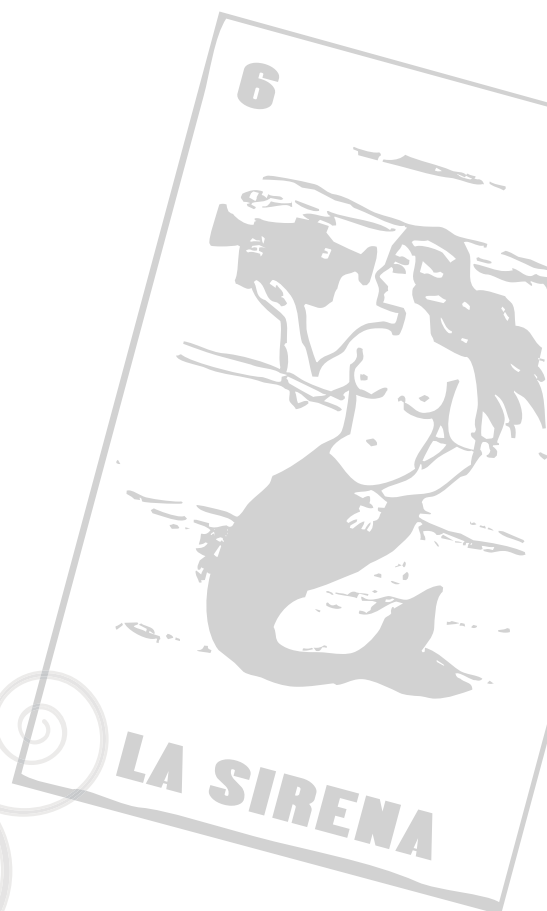
La serie se transmitió en Nicaragua, Costa Rica, Honduras, Guatemala, a través de canales comerciales. Hemos logrado negociar con los canales comerciales la transmisión de las 6:00 p.m., son 80 capítulos, actualmente se está transmitiendo en El Salvador, Bolivia y Colombia.



**CV**

## **Hazel María Jirón Aragón, Nicaragua.**

**Hazel María Jirón Aragón, Nicaragua.** Licenciada en Periodismo, Diplomado en Gerencia de ONGs UAM, 2002), otro en Derechos Humanos de la Niñez y Medios de Comunicación (UCA 2007) y sobre Identidad Corporativa e Imagen (UCA, 2008). Periodista en organizaciones civiles y programas de TV. Ha desarrollado funciones vinculadas al campo de la comunicación institucional, la incidencia en medios de comunicación y la conceptualización e implementación de estrategias de comunicación y promoción. Ha participado en la serie de TV Sexto Sentido y el Consejo Editorial de La Boletina. Ha realizado consultorías sobre estrategias de comunicación, elaboración de campañas masivas y estudios y diagnóstico de impacto de programas radiofónicos de forma independiente. Ha participado en cursos y talleres de capacitación organizados por Puntos sobre género, feminismo, metodologías de trabajo con jóvenes, masculinidad y violencia física y sexual hacia las mujeres, niños y niñas.



**La realidad de los niños mexicanos exige medios de calidad hechos por y para ellos.**  
**Ponente / Olga Durón Viveros**

Una de las preguntas fundamentales del Festival Niños y Medios de Comunicación: ¿es posible tener medios de calidad para niños? Estamos aquí reunidos maestros, padres de familia, estudiantes de comunicación, periodistas, promotores culturales, guionistas, escritores, productores, realizadores, creativos, con el fin de entender -y aplicar en nuestro trabajo- la relación Niños-derechos informativos.

Hablamos de NIÑOS como un ente homogéneo que reacciona y se comporta igual frente a cualquier circunstancia. Al leer los periódicos de los últimos días nos preguntamos si esto realmente es posible: “117 mil niños trabajan en cruceros y avenidas en cien ciudades de México... Casi el 70 por ciento ejerce la prostitución, el 18% son voceadores y el resto boleros, vendedores ambulantes, cuida-coches y limosneros... La Red por los Derechos de la Infancia, señala que hay cinco millones de niños mexicanos realizando trabajos de alto riesgo en nuestro país, tanto en las ciudades como en el campo. De los 54 millones de mexicanos que viven en la pobreza, 20 millones son niños. De ellos, la cuarta parte vive en pobreza extrema, es decir, sin servicios de salud, vivienda, educación y nutrición”.

¿Es válido, entonces, aglutinar en un mismo paquete a TODOS los niños? Muchos medios lo hacen. Y, a juzgar por los resultados, con un éxito rotundo. México ha logrado uno de los primeros lugares en cantidad de anuncios de comida chatarra y refrescos (dos terceras partes de tiempo aire) y juguetes (una tercera parte) durante los horarios infantiles en la televisión, al grado de que ostentamos el primer lugar mundial en obesidad. Los hospitales están saturados de enfermos de diabetes, hipertensión y otros padecimientos debidos principalmente





a una mala alimentación y nula actividad física. Y los funcionarios responsables de la salud han declarado que es urgente desarrollar políticas públicas para combatir este problema. Sólo que, al recorrer de regreso el camino de la obesidad —y éste es sólo uno de los problemas de uno de los rubros, el que se refiere a salud- se encontrarán, al final de la cadena, con 40 comerciales que cada hora, durante las transmisiones infantiles, difunde la televisión mexicana, es decir, los dos grandes consorcios que poseen los recursos, la tecnología y el apoyo estatal para estar presentes en el 93% de nuestros hogares. 160 comerciales, cada tarde, graban en la mente los niños mexicanos la necesidad imperiosa de saborear, ver, tocar, sentir, poseer y ser. Intereses comerciales que financian la industria de los medios de comunicación. Por otro lado, la radio —a excepción de las radiodifusoras de servicio público y algunas universitarias y comunitarias- han dejado en el olvido al público infantil. Y la red de Internet se ha volcado en la oferta de páginas para jóvenes y adultos jóvenes, que consumen por igual los pequeños cuya capacidad de conexión crece día a día.

Los medios de comunicación, principalmente la televisión, son parte de la vida cotidiana de todos los niños mexicanos. Aun cuando existen diferencias en la interpretación que éstos hacen de programas y anuncios publicitarios, debido sobre todo a las distancias sociales, los medios se han convertido en una compañía infaltable. Forman sus hábitos y marcan los caminos a través de los cuales perciben la realidad —propia y ajena-. Para la mayoría constituyen un vínculo importante con familiares, amigos y compañeros de escuela, y muchas veces son la única vía para conocer realidades distintas e imaginar mundos fantásticos. Por eso los contenidos deberían ser un asunto de todos: familia, instituciones, empresas, estado.

Sabemos por diversos estudios que un niño fortalece sus conexiones neuronales a través de los estímulos provenientes del medio en el que se desarrolla. Y que la falta de estimulación, el abuso en todos los



aspectos —de autoridad, sexual, el maltrato, la violencia, la explotación y la falta de atención de la familia, la escuela y las instituciones del estado hacia su desarrollo integral, bloquean o al menos debilitan este fortalecimiento. Gobernantes y empresarios hablan de la niñez como “el futuro de este país”. ¿Realmente creen que con lo poco que les brindan, los niños podrán con la responsabilidad de este país en el futuro?

El antropólogo social Alfredo Nateras, especialista en culturas juveniles, dijo en una entrevista radiofónica: “Ser niño o ser joven en nuestro país es un asunto de exclusión social”. A doscientos años de ser “orgullosamente mexicanos”, como afirman los promocionales del bicentenario, debemos preguntarnos qué hemos hecho con nuestra infancia y qué acciones llevaremos a cabo para contrarrestar esta exclusión.

El derecho a la comunicación tiene un gran peso porque implica el derecho a saber, a estar informado, y a manifestar libremente cualquier opinión sobre cualquier tema. Implica, además, la posibilidad de exigir que los otros derechos sean cumplidos. Por ello es primordial que los niños aprendan a manifestar sus pensamientos y sentimientos; que sepan que su vida, sus costumbres y tradiciones, sus anécdotas, sus sueños, son historias tan interesantes, dramáticas o divertidas como las que cotidianamente aparecen en los medios.

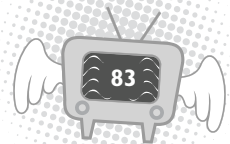
La alfabetización audiovisual o educación para los medios no sólo se refiere a una actitud crítica y a la distancia que el alfabetizado llega a tener con éstos, sino también al conocimiento que adquiere del lenguaje específico de ese medio para utilizarlo en beneficio de él mismo y de su comunidad y su cultura.

Que los niños, luego de saber que tienen derechos y que la comunicación es uno de ellos, y después de familiarizarse con la tecnología



mediática, se pongan frente a un micrófono o a una cámara y relaten, entrevisten o actúen sus propias narraciones, significa un giro a la pasividad que antes sostenían frente a los medios. Y si además su voz, sus dibujos de animación o sus imágenes tienen una ventana para que otros los escuchen y los vean, ese giro habrá sido de 180 grados. Estarán, literalmente, del otro lado de las pantallas y las bocinas, como señala el lema de Apantallados.

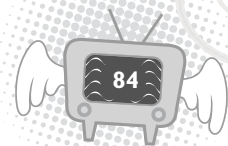
Es por ello que en el año 2007, Irma Ávila Pietrasanta, con un trabajo de más de diez años en educación para los medios y producción de video con niños de escasos recursos de la Ciudad de México, y una servidora, con un trabajo de producción radiofónica dirigida a niños de más de 15 años en Radio Educación, unimos esfuerzos y, luego de revisar lo que los medios de comunicación ofrecen a los niños mexicanos (donde Canal 11 juega un papel fundamental y hace una labor importante) y los contenidos de las páginas de Internet para los pequeños (muy pocas dirigidas a niños de México, sólo algunos links como el de Conaculta, por ejemplo, o la página Radialistas con una gran cantidad de producciones de audio dirigidas a niños), decidimos abrir un espacio en Internet con videos, programas de radio, juegos interactivos, contenidos para padres y maestros. La Fundación Cultural de la Ciudad de México apoyó financieramente el inicio de este proyecto y en el año 2007 radiobola.tv salió en línea bajo el cobijo de Comunicación Comunitaria A.C. También, a partir de 2008 y en co-producción con el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, FONART, hemos impartido talleres de educación para los medios y producción de radio y video a niños artesanos en 10 comunidades de los estados de Oaxaca, Guerrero, Estado de México, Yucatán, Jalisco, Zacatecas, Michoacán, Veracruz y Puebla. Los materiales de audio y video se encuentran en las páginas de RadioBola.TV y Comunicación Comunitaria. Y en 2009, Comunicación Comunitaria A.C. obtuvo el primer lugar en la categoría Mejores Prácticas por Apantallados, Manual de Educación para los Medios, escrito por Irma Ávila.



El panorama entonces, aun cuando es sombrío, no está de ninguna manera perdido ni desahuciado. Una prueba es este festival y el hecho de estar aquí reunidos, gracias al financiamiento de instituciones culturales, educativas, de apoyo social y de derechos humanos. Otra prueba: las emisoras que han apoyado nuestro trabajo fungiendo como escuela de producción de medios, como Radio Educación, el IMER, Canal 11, las televisoras y radios universitarias y estatales. Con presupuestos a veces bajos y generalmente bajísimos, hemos logrado crear una audiencia infantil que -aunque minoritaria- marca con toda claridad los caminos a seguir en esta exploración permanente de programas para niños, cuya calidad no radica en la carrera tecnológica sino en los contenidos y las formas de expresarlos. También hemos logrado, como individuos, grupos de trabajo o asociaciones civiles, aprovechar los resquicios institucionales para que nuestros proyectos tengan cabida.

Es momento de trabajar juntos en tres objetivos que sabemos impostergables: el compromiso en la calidad de los contenidos y, por lo tanto, la capacitación permanente en la producción de series y programas; la incidencia en políticas públicas, traducida en proyectos viables capaces de convencer a quienes se encuentran al frente de los organismos de educación, salud, cultura, medios de comunicación y otros relacionados con la infancia y, por último, la puesta en marcha de reglas que impidan que la voracidad comercial continúe dañando la salud física y mental de los niños.

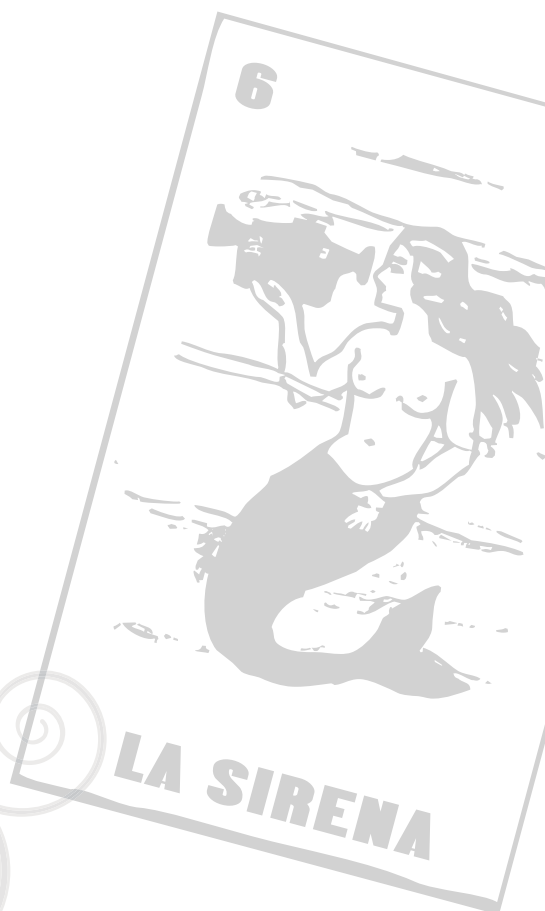
Conocernos, escuchar y ver lo que hacemos cada uno en su instancia productora, su comunidad, su región, compartir las experiencias de Colombia, Perú, Nicaragua, Argentina, España, Bolivia; hacer a un lado la obsoleta idea de exclusividad en la difusión de series y programas y estar dispuestos a recorrer juntos el enriquecedor camino del ejercicio de los derechos de la infancia, es el deseo y uno de los motivos de Apantallados, Primer Festival de Niños y Medios de Comunicación, de RadioBola.TV y Comunicación Comunitaria. Entonces, volviendo a la pregunta inicial: ¿es posible tener medios de calidad para niños? Ustedes tienen la respuesta.

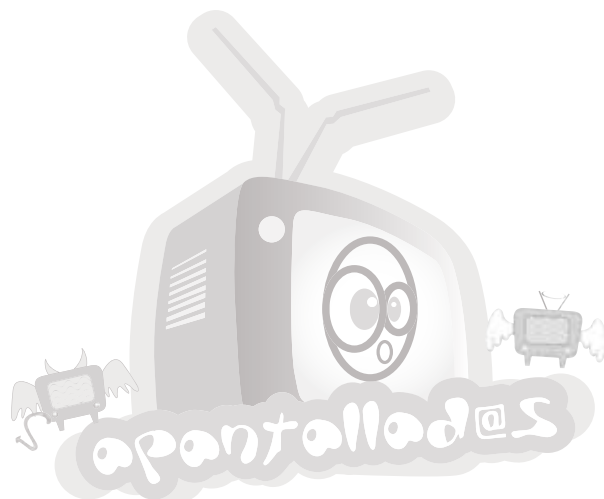


**CV**

## **Olga Durón Viveros, México.**

**Olga Durón Viveros, México.** Socióloga, ha trabajado en radio Educación, en el Instituto Mexicano de la Radio, Canal 22, TVUNAM, el ILCE, el CELE, como productora de más de 150 programas, especializándose en series dirigidas al público infantil y juvenil. Es profesora de guión y producción de radio y TV. Actualmente trabaja con la asociación civil Comunicación Comunitaria en el diseño y organización de programas para niños y diseñó con Irma Ávila Pietrasanta Radiobola.tv, sitio en internet dirigido a los niños. Ha sido merecedora de diferentes premios, otorgados a programas de radio y video educativos.





## **MESA 3**

### **EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS**

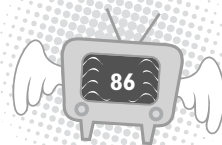
En la defensa y promoción de los derechos de la comunicación de los niños, una de las líneas fundamentales que se han desarrollado alrededor del mundo es la llamada “Educación para los Medios”, que busca darles a los niños las herramientas para usar los medios de la mejor manera, para saber escoger, trabajar, aprender y divertirse con ellos, sobre todo en el contexto de la construcción de la llamada “Sociedad de la Información”.

En esta mesa buscamos dar una vista general a lo que han sido algunas experiencias significativas y de las que creemos podemos aprender en Iberoamérica, desde el legendario grupo “Comunicar” de España, con más de 25 años trabajando con profesores hasta “Apantallados”, experiencia que ha logrado en 2009 el primer lugar en la Categoría Mejores Prácticas del “Premio UNICEF, Los derechos de la niñez y la adolescencia en México”.

#### **Moderadora**

Paz Echeñique Pascal

Directora General de Educación por los Derechos Humanos de la CDHDF  
Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal.

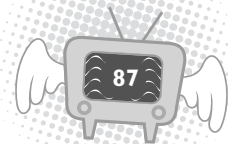


**EDUCACION PARA LOS MEDIOS EN MÉXICO,  
LA EXPERIENCIA DEL ILCE y LA SEP**  
*María Guadalupe Hernández Luviano*

Aprovecho este evento de educación para los medios para comentarles algunas de las acciones que se han llevado a cabo en el sector educativo, hago la aclaración, que quizás ustedes conocerán otras experiencias, pero yo solo me voy a referir al ámbito de la educación formal y de las acciones que la Secretaría de Educación Pública ha llevado a cabo.

Organicé la charla de la siguiente manera: Primero les comento qué hemos hecho en el sector educativo con relación a la educación para los medios, después analizaremos el momento actual que estamos viviendo en esta área de estudio, y al final simplemente presenté algunas conclusiones que espero sirvan para construir una nueva propuesta de educación para los medios, en donde no sólo estemos participando el ámbito educativo formal, sino todas las otras instancias involucradas a nivel nacional e internacional.

En México empezamos a hablar de la educación para los medios en los años ochenta, en aquella época, recuperando experiencia de otros países entre ellos España; vinieron especialistas a formar maestros de educación tecnológica y se diseñaron algunos materiales. Fue en un inicio, un arranque tímido pero ya desde los ochenta empezamos de alguna manera en el país a trabajar con la Educación para los Medios, más tarde en los noventa y a partir de una iniciativa de la Universidad Pedagógica Nacional, se diseñó con un grupo de especialistas mexicanos, el curso denominado Educación para los Medios, éste curso estaba dirigido a maestros de educación básica y profesionales de la educación en general, se desarrollaba mediante un paquete integrado



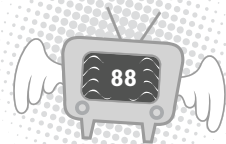
por nueve fascículos, una antología, tres programas de video, cinco programas de audio y una guía de estudio, porque era un material auto instruccional para educación a distancia.

La Universidad Pedagogía Nacional, en ese momento lo distribuye a sus Unidades Académicas en todo el país y queda como parte de los acervos de sus bibliotecas; más tarde el ILCE con mayor visión, hace una nueva edición del curso y le da varios usos, ofrece cursos y diplomados basados en este material y también se utiliza como propedéutico de la Maestría en Tecnología Educativa que ofrece el Instituto a nivel latinoamericano.

Después en los noventa se diseñó el curso de Didáctica de los Medios de Comunicación, en donde sigue avanzando esta temática, aquí nosotros creemos que cada vez tiene un sentido mucho más mexicano, ya que nos vamos apropiando del enfoque.

Debido a que el término de Educación para los Medios causaba controversia, porque se interpretaba que toda la educación y el esfuerzo formativo estaba centrándose en los medios, en la SEP se acuñó el término de Didáctica de los medios de comunicación para enfatizar la idea de que el curso buscaba formar a los maestros en el dominio de los distintos lenguajes de los medios de comunicación, y que ellos los aplicaran en el aula para promover el aprendizaje y que enseñaran a su vez, a sus alumnos, la alfabetización audiovisual y la recepción crítica, a la par de que iban desarrollando los contenidos de los programas de estudio. De esta manera se intentaba formar a los maestros y que ellos difundieran esta formación a sus alumnos.

Este curso multimedia está integrado por: un libro, en este caso, escrito por autores mexicanos, en donde se abordó el uso del periódico, de las historietas, de la televisión, del video, de la computadora, entre otros medios, el libro se complementa con un cuaderno de actividades, con una guía de estudio, tres programas de video, nueve programas de audio, y un disco compacto, en donde aprovechando los recursos de la computadora,





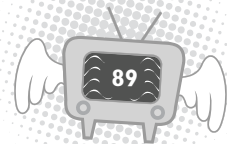
se ejemplifican mediante animaciones y diversos recursos gráficos, los contenidos de cada uno de los medios.

Este curso tiene una versión digital que se puede consultar en línea, actualmente se ofrece como diplomado en modalidad a distancia para maestros en servicio de los niveles: preescolar, primaria, secundaria y Normal.

Los ejes temáticos que se abordan en el curso, son el conocimiento del medio, es decir, los códigos y recursos expresivos de cada uno de los medios, la aplicación didáctica, a la cual se le otorga la mayor importancia. No queríamos que los maestros solamente estuvieran formados en los lenguajes de los medios, si no que supieran aprovecharlos para promover mejores aprendizajes. Y el tercer eje es el de las implicaciones de la recepción, uno de los aspectos que se abordan aquí es la perspectiva del género, que invitaba a los maestros a ver cómo desde la escuela reproducimos estereotipos y roles, que muchas veces el maestro sin darse cuenta, los reproduce.

Los contenidos del curso abordan los fundamentos de la imagen, se habla de la pedagogía de la imagen, la pedagogía con imágenes, se revalora la aportación de recursos tradicionales como los mapas, los libros, la televisión, pero como medios de comunicación, enfatizando las características de sus lenguajes, ya que aunque han sido recursos muy utilizados en las aulas, generalmente su aplicación no se realiza con base en el conocimiento de los elementos del lenguaje que emplean.

Sobre nuevas tecnologías, se introduce el uso de la computadora, y de la multimedia. Así mismo el curso promueve el uso de los Centros de Maestros que son instancias que complementan al curso, en dos sentidos, una es que en estos lugares los maestros podían disponer de materiales impresos, audiovisuales y multimedia para utilizarlos en el aula. Y por otra, porque cuenta con un acervo bibliográfico que se



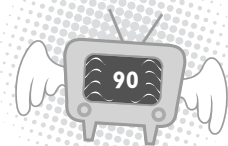
adquirió para que los maestros dispusieran de fuentes de información complementarias al curso.

Uno de los problemas con los que nos encontramos en este curso, es que no se tenía asesores, es decir, no teníamos en México maestros capacitados que a su vez formarían a los maestros en servicio, por lo que se tuvo que empezar con una etapa de formación de asesores. Actualmente este curso ya se ha ofrecido a 25 mil maestros. Está diseñado para que el maestro a la par que va desarrollando los programas de estudio del grado en el que labora, vaya realizando las actividades de aprendizaje del curso. Para acreditar se deben haber realizado satisfactoriamente todas las actividades de estudio, con sus respectivos productos y se presenta un examen que valora el manejo de los conceptos básicos y su aplicación en actividades didácticas, los mejores resultados se les aplica otro examen sobre las características metodológicas del curso para poderlos acreditar como asesores.

Actualmente este curso se ofrece como un diplomado a distancia, complementariamente a esto, se han podido introducir algunos de estos contenidos en la formación de los maestros de educación básica y de telesecundaria, desgraciadamente no podemos hablar aún de una línea de desarrollo en todos los programas de estudio de educación básica.

La difusión del curso en varias entidades del país, se ha complementado, con cuatro eventos nacionales e internacionales de imagen y pedagogía, se han invitado a maestros en servicio estudiantes o egresados del curso a presentar sus experiencias y también así mismo a especialistas de varios lugares del mundo a que vengan a hablarnos y a transmitirnos su experiencia sobre Educación para los Medios; en San Luis Potosí fue el primero en 2001, en Culiacán en 2002, en Querétaro en 2005 y en Xalapa en 2007.

Actualmente Didáctica de los Medios de Comunicación tiene continuidad en un segundo curso realizado por la Subsecretaría de Educación



Básica, a través de la Dirección General de Materiales Educativos; para su elaboración convocó a especialistas de Francia, España, Argentina y México con experiencia en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el aula. que se llama Educación y Tecnología, porque como vemos, la educación para los medios es un campo de estudio evolutivo, es decir, va a tener que seguir desarrollándose a la par de los avances de la tecnología.

Este curso insiste en reconocer el potencial y analizar críticamente las ventajas y desventajas de las llamadas nuevas tecnologías, como por ejemplo del Internet, el hipertexto, las redes sociales, etc., que hoy en día consumen mucho del tiempo de jóvenes, de adultos y de niños en general.

El material se integra por un disco multimedia de consulta que integra catorce lecturas, imágenes y fragmentos de videos que constituyen el material de estudio. Adicionalmente, se incluyen tres discos con entrevistas a los autores que colaboraron en el material y que dan cuenta de su visión sobre el papel de las TIC y los retos que enfrenta la escuela actual.

El disco de consulta está organizado en cuatro capítulos que presenta lecturas escritas especialmente para los maestros de educación básica que se acompañan con distintos recursos:

- Una cuidada selección de imágenes que dan cuenta del desarrollo de la tecnología, desde las comunicaciones terrestres y aéreas, los juguetes ópticos, las diferentes máquinas y los desarrollos científicos y tecnológicos que han dado lugar a lo que actualmente denominamos tecnologías de la información y la comunicación; constituyendo así, una historia iconográfica paralela.
- Fragmentos de las entrevistas realizadas a los especialistas, que complementan y enriquecen De viva voz el texto.



- Cada capítulo sugiere referencias bibliográficas y sitios de Internet comentados que pueden resultar de interés para aquellos que desean profundizar en los temas abordados.

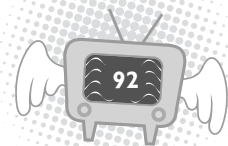
Valiéndose de las posibilidades que la tecnología ofrece, en el último apartado, se creó un espacio donde los expertos se reúnen para compartir, en una suerte de diálogos virtuales, sus puntos de vista sobre los temas que son una preocupación constante en el ámbito educativo, tales como la equidad, la desigualdad, la marginación, el rol docente, la escuela del futuro, las filias y fobias que todos tenemos por la tecnología.

Para concluir, creemos que se ha desarrollado un esfuerzo importante, sobre todo en la formación de maestros en Educación para los Medios, sin embargo estamos consientes, sabemos, que no ha sido suficiente y nos gustaría contribuir a la construcción de una propuesta de Educación para los Medios, a partir de los siguientes planteamientos:

Que la formación en medios tiene que ser una estrategia integral es decir, que si bien la escuela debe asumir un papel decisivo en la formación de las nuevas generaciones, el asunto no se debe restringir únicamente a los espacios escolares.

En el sector educativo se debe generar una política bien definida desde el Plan Nacional de Educación, que no significa equipar, el equipamiento es importante, pero la tecnología sin una visión amplia del papel que juegan los medios en la vida de los alumnos, puede ser

Esta política se debe concretar en un eje transversal de alfabetización audiovisual en los programas de estudio de los diversos niveles educativos, que derive nuevas competencias, acordes con la Sociedad del Conocimiento, que derive procesos de análisis crítico, no sólo de los mensajes de la televisión o de la publicidad en general, se necesita



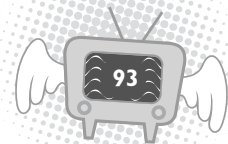
hablar de un análisis crítico de todas las modalidades de información con las que hoy estamos conviniendo. La escuela tendrá que reconocer que hablar de alfabetización actualmente no se restringe a leer y escribir, si no a una alfabetización que se amplía hoy a la lectura y escritura de imágenes, de lo audiovisual y a una alfabetización digital, que no nos podemos restringir únicamente a seguir pensando que niños y adultos leemos libros, texto escrito. No, hoy leemos imagen, y estamos en contacto con imágenes de todo tipo, en ocasiones aún mayor que con el texto escrito, entonces urge que esto se tome en cuenta y que cuando hablemos de alfabetización, estemos hablando de esta alfabetización integral, de todos los lenguajes con los que hoy convivimos.

Esto se tendría que complementar con un trabajo con las familias, talleres para padres, presenciales o en línea, formación a través de los propios medios, en la comunidad, a través de casas de cultura, de los museos, para lo cual, los propios medios deberán asumir su responsabilidad social y ética con sus audiencias.

Esto se tendría que sustentar a la vez, en un interés efectivo hacia la investigación educativa, se hacen buenas inversiones en el país de equipamiento de instalar nuevas tecnologías, de que las escuelas tengan conectividad a Internet, pero no se evalúan los resultados, no lo investigamos, y no estamos seguros de su repercusión en el aprendizaje de los alumnos, qué aportan los nuevos recursos digitales, los interactivos, las visitas virtuales, la imagen en tercera dimensión, etc., en favor de la educación y de qué manera esto contribuye a la formación de nuevos ciudadanos.

Se ha abordado en este encuentro la necesidad de normar a los medios, yo estoy de acuerdo, pero a la par, hay que trabajar en la formación de los individuos para que sean las propias audiencias las que generen mecanismos de resistencia que demanden mejores contenidos y rechacen aquellos que no nos enriquecen como personas ni contribuyen a la generación de una mejor sociedad.

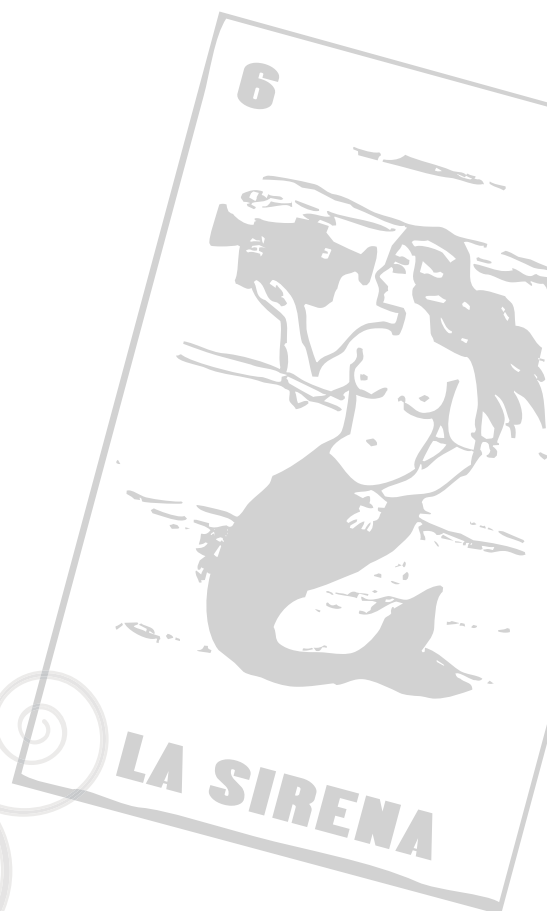
Gracias por su atención.



**CV**

## **María Guadalupe Hernández Luviano, México**

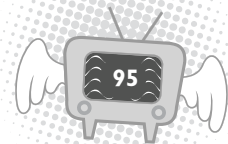
**María Guadalupe Hernández Luviano**, profesora y maestra en Tecnología Educativa por el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, ILCE, con un Diplomado en Producción Audiovisual por la Universidad Intercontinental, curso en Multimedia Educativa por la Universidad Iberoamericana y estudios de Doctorado en la Educación, Diagnóstico Medida y Evaluación en la Televisión Educativa, por la Universidad Complutense de Madrid, a través de la Universidad Anáhuac de México. Con experiencia como docente a nivel superior en el área de información docente, diseño de materiales educativos, componentes pedagógicos y comunicacionales, proyectos educativos y especialista en sistemas de educación a distancia. Con varias indicaciones entre estas varios escritos y entrevistas sobre el programa Enciclopedia, y autora y colaboradora del software Educativo en Múltiples Soportes.



**DIDACTICA Y MEDIOS EN ESPAÑA.*****Ponente / Enrique Martínez-Salanova***

Agradezco a la organización, a Irma especialmente y a Apantallados el estar acá, no sólo agradezco, sino que me emociona que este tipo de cosas se den, es un festival que merece mi mayor felicitación. Comentando lo que se dijo en la mesa anterior y en esta, Guadalupe expresó de forma inmejorable lo que yo hubiera dicho de didáctica y Susana dijo muchas cosas sobre la utilización de los medios, lo audiovisual y las nuevas tecnologías, que a veces no se utilizan. En broma digo yo, que en España, y también en Chile y en Argentina donde viví años y ahora aquí en México donde he pasado bastante tiempo, se dan dos situaciones con rango de ley no escrita: “1) si no hay ley no hago nada y 2) hecha la ley hecha la trampa”. Menciono estos parámetros y apelo a lo que hace “Apantallados” y otros como nosotros, el “Grupo Comunicar”, para hablar de él me ha invitado Irma que venga, aunque no voy hablar sólo de eso, de grupos sueltos, independientes, con ganas de trabajar, grupos que son los que de alguna manera les dan sentido a la didáctica y que lo hacen sobre un marco maravilloso para poder realizar actividades para educar en medios.

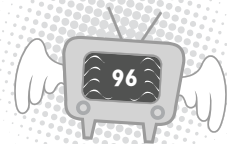
Quisiera hacer una referencia a aquello de Educar para los Medios, en los congresos que hemos tenido sobre ello, le hemos puesto todas las preposiciones imaginarias, a, ante, bajo, cabe, con, contra, de, desde, en, entre, hacia, hasta, para, por, según, sin, so, sobre, tras, sin olvidar el contra, porque hemos visto que ya sea una u otra todas las preposiciones caben en la educación para los medios o de los medios. En este momento no sé con cual me quedo, pero en pantalla he asignado la que se usa en este encuentro, Educación para los medios, aunque todas las demás también me parecen bastante factibles. Siento un cierto rubor cuando vengo a “enseñar algo” a un país



latinoamericano porque realmente, si aprendí algo en mi vida, todo lo bueno, sentimientos, intereses, expectativas, planteamiento educativos, y otras muchas cosas, fue en países americanos como Chile, o en la Argentina que viví muchos años, o en México, en los años setenta, cuando trabajaba en la tecnología de la educación, daba mis primeros pasos en la UNAM, momentos maravillosos que me hacen añorar, por ello mi pudor al venir y explicar cosas, me siento con la necesidad de devolver multiplicado lo que aquí aprendí. Pero, a lo que vamos, voy hablar de mi grupo, como aquel escritor que cuando va a un lugar nos habla de su vida.

Voy a comenzar con una anécdota, cuando en un congreso súper erudito de pedagogía, a mí y a mi esposa, al faltar las personas que iban a realizarlo, nos solicitaron que nos encargáramos de la guardería, con unos 30 niños y así lo hicimos. Con todas sus consecuencias. Cuando más denso y académico estaba el congreso, en una de las mesas de trabajo, entramos con los niños por tres lugares del salón, por delante, derecha e izquierda, y por atrás, todos nuestros niños con pancartas, pidiendo, exigiendo, solicitando respuestas a sus problemas educativos, de relación con sus padres, etc. Los académicos de la mesa quedaron sobresaltados pero, cuando los espectadores se fueron dando cuenta, todo finalizó en un aplauso cerrado, que obligó a los eruditos de la mesa a aplaudir, a relajarse y a sonreír. Aquel hecho y las reivindicaciones infantiles, sirvieron de referencia en todo el congreso. Hablamos del derecho de los niños a expresarse, como se ha visto en este encuentro “Apantallados”, tanto en el museo como en los talleres.

En el artículo 13 de la Convención de los derechos del niño, se afirma que el niño tendrá derecho a la libertad de expresión, que incluye libertad de buscar, recibir, hacer, etc., etc., simplemente coloco la imagen en la pantalla como referencia porque creo que hay muchos elementos a tener en cuenta, como las infracciones de los derechos huma-

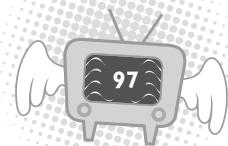




nos, o los mismos derechos que se van ajustando a medida que pasa el tiempo, enmarcados además en los objetivos del milenio, en los que se tiene en cuenta no solamente el derechos a la educación, sino también a una educación de calidad, para la que es necesario contar con la libertad de expresión, por supuesto, con las posibilidades que nos da el maravilloso siglo XXI de expresión en red, con la educación para los medios.

En la lectura de los medios nos planteamos estos cuatro niveles indispensables, el primero que es casi intuitivo, lectura rápida, del zapping. Nunca he entendido la obsesión que hace unos años se puso de moda por la lectura rápida, cuando la lectura rápida no es lo mejor, leemos el diario, pero no se puede leer los clásicos, en lectura rápida es imposible. Sin embargo leemos rápido todo, la televisión la vemos rápido, pasamos de uno a otro canal, en Internet se calcula que, como mucho, una persona puede estar unos 20 segundos delante de la misma página sin cambiar, y picoteamos todos y todo, picoteamos los espectadores, picoteamos los políticos, picoteamos los profesores, todo el mundo, los lectores, es decir vamos picoteando todo. Tenemos que llegar a una lectura de un nivel superior, mucho más comprensiva, una lectura que nos lleve a la investigación, no podemos dejar los medios nada más en la lectura y a veces es una de las grandes confusiones de los que nos dedicamos a esto, nos dedicamos a leer muy bien, a interpretar muy bien, pero no vemos lo que hay detrás de los medios, ni lo que hay delante o tras cualquier fotografía, libro, imagen o película. Tras cualquier producto humano hay muchísimas cosas que podemos sacar mediante la investigación, hasta llegar finalmente a la creación o la elaboración, hacer medios que es muy importante, sin hacer medios es imposible ni leer, ni comprender, ni hacer. En resumen, que la educación para los medios es mucho más que mirar, conocer y ejercer la capacidad crítica.

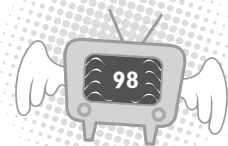
Los medios son múltiples y variados, no voy a entrar en temas pedagógicos y didácticos, pues lo ha expuesto muy bien mi antecesora en la mesa.



Los medios son múltiples y variados, e incluyen las nuevas tecnologías y las que están por venir. En el Grupo Comunicar empezamos trabajando con el diario, el diario es lo más barato, accesible a todos, no necesita electricidad, se puede hacer a mano, a máquina, en un panel de corcho, y también se puede hacer y divulgar en Internet. Sin recursos sofisticados, podemos hacer muchas cosas, un diario mural, cine con sombras chinas, etc. Las nuevas tecnologías nos aportan infinidad de posibilidades técnicas pero no deben barrer nuestra imaginación, ni debemos confundir educación para los medios con aprendizaje de programas informáticos.

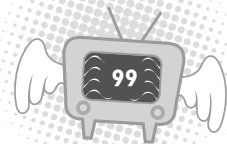
La educación para los medios necesita de participación ciudadana, no podemos hacerla solos. Las leyes ayudan pero no lo solucionan todo si no existen ciudadanos responsables que realicen los cambios. Además, en ocasiones, los gobiernos no tienen dinero o deseos políticos para incrementarlas. Quienes estamos en ello podemos asesorar técnicamente a gobiernos, sociedad, profesorado y familia, ya que las nuevas generaciones empujan, la gente mayor va quedando atrasada en todo. Si no nos atrasamos en contenidos, nos atrasamos en uso de los medios que nos da la ciencia, la tecnología, lo cual nos dificulta la relación con los que nos siguen, con nuestros hijos, a veces con nuestros alumnos y nos dificulta esa reflexión. Es necesaria igualmente la relación entre padres y profesores; muchas veces nos encontramos con familias que no pueden tener los medios que en la escuela a veces podemos tener. Hay que hacer lo que puede hacerse, con los medios de que se dispone, no es necesario siempre disponer de alta tecnología o los medios más costosos, podemos hacer menos cosas y más eficaces con los medios disponibles.

No debemos culpar siempre a los demás de lo que no se hace, los profesores generalmente echamos la culpa a los padres, los padres a los profesores, la administración a todos, todos a la administración pública y todos juntos le echamos la culpa a los medios, sobre todo a



la televisión o a quien se ponga por delante. He oído en conferencias que se culpa a Internet de todos los males, se habla de la facilidad de acceso a la pornografía, en vez de apelar a la responsabilidad de educar para los medios, todos tenemos obligaciones personales, hacer lo que cada uno deba hacer. En la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, entre Ginebra y Túnez (2003-2005), se propone con firmeza «la Sociedad de la Información debe estar centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida, sobre la base de los propósitos y principios de la Carta de las Naciones Unidas». Esa opción es un desafío mundial, que se reitera en todas las convenciones y planteamientos de naciones unidas, que no se toma en cuenta como se merece en los ámbitos en que nos movemos.

Se ha hablado muchísimo en la mesa anterior de televisión educativa, que también es responsabilidad de todos, y debemos diferenciar la televisión instructiva de la televisión educativa y de la televisión educadora. Voy a hacer énfasis especial en la última, afirmo personalmente que todas las televisoras deberían de ser educadoras, porque tan compromiso es mío personal, o mío como padre, o mío como profesor, o mío como comunicador, el que el mundo sea mejor dentro de unos años, como de las cadenas esas que tanto nos han disgustado o hecho disfrutar. Y esas cadenas, empresas con ánimo lucrativo, también tienen que tomar decisiones educativas de cara al futuro. Muchas veces confundimos lo educativo con enseñar cosas, documentales de animales, de elefantes o de hormigas, la televisión educadora es algo más, debe presentar modelos, abordar los derechos humanos, expresarse con libertad, por poner un ejemplo, presentar debates de interés tanto en contenidos como en método de diálogo, donde no se tengan que morder la yugular unos a otros, o se maten vivos

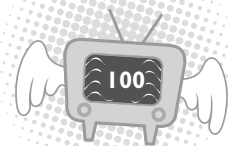


porque aumente la audiencia, en fin, presentar debates que sean más parecidos a lo que la sociedad hoy en día necesita.

El Grupo Comunicar es un grupo de profesores, periodistas, comunicadores, cineastas, voluntarios sin ánimos de lucro que nos organizamos hace ya veintitantos años para hacer todo esto que estoy afirmando. <http://www.grupocomunicar.com/>

Dentro de nuestras posibilidades como profesionales hemos ido procurando, primero, unificar lenguajes y objetivos, los periodistas y los profesores no nos entendemos muchas veces. Una periodista me hizo hace pocos días una entrevista por teléfono, y primero tuve que explicarle que el que yo hablara de comunicación a pesar de no ser periodista, era normal, que la comunicación es de todos y responsabilidad general. Tengo grandes dificultades de lenguaje también cuando programo cursos on-line, con los técnicos de programación, por la diversidad de lenguajes que empleamos. El Grupo Comunicar se plantea por eso, como uno de sus principales objetivos, unir fuerzas entre comunicadores de todos los tipos.

Nuestro segundo objetivo es exigir el derecho de la educación para los medios, propiciar la comunicación audiovisual. Basándonos en Paulo Freire, en McLuhan, en Kaplún y otros autores, hemos realizado miles de actividades de todo tipo, algunas muy significativas para el profesorado, otras directamente con los niños, con adolescentes, con universitarios, pero fundamentalmente nuestra tarea se ha dedicado a la formación del profesorado como elemento mediador, porque es el profesor quien después va a trasladar a niños, adolescentes o adultos. En todas las provincias de Andalucía (son 8), durante veinte años hemos organizado jornadas implicativas con profesores, con el mínimo de una jornada por año, más o menos 100 personas cada vez, sumamos muchos miles de profesores, en una gran tarea continuada año tras año. El Grupo Comunicar no es un grupo grande, somos unos 110, con una característica: que se está en el grupo mientras se trabaja en él.

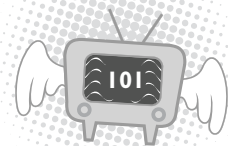


Hemos publicado mucho. Los murales, por ejemplo, para ayudar a los profesores a trabajar en el aula, Con actividades para los alumnos y una guía didáctica para el profesor, La revista Comunicar ha sido nuestra bandera y empezó hace 18 años, les enseño el último número, está extendida por todo el mundo, ya está considerada internacionalmente como revista científica, y se hace desde hace algún tiempo acompañada de un DVD en inglés, pues se difunde ya en Estados Unidos, toda América latina y en Europa. Casi inmediatamente ese hace en PDF y se cuelga en la red para uso de quien desee entrar en todos nuestros contenidos. Hemos publicado además, textos formativos, cerca de ochenta publicaciones en total, que también, poco a poco, se van colgando en la red, para que sean de uso común.

Hemos organizado varios congresos, regionales, nacionales e internacionales, uno de ellos en Querétaro, con la Secretaría de Educación Pública de México, y foros internacionales con expertos de educación y televisión. Uno de ellos con Televisión Española, televisión pública, que desde el primero de año ya no hace publicidad, y han subido notoriamente los índices de audiencia. El director de Radio y Televisión Española es además nombrado por el Parlamento, por lo que hay mayores de control democrático de contenidos

Hemos realizado también proyectos y campañas internacionales, la mayoría de ellas pueden verse en la red, una de ellas fue Valores Comunes, (fijarnos en lo que unos une, no en lo que nos separa) con Portugal, Bélgica e Italia, y está publicada en cinco idiomas. Fue un proyecto de solidaridad, pues Europa tiene el problema de la convivencia por la cantidad y variedad de nacionalidades y religiones que han entrado de golpe. El proyecto se construyó sobre la base de cinco relatos de solidaridad, transformados en cinco historietas, cómics, pensados especialmente para alumnos de secundaria, acompañados de una amplia Guía didáctica.

Otro proyecto europeo fue Glocal Youth sobre los medios de comu-



nicación y su influencia en los comportamientos de la Juventud, para lo que se contó con investigadores en África, América, Asia, Europa, también nos apoyaron México, Chile, Argentina, un proyecto también muy interesante, también en Internet, en varios idiomas. <http://www.glocalyouth.net/esp/>

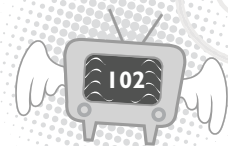
Otra experiencia de interés, con años de trabajo detrás pero que se acaba de colgar recientemente en la red, es Rostros de Mujer, sobre el tratamiento recibido por la mujer en el mundo de los medios, películas, spots publicitarios, y las posibilidades de transformación de visiones ya caducas. <http://www.rostrosdemujer.org/>

Quiero hacer mención también a la página que desde 2004, elaboro personalmente, Aula creativa/Cine y comunicación, que consta de varias secciones, aula creativas, cine y educación, metodología didáctica, la prensa en el aula, relatos, y otras. Entre todas reciben actualmente más de veinte mil visitas diarias. <http://www.uhu.es/cine.educacion/>

Quiero hacer una referencia final a este número de la revista Comunicar, un monográfico sobre “Políticas de educación en medios”, que financió la ONU, La UNESCO y la Alianza de las Civilizaciones, un texto básico que sirvió de base conceptual en el encuentro de Estambul, de la Alianza de las Civilizaciones. También quiero hacer referencia a que uno de los números de la revista “Audiencias y pantallas en América”, lo coordinó Guillermo Orozco, a quien todos conocen.

Dejo muchas cosas sin decir del Grupo Comunicar, tal vez la más importante, que hemos creado una red de expertos, colaboradores, amigos, de ámbito internacional con una amplia repercusión en América latina, en Portugal, un portugués coordina el próximo número de la revista, “Lenguajes filmicos y la memoria colectiva en Europa”.

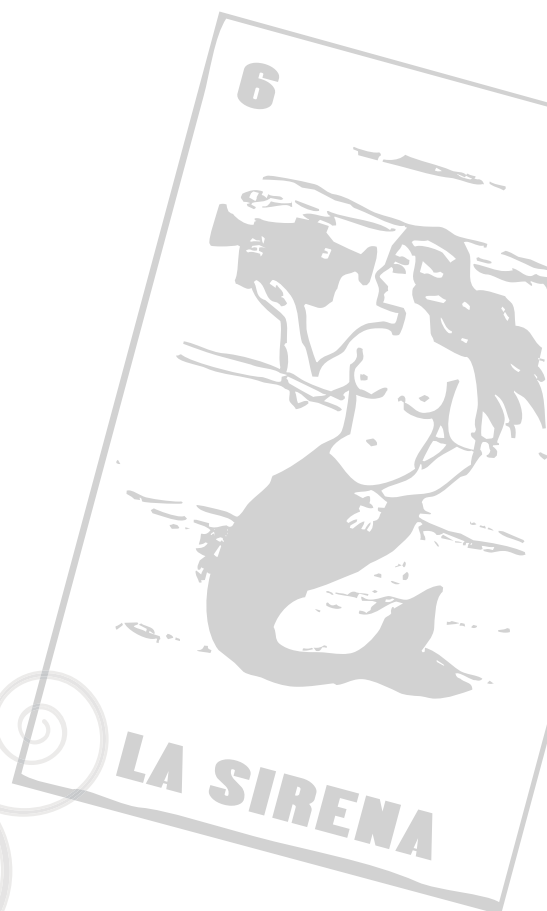
Finalizo con esta frase de Mario Benedetti, “Ya no somos inocentes ni en la mala ni en la buena, cada cual en su faena, porque en esto no hay suplentes con tu puedo y con mi quiero, vamos juntos compañero”. Vamos a trabajar juntos, porque es la única forma en la que hoy se puede hacer algo.



**CV**

## **Enrique Martínez-Salanova Sánchez, España.**

**Enrique Martínez-Salanova Sánchez**, España. Es Doctor en Antropología Social, Magister en Tecnología de la Educación y Diplomado como Profesor de Letras, Magister en Antropología de la Educación, Vicepresidente del Grupo Comunicar y editor adjunto de la revista Comunicar, revista científica de medios de comunicación y educación, miembro del equipo de expertos españoles sobre educación en medios de comunicación, escritor guionista de cine y televisión, licitador y dibujante, ha publicado más de treinta libros, entre ellos: Aprender con el cine, Aprender de Películas, Historietas de la comunicación, y De la visión al zapping.



## LAS RADIOS ESCOLARES EN ARGENTINA

*Ponente / Judith Gerbaldo*

Radio FM Sur lleva más de 12 años dando pasos en la construcción de una estrategia juvenil que les permita atender a un sector de la población de la ciudad de Córdoba – Argentina- en situación de vulnerabilidad. En este caminar ha ido desarrollando una serie de acciones: Las radios escolares, el programa de radio “La Esquina”, la Expo Joven, la propuesta del Radioferoz! Y otras múltiples iniciativas que apuntan a encontrar puntos de contactos entre el universo infantil y juvenil, con los imaginarios de los otros sectores sociales.

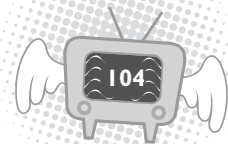
Una de las preocupaciones de la mayoría de nuestros proyectos comunicacionales es su propuesta adulta; los sondeos de audiencia indican con claridad: “nos escuchan hombres y mujeres entre 30 y 50 años”. Pocas veces nos atrevemos a convocar a los jóvenes porque probablemente fracasemos. Sin embargo, nuestra experiencia en Radio Sur 90.1 FM en el trabajo con niñas, niños y jóvenes nos permitió descubrir ciertas claves que ojalá animen a muchos a aventurarse en esto que es impostergable: el trabajo con jóvenes.

### I. EL ESCENARIO

En el caso de nuestra experiencia nos interesa especialmente la situación de los jóvenes en Córdoba - Argentina y tener un marco de CECOPAL la institución de la que FM Sur es parte.

#### Los jóvenes

Por primera vez en la historia de la humanidad, la población de menos de veinticinco años alcanza a tres mil millones de personas, poco menos que la mitad del mundo.



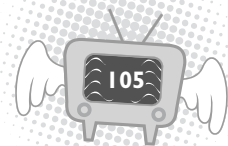


En Argentina alcanzan al 47% del total de sus habitantes y “según datos de la Encuesta Permanente de Hogares II Semestre 2005, en los 28 aglomerados urbanos que cubre la muestra, hasta los 22 años de edad, el 33,8% son pobres, dato que asciende al 49,5% en el tramo de 0 a 13 años y a 41,9% en el de 14 a 22. Lo más llamativo de los datos es que, aunque su peso demográfico sea alto, constituyen una auténtica mayoría silenciosa.”<sup>1</sup> Según datos oficiales hay 1,4 millones de jóvenes de entre 15 y 29 años que no estudia ni trabaja<sup>2</sup>. Pero para ellos no hay políticas estatales que contemplen sus necesidades. Es en su grupo etáreo que se registran elevados índices de deserción escolar, según el Diario La Voz del Interior, en la provincia, de Córdoba, 46.625 jóvenes de entre 13 a 17 años no asiste a establecimiento educacional alguno. Situación que se revirtió recientemente, a partir de medidas gubernamentales como la Asignación Universal por hijo. Utilizando índices de precios alternativos al del INDEC, los analistas estiman que el porcentaje de argentinos indigentes descendió aproximadamente un 50%, pasando del 6,6 al 3,5 por ciento. Si se considera sólo a los menores de 18 años, el impacto es mucho más considerable. El porcentaje de menores indigentes se redujo en casi el 60%, pasando del 12,3 al 5,5 por ciento. El impacto en los niveles de pobreza es menor, pero no por eso menos importante. El porcentaje de personas pobres habría pasado del 24 al 20%, y los menores pobres, del 37 al 32 por ciento.

Desde la perspectiva de la equidad distributiva, los resultados de la aplicación de la asignación son también alentadores. La brecha entre el 10% de la población que más gana y el 10% de menores ingresos se reduciría en algo más de un 20%, pasando de 23,5 veces a cerca de 18. Además, el mayor impacto se produce en las zonas más pobres del país donde se concentran los más altos niveles de chicos pobres.

<sup>1</sup> María del Carmen Feijoo - Socióloga, Oficial de enlace del Fondo de Población de Naciones Unidas en Argentina.

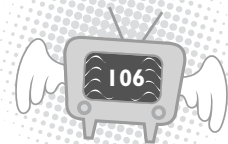
<sup>2</sup> Suplemento Cash, Diario Página 12, 29/09/04.



Los jóvenes son las primeras víctimas de la crisis del mercado laboral, ellos son los más afectados por el desempleo y la precariedad laboral. Los menores de 25 años de ambos sexos y los hombres mayores de 45 son los más afectados por la desocupación en la ciudad de Córdoba, La exclusión social se vincula con la precarización del empleo y con la fragilización de los vínculos sociales, remite a identidades sociales en crisis, los jóvenes pobres son los más afectados por este conjunto de fenómenos críticos. Según el doctor Agustín Salvia, investigador del Conicet y director del Programa Cambio Estructural y Desigualdad Social del Instituto de Investigaciones Gino Germani, lo que está ocurriendo es que hay discriminación por parte de la demanda, los empleadores discriminan no sólo por las credenciales educativas, sino también por el color de la piel, la vestimenta, el modo de hablar, los antecedentes, los contactos, quiénes recomiendan. Además, ocurre que los jóvenes no tienen los mecanismos de acceso al mercado de trabajo, no conocen la información que los vincula al mercado, no tienen experiencia y sufren la discriminación de la falta de experiencia laboral por parte de los empleadores.

En Córdoba, una de las políticas implementadas en materia de seguridad para la población por el gobierno provincial fue la creación del CAP – Comando de Acción Preventiva -, fuerza policial especial destinada teóricamente a la prevención y disminución del delito. Lejos de alcanzar algún resultado en esos objetivos, la fuerza policial se mostró muy eficaz a la hora de reprimir a los jóvenes, particularmente a los de sectores populares. Estas estrategias de represión refuerzan el distorsionado imaginario de una parte de la sociedad para quienes el estereotipo del delincuente responde a la caracterización: pobre, joven, morocho, de modesto origen social, habitantes de barrios pobres y villas de emergencia.

Frente a esta realidad que parece que los empuja al fracaso, hay muchos jóvenes que buscan espacios para desarrollar sus capacidades,



expresar sus necesidades y potencialidades.

### **Los Jóvenes de Villa El Libertador**

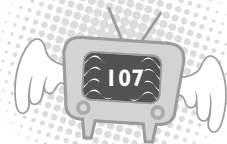
La zona sur y, más concretamente, barrio Villa El Libertador es un lugar muy particular por sus características geográficas (es casi una ciudad dentro de la ciudad”) y allí es donde Radio FM SUR 90.1 realiza su trabajo.

En los barrios Villa El Libertador, Estación Flores y Parque Liceo III sección donde Cecopal y Radio Sur vienen desarrollando sus intervenciones, los y las jóvenes no están ajenos a la realidad de exclusión que viven los jóvenes en Argentina. Padecen una doble exclusión como pobres y como jóvenes, lo que los hace aún más vulnerables. Tienen entre 14 y 23 años, muy pocos han concluido sus estudios secundarios y algunos tampoco la primaria, no tienen trabajo estable, realizan trabajos esporádicos. Los jóvenes de estas zonas en su mayoría, viven en una situación de exclusión social, política, cultural y comparten el rasgo general de subordinación de las poblaciones de los sectores populares de la ciudad de Córdoba.

Según el Informe del Equipo de Salud Familiar dependiente del Ministerio de Salud de la provincia, referido a Barrio Villa El Libertador, sobre la población total del barrio, el grupo etáreo de 10 a 29 años representa el 38,4%. El 88 % de los jóvenes entre 14 a 24 años no posee cobertura de salud. De los jóvenes entre 20 a 24 años, solo trabaja el 30,8 %.

Sobre un total de 700 casos relevados, el 93,5 % tienen necesidades básicas insatisfechas (NBI), en cuanto a condiciones de hacinamiento alcanza al 33%.

Sus familias viven en condiciones sociales y económicas críticas; hacinamiento, violencia familiar, ausencia del padre o madre por des-



encuentros, conflictos o tareas de supervivencia. Gran parte de ellas, no están en condiciones de proveer las necesidades básicas, mucho menos de alcanzar algunas de las expectativas creadas la televisión y la publicidad.

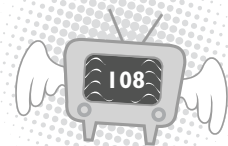
Las familias cuentan con ingresos provenientes de trabajos eventuales, en su mayoría son beneficiarios de la asistencia social directa del Estado Nacional a través del “Plan Jefes y Jefas de familia”, fruto de su condición de desocupados. Se ha constituido en una constante la necesidad de satisfacer sus necesidades de alimentación a través de comedores comunitarios, escolares, bolsones, viandas nocturnas, etc.

El Estado como proveedor de programas de promoción y sociabilidad (laborales, culturales, etc.) no llega casi nunca de modo efectivo a los jóvenes de estos sectores.

Estas falencias se suplen en la práctica con la existencia de pequeños grupos o “barras”, agrupamientos cuya territorialidad es el barrio, cuyo objetivo es matar el tiempo, gastar bromas, hablar de sus ídolos deportivos, musicales, divertirse ( particularmente en los bailes populares de fin de semana), consumir drogas o bebidas alcohólicas, eventualmente jugar al fútbol, cometer pequeños robos, etc.

Hay en estos grupos un reconocimiento en “otros” similares o pares, por los gustos musicales, estilos de relación con el otro sexo, odios, sueños, frustraciones. De todos modos se construye “identidad propia”. Las metas de estos jóvenes son siempre para el corto plazo, no se vislumbran salidas a futuro.

En este contexto desfavorable y adverso, sin embargo, se advierte en los jóvenes aidez por participar en actividades formativas y recreativas, la necesidad de ser escuchados, contenidos y sobre todo se ve en ellos, una enorme potencialidad para dar y recibir afecto y para hacer lugar a sus potencialidades transformadoras”.



## El marco institucional

El Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal es una Organización No Gubernamental situada en la Ciudad de Córdoba, Argentina. Fundada en el año 1986, aunque inició sus actividades dos años antes. Cuando nace, Argentina estaba tratando de emerger de la sangrienta dictadura militar que la había sumido en una sociedad donde imperaba el miedo y el temor. Por ello, desde el inicio se propuso trabajar fundamentalmente con los sectores urbano-marginales de la ciudad capacitando, promocionando y asesorando, con la finalidad de articular el tejido social cordobés.

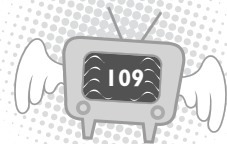
CECOPAL, cree que en la autonomía y vitalidad de organizaciones de base y movimientos sociales, descansan aspectos sustanciales de estrategias mayores que conciben democracia e igualdad como construcciones permanentes a realizar en todos los espacios y niveles de la sociedad.

Apuesta al vínculo entre experiencias populares organizadas que encuentren:

- En su unión, fuerzas para desplazar hacia la sociedad civil capacidades y posibilidades de decidir
- En su diversidad, sedimentos de pluralismo.
- En su protagonismo público, prácticas de ciudadanía social y anticipo de una sociedad cada vez más democrática, plural e igualitaria.

CECOPAL realiza su Misión a través distintas líneas de acción: Comunicación, Derecho Alternativo, Género y Jóvenes.

El Departamento de Comunicación se propone desarrollar los objetivos institucionales en el escenario de la comunicación y busca incidir en la opinión pública cordobesa. Lo hace a través del ejercicio de la comunicación y el periodismo y la capacitación. Sus principales



proyectos y estrategias son: Radio Sur 90.1 FM y la Revista Desafíos Urbanos, entre otros recursos y actividades de comunicación.

### **El trabajo con jóvenes en situación de vulnerabilidad**

Nos situaremos en el marco general de Radio Sur 90.1 FM para después dedicar espacio exclusivo al trabajo de esta emisora con los jóvenes, que es lo que nos interesa recuperar en esta ponencia, sin perder de vista que entre Radio Sur y CECOPAL hay un trabajo articulado permanente.

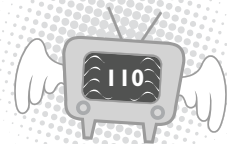
Radio Sur, es parte de la estructura de CECOPAL, tiene una organización dinámica, con capacidad de autogestión y cierto grado de autonomía. Tanto así que la radio es dirigida por un director elegido por Cecopal acompañado en su gestión por una Dirección Colegiada integrada por vecinos y vecinas mayoritariamente de la zona sur.

Radio Sur, logró ser el referente local más importante en Villa El Libertador y la zona Sur de la Ciudad de Córdoba. Hoy es la más escuchada, el relacionamientos con nuestros interlocutores y con otros actores sociales nos permite pensar que tenemos una importante sintonía.

Esta “radio busca dar cuenta de un espectro amplio de percepciones del mundo de lo popular desde una programación integral donde estén presentes, los gustos, los sentimientos, las demandas por una vida digna y la vida cotidiana<sup>3</sup>” Sur dedica importantes esfuerzos a la producción periodística, para ello cuenta con un equipo de prensa propio y un equipo de corresponsales populares en los distintos barrios y localidades de la Zona Sur.

---

<sup>3</sup>“Con la misma Convicción del principio” – Revista Desafíos N° 53 – Página 27.



Una estrategia central para Sur 90.1 es **la formación** de todos aquellos que de una u otra manera son parte de su proyecto: sus integrantes, las organizaciones sociales, de las escuelas, de niños y niñas, de jóvenes. **Es a través de la formación que concibe la posibilidad del fortalecimiento y la multiplicación de las voces y los modos de participación. Es desde la formación que buscan reforzar la capacidad argumentativa de la audiencia, su criticidad. Radio Sur promueve ciudadanía, inclusión social, pero también la capacidad de indignación y la solidaridad.**

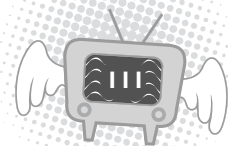
La programación forma e informa pero también entretiene; denuncia pero como dice M. C. Mata, **confrontando lo que se propone desde el poder con lo que ocurre en vida cotidiana**; por ello acompaña a las organizaciones sociales en sus reivindicaciones pero desde la cotidianidad de los cientos de hombres y mujeres que reclaman un espacio que les permita el ejercicio de construir su propia ciudadanía.

### **Cómo nace el trabajo con jóvenes**

Para los jóvenes de la Zona Sur de Córdoba no hay políticas estatales efectivas que den respuesta a sus necesidades alimentarias, educativas, sanitarias y productivas y les permitan formular su proyecto de vida. No existen servicios de salud específicos que los contengan, el aumento de embarazos no planificados en las adolescentes es un dato contundente. Las dificultades para el ejercicio de la ciudadanía en los jóvenes de sectores populares no solamente se plantean respecto a las condiciones socio - económicas de la pobreza, sino además a las particularidades ligadas al género y la condición étnica<sup>4</sup>.

*“Y son años de ir buscando, yo creo que uno de los temas era saber que no nos podíamos quedar haciendo una radio para viejos, nosotros en la radio sentíamos que si no empezábamos a profundizar los lazos con las orga-*

<sup>4</sup> Web: [www.cecopal.org.ar](http://www.cecopal.org.ar)



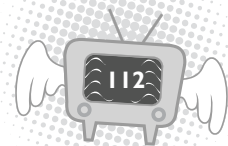
*nizaciones pero también con la gente que no está dentro de las organizaciones, que teníamos que hablarles a los convencidos y a los no convencidos, a los jóvenes....Nosotros teníamos esta intuición, trabajar no solo con los convencidos, y empezamos a probar, un poco fue probar, probar”*

Y probando fue como nació La Expo Joven y los primeros espacios participativos en Radio Sur, antecedentes importantes en el trabajo con jóvenes en situación de vulnerabilidad de la institución. Así y poco a poco se fue perfilando la necesidad de constituir el trabajo con jóvenes en una línea institucional.

Territorialmente el trabajo se inició en Villa El Libertador y luego las acciones se extendieron a Parque Liceo III Sección y Estación Flores, barrios en situación de exclusión social, política y cultural. Hoy el trabajo realizado ha permitido que en esos tres barrios de la ciudad con población mayoritariamente en situación de exclusión, **funcionen grupos de jóvenes** con distintos grados de consolidación: El Centro Cultural Comunitario de Villa el Libertador, lugar en donde funciona también la Radio FM Sur, la Casita Comunitaria de B° Parque Liceo y la Casita Comunitaria de B° Estación Flores. En estos espacios donde se reúnen más de 100 jóvenes se realizan **distintas actividades de formación, capacitación, promoción y comunicación.**

### Los enfoques metodológicos del trabajo con jóvenes

Entendemos **la formación de los jóvenes como un proceso continuo** donde se pretende, **desde las propias vivencias**, ideas y conceptualizaciones de los sujetos, **lograr la comprensión y apropiación de los derechos**, el desarrollo de las habilidades para su ejercicio y la capacidad para definir y luchar por escenarios más beneficiosos.



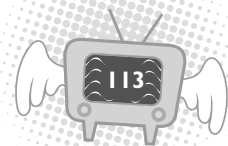


Sus estrategias de formación **se enmarcan en una pedagogía de educación popular**, como proceso de reflexión, ruptura de modelos impuestos que genera la posibilidad en los jóvenes de inserción autónoma en la sociedad. Una educación ciudadana que valore y propicie una articulación social con justicia y equidad, muy especialmente en el acceso a los derechos y en el campo de las relaciones de género.

CECOPAL – RADIO SUR trabaja con los jóvenes **desde sus potencialidades más que de las carencias**, ponen en el acento en los factores protectores y saludables: que las y los jóvenes se capaciten en salud sexual y reproductiva, prevención de VIH – SIDA, derechos de niñas, niños y jóvenes. De tal forma que luego puedan replicar a sus pares sugerencias preventivas en espacios de taller coordinados por ellos mismos. Se busca facilitar espacios para que los jóvenes puedan desarrollar capacidades transformadoras, que aprendan a reconocer sus derechos, reflexionar acerca de su proyecto de vida. En síntesis, se trabaja para ello **con enfoque de derechos pero desde sus subjetividades y sentidos propios**. En Barrio Parque Liceo durante el año 2003 se realizaron Talleres de Murga que dieron como resultado la constitución de una Murga juvenil “La Dormilona” y en Barrio Estación Flores, en el 2004 nació la murga “La Atrapasueños”, experiencias que significaron una actividad recreativa pero también formativa, expresiva y socializadora

Es fundamental trabajar **desde el protagonismo de los propios jóvenes**, se busca que se involucren como protagonistas activos de la acción a desarrollar; son ellos los que elaboran los clips y mensajes radiofónicos y la producción de programas en Radio Sur y participan en la construcción de cartillas, volantes, etc, esto motiva la participación activa de los y las jóvenes.

Las actividades realizadas en temáticas como salud sexual y reproductiva, prevención del VIH-SIDA y enfermedades de transmisión

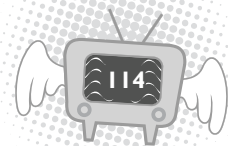


sexual, adicciones, violencia, derechos de los jóvenes entre otras, son **transversalizadas** con propuestas y actividades formativas y comunicativas, lográndose un **abordaje multi – estratégico** de acciones combinadas: trabajo presencial de formación y utilización del medio para la construcción de sentidos comunicativos.

Las actividades se desarrollan **promoviendo y buscando la concurrencia con otros proyectos sociales – comunicacionales** y/o en articulación con instituciones y organizaciones de la comunidad. RADIO SUR, **sale a la comunidad** y es **generando alianzas y provocando compromisos** que desarrolla las distintas actividades que se proponen en esta línea. La coordinación y **articulación con otras instituciones** les ha permitido realizar un trabajo en RED, con escuelas, con otras organizaciones de base, centros de salud, etc. La Comisión Provincial de Sida y otras ONG´s. Esta forma de trabajo genera muchas veces la realización de actividades masivas, conjuntas y la posibilidad de trabajar futuros proyectos asegurándose así la sostenibilidad tanto social como económica de muchas de sus acciones.

Las actividades son acompañadas por importantes **acciones de comunicación** que ayudan a la difusión pública de las mismas, varias de las cuales son desarrolladas **en los distintos medios de comunicación (diarios, TV, boletines digitales, otras radios comunitarias)** con un impacto muy interesante y logrando poner en el espacio público un discurso propositivo y positivo de los jóvenes.

Estamos convencidos que el acceso de los jóvenes de sectores populares a conocimientos y destrezas, constituyen un paso imprescindible para aportar al mejoramiento de sus condiciones de vida y al fortalecimiento de las instituciones democráticas, profundizándolas, haciéndolas más justas a través de una efectiva participación cultural, social y política de niñas, niños y jóvenes.



Los **objetivos<sup>5</sup>** de la línea jóvenes de **RADIO SUR** son:

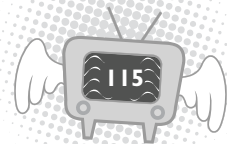
- Propiciar la conformación de grupos y/o organizaciones juveniles autónomas y su articulación con otras.
- Visibilizar las prácticas y discursos construidos por adolescentes y jóvenes populares en torno a su situación, necesidades, derechos y propuestas.
- Acompañar a los jóvenes en distintas actividades de formación, promoción y capacitación en habilidades para la vida, conductas saludables, ciudadanía y desde el 2005 de modo incipiente, capacitación para el trabajo y la inserción laboral.
- Alentar la implementación de Políticas Públicas destinadas a adolescentes y jóvenes más vulnerables.

### **Principales actividades con los y las jóvenes**

- Formación de promotores y multiplicadores para la prevención de Enfermedades de Transmisión Sexual y VIH Sida, Adicciones, Proyecto de Vida, Género, Derechos Sexuales y reproductivos, Discriminación, Seguridad y Represión Policial.
- Producción y puesta al aire semanalmente de un programa radial de dos horas de duración en Radio Sur, denominado “La Esquina”, cuyo eje son los jóvenes y el proyecto de vida.
- Producción de materiales radiofónicos y gráficos de sensibilización y capacitación para su utilización como disparadores en espacios grupales y como recurso para un abordaje multi–estratégico con grupos de niñas, niños y jóvenes.
- Talleres de murga, fotografía y video (u otras expresiones artísticas) como espacio de contención, expresión, socialización y desarrollo de capacidades educativas, expresivas, culturales.
- Selección, capacitación en habilidades socio – laborales,

---

<sup>5</sup> “Radio Feroz” – Judith Gerbaldo – Pág. 19



acompañamiento y seguimiento a pasantías laborales.

- Asesoría y orientación en formulación de emprendimientos socio – productivos.
- Actividades Masivas: Radios abiertas, campañas de difusión, articulación con otras organizaciones en fechas especiales (Día de la Primavera, Día a de la Mujer, etc.)
- Elaboración de la Expo Joven Sur que combina una serie de actividades y es coordinado por los jóvenes y promovido por FM Sur y el CECOPAL .

Desde el año 2006 se está desarrollando un proyecto cuyo objetivos principal es el de promover oportunidades de capacitación e integración laboral para jóvenes en situación de vulnerabilidad social de barrios populares. En función de ello se llevan a cabo actividades de capacitación en oficios, nuevas tecnologías, competencias socio – laborales y apoyo educativo coordinado por docentes especializados<sup>6</sup>.

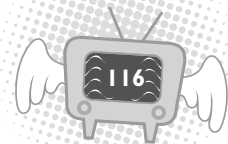
### **Estrategias comunicacionales con chicos y chicas de 11 a 15 años**

- Radioferoz! Taller Permanente de Radio para chicas y chicos de 11 a 15 años.
- Formación, asesoramiento de niñas, niños y docentes de establecimientos educativos para el lanzamiento de sus respectivas radios escolares.
- Producción de Materiales Radiofónicos y Gráficos de formación: Spots, Microprogramas y Cartillas Educativas

### **El caso de las Radios Escolares.**

Rosa María Alfaro dice que “la ciudadanía se funda desde el nacimiento. Las personas se van construyendo como tales en relación con el

<sup>6</sup> Revista Desafíos – N° 53 – Pág. 53



mundo privado durante los primeros años, para luego ir definiéndose en lo público, en la escuela<sup>7</sup>.” Y son las escuelas, en la mayoría de nuestros países, espacios alejados de los procesos de construcción democrática.

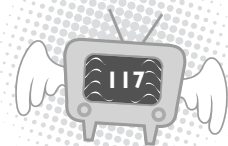
La comunicación en la escuela es un componente indispensable para la construcción de ciudadanía. Por ello, pensar en un proyecto de comunicación en la escuela, con el modelo relacional de la comunicación (donde la comunicación es la relación que se construye entre el YO, el TU con quien se dialoga y la construcción del NOSOTROS que va gestándose entre los interlocutores en una lógica comunicativa incluyente) supone generar espacios para que los niños y jóvenes sean protagonistas del diálogo, sabiendo también escuchar.

Una experiencia estrechamente ligada con esta propuesta es la Radio Escolar. Colombia, es el país donde aparecen y han tenido mayor desarrollo. Radio Sur lleva más de doce años promoviendo Radios en las escuelas de Córdoba, como una estrategia pedagógica que parte de un modelo de comunicación cuyo énfasis está centrado en la construcción social de la realidad, “tienen en cuenta las experiencias y saberes de sus interlocutores, y no pretende ser eficaz en la provocación de ciertos efectos, sino que privilegia la producción de sentido<sup>8</sup>”. Para CECOPAL – RADIO SUR la **Radio Escolar es un emprendimiento colectivo que tiene como protagonistas a niñas y niños de la escuela, a docentes, también al personal administrativo, a quienes realizan tareas de maestranza, ya todas las familias de los miembros de la escuela (comunidad educativa).**

En la actualidad se encuentran funcionando una decena de radios escolares acompañadas desde su nacimiento por Radio Sur, se han capacitado más de 600 niñas, niños y docentes de doce (15) estab-

<sup>7</sup> “Otra Brújula, Innovaciones en Comunicación y Desarrollo” – Rosa María Alfaro – Calandria – 2006 – Pág. 255.

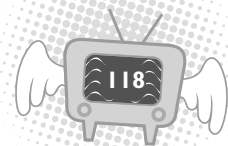
<sup>8</sup> “Radio Feroz” Judith Gerbaldo - Pág. 14.



lecimientos educativos que despliegan sus alas por el aire, con voces infantiles y juveniles empoderadas. Al inicio el proyecto fue financiado por una Fundación Local, que permitió implementar de una manera sistemática una propuesta de formación. Luego con otros financiamientos pudo desarrollar una Red de Radios Escolares.

La experiencia se viene desarrollando en comunidades muy vulnerables, ubicadas en zonas denominadas urbano – marginales. El contexto en el que los chicos se desenvuelven es el de familias castigadas por la pobreza y el desempleo, en lucha continua por la sobrevivencia, junto a la falta de estímulos propicios para el aprendizaje y el desarrollo de aptitudes y potencialidades. En tal sentido, los resultados logrados, son muy alentadores. Las prácticas desarrolladas en los talleres de radio, la evaluación del rendimiento escolar y del impacto del proyecto en las comunidades de referencia, realizado conjuntamente con los docentes y padres involucrados, indica que los chicos han fortalecido su dicción, su expresión oral, la lectura de textos y han perfeccionado la expresión escrita a través de la realización de guiones. Es notable como han elevado su autoestima y han encontrado en la radio un espacio para comunicar sus intereses, gustos y opiniones, aprendieron a dialogar y a escuchar. Desarrollaron por lo tanto capacidades, actitudes y aptitudes para el ejercicio de su ciudadanía. Y lo que resulta más significativo aún, se han formado en la mirada crítica hacia los medios.

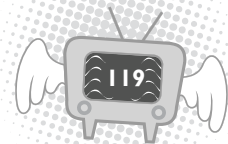
Manuel Vargas, evaluador externo de la experiencia de Radios Escolares de RADIO SUR señalaba: ***“otro de los aportes que se han logrado con esta experiencia de las radios escolares, tiene relación con estimular el hecho de que los aprendizajes adquieran y se constituyan en socialmente significativos especialmente para los niños involucrados en la experiencia. Hay que recordar que una de las más importantes debilidades del sistema educativo en América Latina justamente está vinculado con la preocupación creciente acerca de ¿qué enseñar?; porque justamente los apre-***



***ndizajes que se adquieren en la escuela tiene socialmente poca relevancia, escasa significación social y por ende bajo interés para los estudiantes. No hay que perder de vista – cuestión que está reafirmada en este proyecto - que una de las maneras de definir a la educación pasa por estar en permanente actitud por “despertar el potencial creativo de los niños”.***

### **Características de la Radio Escolar**

- Despierta el potencial creativo de los niños jóvenes. La realización de sus propios productos comunicativos genera procesos de construcción colectiva pero desde las experiencias individuales de los participantes. Rompe con la rigidez del sistema escolar y permite generar espacios de libertad creadora.
- Potencia el valor de la palabra y del diálogo.
- Se construye desde lo lúdico. Los niños y jóvenes reflexionan, investigan, aprenden desde el entretenimiento, la diversión. Incorporan a sus producciones el humor, la música, los juegos.
- Se produce y transmite información del interés de los participantes y de la comunidad escolar.
- Estimula la escucha reflexiva y crítica de los medios de comunicación masiva.
- Contribuye al desarrollo de la expresión verbal - la dicción y vocalización.
- Es una construcción participativa y colectiva
- Despierta el espíritu por la investigación: los jóvenes o niños deben averiguar cuándo, dónde y cómo ocurren las cosas y cómo les afecta a ellos. Investigan acerca de su entorno.
- A través de las producciones es posible reflejar los sucesos del barrio.



Las modalidades de Radio Escolar en la comunidad varían de acuerdo a las posibilidades de cada escuela, y estas pueden ser:

- Una Radio escolar en el establecimiento educativo
- Un programa de Radio en una emisora comunitaria
- Una propaladora para fiestas.
- Un radio debate con un tema polémico.

### **Radioferoz!**

Es el nombre que Radio Sur le ha dado a su propuesta metodológica para la capacitación en producción radiofónica de chicos y chicas.

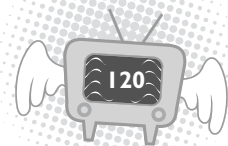
Radio Feroz es también el Taller Permanente de Radio para Jóvenes que desarrolla Sur 90.1 FM. Se trata de un espacio que permite a través de la capacitación en producción radiofónica, el intercambio y encuentro entre chic@s de las populosas barriadas del sur de la ciudad de Córdoba.

Sus producciones, dice Judith Gerbaldo, le ponen color a la programación de la emisora. En ese espacio ellos narran sus historias, su cotidianidad, muchas veces dura, en otros momentos comparten sus alegrías y sueños.

Este taller es de carácter itinerante, aunque durante muchos años funcionó en la sede de la propia emisora

El desarrollo de la propuesta del taller Itinerante Radio Feroz, fortalece la sostenibilidad social de la emisora, pues aumenta su capacidad de articulación con otras organizaciones sociales.

**a. RADIO SUR, es referente en el trabajo educativo y comunicativo con jóvenes**





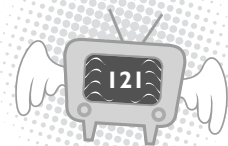
En Córdoba, Radio Sur lleva 21 años de labor sería que le ha permitido ser un referente para la sociedad civil. Su trabajo con jóvenes también es de reconocimiento público. Tratando de resumir sus principales resultados en torno a esta línea de trabajo diríamos que se ha logrado:

- Gran capacidad de convocatoria y compromiso juvenil. Más de 100 chicos que participan en las distintas áreas de la institución. Un promedio 700 chicos y chicas en cada Expo Joven, etc.
- Articulación con más de 10 organizaciones que trabajan temas de jóvenes. CECOPAL \_ RADIO SUR es parte de una mesa del foro por los derechos de la infancia y la juventud.

**b. Una práctica comunicativa que “no sale a la calle, sino que se instala en la comunidad”.**

Decimos que la consigna es “sacar la radio a la calle” , programas en las plazas, mercados, escuelas, en todos los espacios de encuentro posible, pero eso dejó de ser suficiente, e incluso se ha vaciado tanto de sentido que en algunos lugares significa hacer lo mismo que los que usan el recurso como un instrumento de mercadeo.

Radio Sur “no salen a la calle” , radio Sur 90.1 “sale a la comunidad y se ha instalado en ella” , eso cambia el sentido mismo de la estrategia, es más deja de ser una estrategia y se convierte en la razón de ser. Nuestros proyectos promueven comunicación, son comunicación, y salir a la comunidad en actitud de diálogo y escucha lo saca de la acción instrumentalista de “poner los micrófonos” y lo coloca en un proceso de comunicación con el OTRO. La Expo Joven, La Esquina, el Taller de Radio Feroz



y las Radios Escolares son expresión de “ese instalarse en la comunidad para dialogar y escuchar”.

Estos procesos comunicativos no sólo son espacios de conversación sino también de articulación comunicativa entre los jóvenes, la escuela, la comunidad educativa, autoridades y otras organizaciones no gubernamentales.

Radio Sur ha conseguido “anclar los proyectos sociales y educativos que realizan en prácticas comunicativas” que no necesariamente pasan por el instrumento radio sino que se expresan en distintas prácticas.

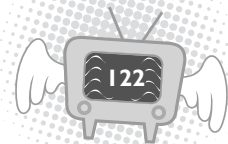
### **c. Una experiencia sistematizada**

Radio Feroz es la metodología que le permite a SUR y CECO-PAL socializar una modalidad de intervención en el trabajo con niñas y niños, desde la capacitación en comunicación y radio, y la vinculación interactiva con los medios, particularmente la radio.

Ha habido un esfuerzo por recuperar los aprendizajes de las prácticas desarrolladas, en este sentido la publicación “Radioferoz! Manual de Radio participativa con niñas, niños y jóvenes” posee la intención de socializar una mirada sobre la comunicación y los modos de construcción de una emisora comunitaria - que encuentra en la relación comunicación – educación los soportes conceptuales para desarrollar una experiencia significativa en el trabajo con estos grupos etéreos, junto al desarrollo de una metodología de trabajo específica en contextos de desigualdad y alta vulnerabilidad.

---

<sup>9</sup> Judith Gerbaldo – Entrevista Trabajo campo Sistematización.



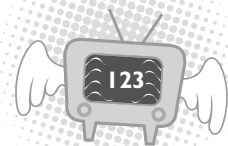
**d. Con incidencia en políticas públicas:**

Desde la perspectiva de los derechos, la emisora articula acciones con colectivos ciudadanos que luchan por los derechos de niñas, niños y jóvenes.

Desde la perspectiva del derecho a la comunicación, desde la emisora se ha impulsado el reconocimiento del protagonismo infantil y juvenil en la gestión de medios. Lo ha hecho en distintos espacios y foros. Como asimismo, en el marco de la Coalición por una Radiodifusión Democrática y la lucha por una nueva ley de medios de la democracia. La Ley 26.522

Como dato, se realizaron aportes relativos al **ARTICULO 17 referidos a la conformación del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, que establece:** “Asegurar una integración plural y multisectorial de Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia, estableciendo vínculos con las áreas de Educación y Ciencia y Tecnología a fin de promover el aprendizaje crítico de las nuevas tecnologías de la comunicación”

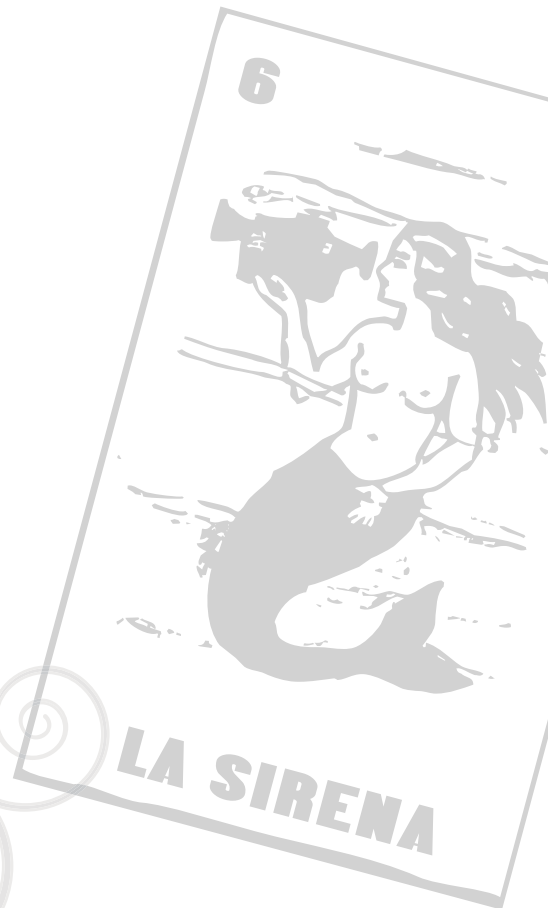
Y entre otros aportes, respecto del **Art 68** referido a la **Protección de la Niñez y contenidos dedicados**, referidos específicamente al uso de un lenguaje inclusivo, que evite discriminaciones y que responda al paradigma de derechos plasmado en la ley de protección integral, establecidos por la normativa vigente en nuestro país.



**CV**

## **Judith Gerbaldo, Argentina.**

**Judith Gerbaldo**, Maestranza en la Maestría Comunicación y Cultura Contemporánea, Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Integra el equipo profesional del área de comunicación de CECO-PAL Centro de Comunicación Popular de Asesoramiento Legal, responsable de formación y relaciones institucionales de Radio Sur 90.1 FM, emisora comunitaria de la ciudad de la zona Sur de Córdoba, integra el Equipo Latinoamericano de Formadores, ELFO, de la Asociación Latinoamericana de la Emisión Radiofónica ALER, Directora del área de FARCO Foro Argentino de Radios Comunitarias, es autora de libros, guías y manuales de capacitación.



## APANTALLADOS, PROPUESTA DE EDUCACION PARA LOS MEDIOS Y EJERCICIO DE LOS DERCHOS DE LA COMUNICACIÓN DE LOS NIÑOS

**IRMA AVILA PIETRASANTA**

La mayoría de nuestros niños son pobres y la mayoría de los pobres en México son menores de edad. Esto nos define como sociedad violenta, inculta y sin visión; incapaz de ofrecer a niños y jóvenes más que comida, televisión, juguetes, educación y cultura chatarras. Es decir, una vida chatarra para generaciones en formación.

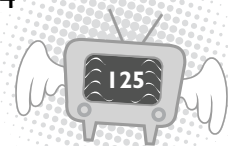
ANDREA BARCENA

La Jornada, 20 de febrero del 2010

En 2005, un grupo de padres de familia, maestros, representantes de instituciones y organizaciones sociales, consumidores y ciudadanos, declararon que **“La alfabetización de la humanidad, que todavía no se ha alcanzado en nuestro mundo, ha sido una de las grandes conquistas del pasado. La alfabetización mediática es ahora el gran reto que hay que alcanzar”** y lo firmaron en la **Declaración de Madrid sobre Educación y Medios de Comunicación**.

Este esfuerzo estuvo movido por la preocupación por el progresivo deterioro sufrido por los contenidos de la programación televisiva y la ausencia de alternativas sólidas para favorecer el desarrollo de la infancia y la juventud.

Pero este no es un fenómeno exclusivamente español. Si un niño en México ve más de 4 horas de televisión diarias y ambos padres trabajan, seguro que ve más tiempo la televisión que a sus padres y, de hecho, si este niño promedio va a una escuela pública, léase solo 4

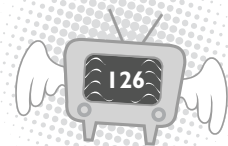


horas al día, pasa más tiempo frente al televisor que en el aula escolar. En este contexto, los medios de comunicación se vuelven fundamentales en la construcción de su visión del mundo, su escala de valores y su manera de relacionarse con la realidad, con toda la relevancia que esto tiene y tendrá a lo largo de su vida. Estos números, sin considerar las horas de videojuegos y de Internet con lo que tenemos seguramente uno de los mayores “tiempos pantalla” del mundo.

Según la organización *Poder del Consumidor*, los niños mexicanos ven a través de la televisión 12 mil 700 anuncios de comida chatarra al año solo en las dos horas más vistas en el canal de las caricaturas. Así, mientras los niños mexicanos ven 39 anuncios por hora, en EU ven 24, en Francia 16, en Holanda 5 y en Noruega ninguno, y esto se debe entre otras cosas a la ausencia de leyes regulatorias en la materia.

Por otro lado, la investigadora Lourdes Roca<sup>10</sup>, luego de analizar los programas más vistos por los niños tanto en la barra infantil como de adultos, concluyó que este consumo suele ser inapropiado para la edad de los niños ya que sólo el 7.6% de la programación está producida para el público infantil por lo que los niños ven mucho material dirigido a adultos ante la falta de material dirigido a ellos. Los contenidos centrados en el consumismo y el conservadurismo, mostraron en el estudio, “Situaciones y muestras permanentes de violencia, competencia, individualismo, sometimiento del otro y venganza permean el discurso de principio a fin... Finalmente, destacamos también que la programación televisiva pretende auto legitimarse presentándose a sí misma como el espacio donde cabe cualquiera, en una pretensión de ser abierta y democrática, cuando emite constantes mensajes que discriminan a las minorías, como por ejemplo a los homosexuales, y en general a todo lo diverso. Esto es todavía más evidente en los comerciales, que en esta barra destacan de nuevo por estereotipar a la

<sup>10</sup> Por Otras Opciones de Convivencia con la Televisión, en Razón y palabra, número 49, ITESM, México, marzo-abril 2006. <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/lroca.html>



mujer, presentando reiteradamente la idea de que la mujer sólo está para limpiar, cocinar, estar bonita y delgada, pintarse el cabello, maquillarse y ser joven.”

Tratándose de niños, el conocimiento la difusión y el rescate de la cultura nacional y la memoria oral así como a tradición y el patrimonio debieran estar en los medios de comunicación y desgraciadamente no es así. El consumo audiovisual de los niños mexicanos esta básicamente compuesto por materiales extranjeros que nada tienen que ver con nuestras realidades y necesidades como país.

Once Niños, el único espacio que ha trabajado consistentemente desde hace muchos años en televisión de calidad para niños, pero no tiene los recursos ni el alcance para dar la cobertura que garantice a todos los niños tener al menos la posibilidad de optar. La cartelera más frecuentada por la niñez mexicana en los horarios de clasificación A (de una a seis de la tarde) es la que ofrecen las empresas Televisa y TV Azteca, mientras que Once TV, Canal 22 y Televisión Mexiquense, ofrecen programas culturales, pero juntas sólo representan menos del diez por ciento de la audiencia<sup>11</sup>.

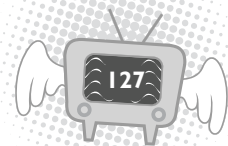
### **Derechos de la Comunicación y Sociedad de la Información**

A pesar de que la tecnología de la comunicación permite hoy acceder a información importante y vasta como nunca antes, en México, el acceso a la misma se encuentra restringido, ya bien por falta de equipo, conectividad, contenidos relevantes o de los códigos y educación necesarios para interpretarlos y convertir esa información en una herramienta útil.

Los medios de comunicación comerciales no han colaborado para

---

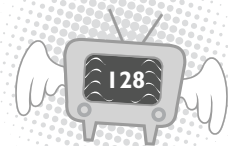
<sup>11</sup> Carmen García Bermejo, El Financiero, Sección Cultural, 3 de octubre de 2006



hacer de los medios una herramienta educativa o de ejercicio de derechos, y además, está el tema de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, en el que, en México, las políticas al respecto se han centrado en dar acceso tecnológico y conectividad, pero poco se ha hecho para que los niños mexicanos tengan opciones de contenidos de calidad. Ahora los niños mexicanos pueden acceder a páginas de chismes del espectáculo, a juegos, a videos y que promueven el consumo en el mejor de los casos, por no hablar de los espacios cibernéticos no solo violentos sino hasta peligrosos.

Y es que el acceso a la información puede marcar grandes diferencias no sólo cognoscitivas, sino de capacidades en la toma de decisiones importantes y por supuesto en la construcción de ciudadanía y democracia. En este sentido, la Declaración de Madrid señala que *“Niñas y niños viven en un estado de indefensión, tanto frente a los medios de comunicación tradicionales como frente a los sistemas de información y comunicación que ha desarrollado en los últimos años la tecnología digital. Las niñas y los niños tienen fácil acceso a contenidos inadecuados; a la vez que existe una carencia de ofertas infantiles atractivas, de calidad, variadas en géneros y que eduquen en valores, tal como señala la Convención de los Derechos del Niño de 1989, al recoger expresamente el derecho de todo niño al acceso a los medios de comunicación (art. 17) y a la libertad de expresión (art. 13).”*

En este contexto, los derechos de la comunicación y la educación de los niños mexicanos, tomando en cuenta los valores propios de su tradición, patrimonio y cultura, constantemente son pasados por alto por televisoras, publicistas, espacios en Internet o empresas vendedoras de cualquier producto, así como otros espacios como la escuela y la familia, por increíble que parezca, al grado de que esta realidad puede afectar su desarrollo como ciudadanos del futuro y limitar sus capacidades de ejercicio de sus derechos. Y es que los niños hasta ahora, en México son vistos más como consumidores potenciales que





como futuros ciudadanos e individuos con derechos.

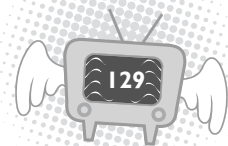
La alfabetización audiovisual de los niños, la Educación para los Medios EPM, como se hace en otros países, es decir, poner una materia de comunicación en la currícula o talleres de recepción crítica como actividad optativa es fundamental para desarrollar herramientas con el niño para que este pueda acceder a lo mejor de los medios y de la mejor manera. Esta es hoy en México una necesidad impostergable.

### Educación para los Medios y Estudios de Recepción

Andrea Bárcena señala en su conocida columna Infancia y Sociedad del diario La Jornada que **“Sólo en el ámbito universitario, el estudio de la infancia y de las políticas para su desarrollo podrá generar los programas que hoy, con criterios asistenciales y burocráticos a cargo de instituciones tradicionales, ni siquiera han sido imaginados.”**, y tiene razón. Es en las universidades, donde siempre ha estado permitido soñar, y se han desarrollado propuestas en este tema como en otros.

Ya pasaron varias generaciones de universitarios desde que desde estas instituciones se comenzaron programas en este sentido. Hace más de 25 años, Mercedes Charles Creel y un grupo de académicos de la Universidad Iberoamericana, inspirados por los Estudios de Recepción de Jesús Martín Barbero, trabajaron con el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, ILCE, durante varios años para **“crear programas de educación para los medios que permitieran a los niños y niñas ver televisión en forma crítica y selectiva. Basados en experiencias realizadas en otros países, buscábamos crear una metodología que abarcara tanto la familia como la escuela para aprovechar en forma educativa las más de cuatro horas que los menores pasaban cada día frente al televisor”**<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Presentación Apantallad@a, Manual de Educación para los Medios y Derechos de la Comunicación para niños. Comunicación Comunitaria, Editado por la Asamblea de Regresentantes del GDF, 2010.

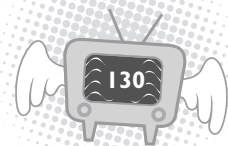


A principio de los años 90s, se realizó también un gran esfuerzo a cargo de Javier Arévalo y que involucró a la Universidad Pedagógica Nacional, UPN, el ILCE y la mismísima SEP junto con los académicos más importantes involucrados en el tema. Se desarrolló una maleta de materiales didácticos y se acercó a los maestros al mundo de los medios para usarlos como herramientas educativas. Algo de la herencia de estos programas se encuentra en los canales educativos que existen a cargo de la Unidad de Televisión Educativa y de la SEP y que desgraciadamente no se pueden ver de manera masiva. Sin embargo no se dio el brinco para convertir a la comunicación en una materia de la currícula.

La problemática es tan grande que cruza barreras ideológicas. En marzo de 1997, padres de familia, docentes, miembros de organizaciones civiles y religiosas con fuertes lazos con empresarios, se unieron en torno a una organización, **“En Medios a favor de lo Mejor” preocupados por “los efectos negativos de algunos mensajes de los medios de comunicación en los niños y las familias”** y desarrollaron materiales de aula y manuales que fueron aplicados básicamente en escuelas religiosas y privadas.

Basados en sus objetivos, estos talleres buscan que **“se aumenten la transmisión de contenidos positivos en la programación y que se reduzcan los contenidos de vulgaridad, indecencia, obscenidad y violencia de los programas y que el público logre discernir entre lo positivo y lo negativo de lo que ve, oye y lee”**. Su propuesta de 12 sesiones de una hora para todo el ciclo escolar, se diseñó para ser aplicada por los docentes, es la más corta en contenidos que conocemos.

En 2007 lograron la firma del **Acuerdo Nacional por la Calidad de la Comunicación, con la participación de los actores sociales involucrados, empresarios, instituciones gubernamen-**



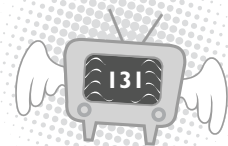
tales y el Presidente de la República, que plantea en su primera estrategia, la educación y que señala “proponer planes, talleres y la implementación de un sistema de Educación para los Medios a nivel nacional que tenga por objetivos desarrollar habilidades críticas de recepción de mensajes y el aprovechamiento constructivo de los recursos de comunicación al alcance”. Las propuestas concretas para hacer realidad esta propuesta presidencial no están aun en la currícula vigente de las escuelas primarias. Algunas escuelas de tiempo completo o privadas, han incluido computación en sus horarios o como materia extra, aunque en general se trata de propuestas más bien de manejo exclusivamente tecnológico que no incluye las “habilidades críticas de recepción de mensajes, ni el aprovechamiento constructivo de los recursos de comunicación”, ni tampoco incluyen a la televisión, medio de comunicación que más “horas niño pantalla” tiene en el país.

## LA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA

Comunicación Comunitaria, organización a la que pertenezco, es una organización no gubernamental fundada en 1999 que trabaja por la promoción de los Derechos y Libertades de Expresión e Información de los mexicanos y que está comprometida desde 2003 en el trabajo de Niños y medios, desde una perspectiva que se fundamenta en el ejercicio de los derechos informativos de los niños.

Mercedes Charles, pionera de los estudios de recepción señaló, ***“los niños y las niñas viven insertos en un universo mediático en el cual confluyen diversos medios de comunicación. Pero ahora, a diferencia de hace 25 años, hay varios medios que permiten la interactividad, dando la oportunidad a los receptores de transformarse en emisores”***<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> Ibid



Esta diferencia permite desarrollar propuestas contemporáneas, participativas, y obliga a incluir el tema de la sociedad de la información y la perspectiva de derechos humanos en general y de derechos de la comunicación en particular como elementos fundamentales de las mismas.

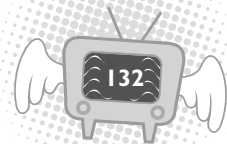
Por eso en Comunicación Comunitaria trabajamos en desarrollar Talleres de Educación para los Medios y de Producción de Video, radio, o cómics para niños con el fin de poner nuestro granito de arena para crear generaciones de receptores más críticos frente a los medios, y niños más creativos frente a la pasividad que estos promueven. Nuestro trabajo plantea una nueva relación entre niños y medios; una relación que considera a los niños ciudadanos con derechos informativos y no consumidores.

Hemos desarrollado una metodología de Educación para los Medios (EPM)<sup>14</sup> incluida en el manual **APANTALL@DOS** que ha dado muy buenos resultados tanto en el desarrollo de las herramientas de análisis y reflexión en los niños, como en los resultados de los materiales producidos.

Comunicación Comunitaria sola no podría haber desarrollado todos estos talleres. Ha contado con los fondos concursables de INDESOL, y COINVERSION SOCIAL DEL GDF, pero además hemos establecido aliados estratégicos institucionales, que nos han permitido dar continuidad y fortaleza al trabajo, por supuesto, además de FONART, el más importante ha sido sin duda la UACM, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, que a través de su área de vinculación con comunidades y su programa de servicio social.

---

<sup>14</sup> Educación para los Medios, es un campo de la Educación que trabaja la relación de los niños con los medios de comunicación y que incluye tanto el uso de las tecnologías de la información en el aprendizaje, la llamada alfabetización audiovisual, como el desarrollo de herramientas de análisis de los contenidos de los medios y su intencionalidad, nuestro enfoque se centra más en esta última perspectiva.



## **Programa de Educación para los Medios para Niños de Comunidades de Enlace Comunitario de la UACM**

Enlace Comunitario es la instancia de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México que se encarga de la relación de la Universidad con las Comunidades de la Ciudad de México. Desde el inicio, una de las demandas más frecuentes de estas fue dotarlas de herramientas para el ejercicio de sus derechos de la comunicación.

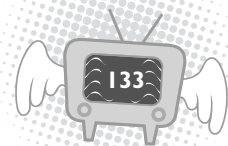
Desde 2004, desarrolla proyectos comunicativos con comunidades y en 2007 comienza a trabajar con proyectos de Educación para los Medios con niños de comunidades del DF. Así, el Programa de EPM para niños de comunidades ha desarrollado talleres de Educación para los Medios en San Lorenzo Tezonco, con la organización Tezonco Vive, en La Merced, con Indesol, en talleres con niños del barrio, así como con niños migrantes; mazatecos y otomíes.

La propuesta de EPM aplicada es la desarrollada en los talleres de Comunicación Comunitaria, primero en el Centro Comunitario de “El Reloj” de la Delegación Coyoacán, después en diversos talleres con la UACM y en otros tantos con FONART y es la que hoy traemos a este seminario para ponerla a su consideración.

## **EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS**

Por ello desde 2003, trabajamos año con año en desarrollar y probar en talleres con niños las dinámicas a partir de las cuales desarrollamos una metodología que aquí presentamos.

Se trata de un conjunto de herramientas metodológicas para el desarrollo de la capacidad de análisis de los niños en edad escolar frente a los medios y para la promoción de sus derechos informativos. Es un taller sustentado en los niños, en el juego como base del proceso y en



la reflexión colectiva para la construcción de los conceptos más que en compartir contenidos a los niños.

Así se establece una nueva relación entre niño y medios donde estos, los niños, tienen un papel activo. En este proceso, la discusión adquiere relevancia sólo después de haber pasado por un ejercicio que confronte vivencialmente a los participantes, por ello la estructura de las sesiones va del juego a la reflexión, y en este proceso se crean en colectivo los conocimientos significativos para los participantes. Los ejes temáticos que hemos desarrollado, base de nuestra reflexión, son:

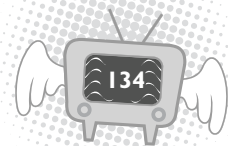
- Consumo mediático
- ¿Qué es verdad y qué es mentira en la TV? Representación mediática
- Derechos humanos y derechos informativos
- Violencia
- Consumismo y economía en los medios
- Género y Estereotipos
- Rescate de la memoria oral e Identidad Cultural
- Telebasura y televisión de calidad
- Internet y Sociedad de la Información.

Los talleres culminan con la elaboración de una pequeña serie de cápsulas de radio, con un par de videos y con una exposición que refuerza y sintetiza los aprendizajes del curso.

### **OBJETIVOS**

El modelo pedagógico propuesto sólo puede llegar a los objetivos planteados a partir de la creación de un espacio de trabajo dialogante que permita en su interior desarrollar procesos reflexivos en donde:

- Los alumnos asumirán un papel protagónico en la construcción de aprendizajes a lo largo del curso.



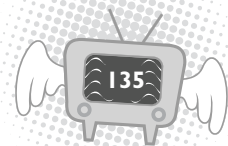
- El juego es un factor primordial para motivar experiencias educativas.
- El ambiente educativo debe ser congruente entre los contenidos que se quieren enseñar con la forma en que se enseñarán por parte del tallerista.
- La producción de materiales permite a los niños el ejercicio de su libertad de expresión, no sólo en el espacio creado en el taller sino a través de medios de comunicación colaborando con ello a la desmitificación de los mismos.

El objetivo de estos talleres es contribuir a la promoción a los derechos humanos y a la construcción de ciudadanía de las y los niños a través del ejercicio de sus derechos y libertades de expresión e información a partir de un modelo de Educación para los Medios específico para ellos, basado en su realidad como comunidad y como país, que les ayude a desarrollar las herramientas de análisis y las propuestas creativas de expresión en radio y video.

### **Objetivo específicos:**

Los objetivos específicos a alcanzar, para hacer de la propuesta general un éxito serían:

1. Desarrollar en los estudiantes las herramientas de análisis de los medios y las habilidades para el desarrollo del sentido crítico y la creación mediática y apoyarlos para convertirse en individuos más analíticos, críticos y participativos frente a los medios.
2. Reflexionar en conjunto con los niños y niñas los ejes básicos de análisis de los medios, a saber, consumismo, violencia, estereotipos y género, derechos informativos, como funcionan los medios y rescate de la cultura local o la memoria oral.
3. Compartir con los niños y niñas una cultura de derechos y



hacerlos conscientes de que son sujetos de derechos y capaces de ejercerlos. Compartirles información sobre los derechos de la comunicación, libertad de expresión y derecho a la información. Trabajar ejemplos concretos de ejercicio de derechos como libertad de expresión en el ambiente propio de los niños y trabajar ejemplos concretos de ejercicio de derechos como acceso a la información y ejemplos adecuados en la cotidianidad de los niños.

4. Acercar a los niños a las narrativas de la radio y la televisión para que puedan expresar los temas que les preocupan y quieran expresar. Crear en colectivo, en equipo historias para ser producidas en radio y televisión.

5. Proporcionar las herramientas tecnológicas y narrativas a los talleristas para producir en colaboración con los niños los materiales que se determinen.

6. Fomentar el ejercicio de los derechos informativos de los niños con la producción de capsulas de radio y videos que en su proceso logre desmitificar la “magia” de los medios al conocer los trucos en la producción y ejercite su libertad de expresión.

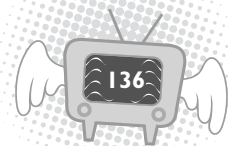
7. Difundir los videos de los niños y niñas, producto del ejercicio de su libertad de expresión para ampliar la cobertura del proyecto y fomentar el interés en la defensa de los derechos humanos a familiares y público en general a través de RadioBolaTV.

8. Promover, mediante los chicos que tomen el taller y sus amigos, el uso de medios alternativos por parte de los niños, también a través de RadioBolaTV.

### **Público objetivo:**

Los talleres y la metodología que diseñamos actúa de manera fundamental con niños de entre 8 y 13 años, estudiantes de los niveles de primaria y tal vez primero de secundaria.

El manual Apantallados pretende llegar a jóvenes de la comunidad,





padres y maestros interesados, grupos sociales, organizaciones, educadores populares y todas aquellas instancias interesadas en participar en este movimiento.

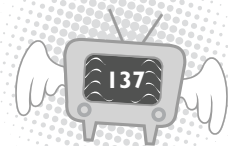
### **Estrategias metodológicas:**

Para dar estos talleres se requieren algunas condiciones que permitan generar espacios dialogantes. Son talleres exigentes, que requieren niños que trabajen, participen y obedezcan. Los talleres cuestan, pero valen, y nos hemos arreglado hasta ahora para que lleguen a los sectores menos favorecidos.

Son talleres que no se pueden impartir masivamente. Esto es, no se pueden impartir a un grupo de más de 30 niños, ya que el desarrollo del sentido crítico requiere capacidad de diálogo, así como en la producción de video y radio, es necesario tener grupos más pequeños para que todos participen y el tallerista debe ser una persona con capacidad de generar empatía con los niños, que les dé la confianza para hablar y proponer. Esto es lo más importante, poner orden no está peleado con la empatía, y nosotros marcamos algunas de las estrategias para tener control sin perder creatividad y participación.

Los talleristas no trabajan solos sino con uno o dos monitores, dependiendo de la cantidad de participantes.

La aplicación múltiples veces de las dinámicas y en contextos socio-económicos y culturales tan diversos, nos ha enseñado que generar sentido crítico es un proceso activo por parte de los niños, por lo que no se puede transmitir como conocimientos precisos, o temario con “verdades” sino que es necesario generar procesos de discusión. La discusión adquiere relevancia para los niños sólo después de haber pasado por un ejercicio que confronte vivencialmente a los participantes, por ello la estructura de las sesiones va del juego o el ejercicio a la reflexión. Siempre cerramos con reflexión.



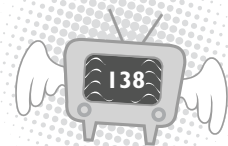
También hemos aprendido que se pueden crear talleres muy divertidos que generen procesos de reflexión y creación colectiva solo a partir de reglas claras entre los participantes, y de la voluntad de todos de seguirlas, sin importar las diferencias de clase, género, ideas religiosas o políticas y que, primero, para trabajar juntos se debe crear sentido de grupo, de equipo, que permita trabajar en conjunto.

Hemos observado que los sectores vulnerables y discriminados, que en México son la gran mayoría de la población, tienen una enorme necesidad de expresarse y verse reflejados y que harían cualquier cosa por ejercer este derecho, sin embargo, si esta marginalidad es muy radical, por ejemplo, niños en situación de calle, o casi, se requiere la participación de un profesional de las relaciones humanas.

Pero lo más importante es que hemos apostado por los niños como seres creativos, capaces de ser críticos, de saber que tienen derechos y que tendrán la voluntad de ejercerlos y no nos han decepcionado. Los resultados del programa han sido más que satisfactorios, La serie de radio “Historias de Miedo de San Lorenzo Tezonco” y el video “La leyenda del Pozo”, ambos realizados por los niños, fueron seleccionados como Iniciativa Ciudadana premiada en la Feria de la Comunicación Alternativa 2008 y 2009, el documental Santa Clara del Cobre vista por sus niños ganó el premio Kolibrí en Bolivia a Mejor Documental del festival en 2010, y la propia metodología usada ganó el primer lugar del premio que otorga la UNICEF a los proyectos que ayuden al ejercicio de los derechos de l@s niñ@s y adolescentes de México en la categoría “Mejores Prácticas” en noviembre de 2009.

### **TRABAJO COMUNITARIO, SERVICIO SOCIAL Y FORMACIÓN PROFESIONAL**

Desde el principio, el programa de EPM para niños de comunidades se apoyó en algunos estudiantes de la UACM en los distintos talleres. En abril pasado, el programa pasó de ser un trabajo desarrollado por



un pequeño grupo de talleristas, a plantearse el reto de aplicarse simultáneamente en 12 espacios diferentes.

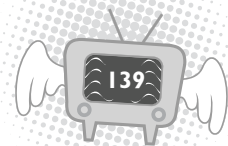
El proyecto, desarrollado en esta ocasión en colaboración fundamental con la Delegación Tláhuac, con Coinversión Social del GDF y con Servicio Social de la UACM, permitió la participación de 15 estudiantes de las carreras de Arte y Patrimonio y de Comunicación y Cultura, para quienes la experiencia de trabajo comunitario está marcando su formación profesional de manera importante.

Después de una capacitación intensiva de 56 horas, en donde se estudió a fondo la metodología y se realizaron prácticas de aplicación de la misma, los estudiantes se lanzaron a las 12 sedes aprovechando todas las mañanas de la semana de Pascua. Los jóvenes tuvieron la oportunidad de ser líderes de un equipo de trabajo, compuesto por estudiantes de Prepa Sí, trabajadores de la Delegación, así como voluntarios. Desarrollaron no sólo un programa educativo, en donde pudieron poner en práctica muchos de los conceptos aprendidos en su carrera sino de desarrollar lazos con los niños, sus familias y las comunidades con que se involucraron.

Desarrollamos además un trabajo de investigación conjunto con los estudiantes que nos permitió evaluar la metodología y concluir entre todos que funciona. Los niños desarrollaron sentido crítico sin lugar a dudas y los jóvenes aprendieron muchas habilidades de trabajo en equipo y con chicos que seguramente les serán de utilidad dentro de su vida profesional.

### **AHORA HACIA DÓNDE**

Tenemos aquí pues una metodología útil, desarrollada para niños mexicanos y sus realidades, que hemos aplicado en diversos contextos socioculturales, y que tiene versiones para trabajarla en talleres de fin de semana, de tarde, de verano y estamos trabajando la versión para la curricula escolar, de una hora semanal. El trabajo que tenemos por delante es aún largo, queremos dar talleres pero para réplica, con adultos, publicar el Manual, y dar a conocer este trabajo para que organizaciones, escuelas y padres tengan acceso a esta herramienta para trabajar con los niños un programa de alfabetización audiovisual.

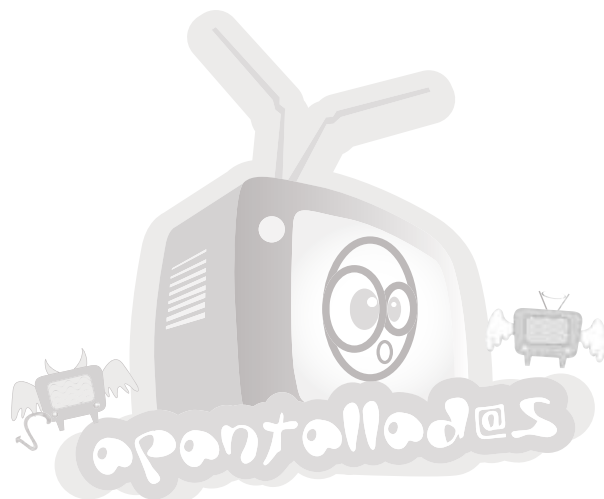


**CV**

## **Irma Ávila Pietrasanta, México**

**Irma Ávila Pietrasanta,** Comunicadora Social y realizadora de videos, en 1999 funda con un grupo de comunicadores sociales Comunicación Comunitaria A.C., organización que trabaja por la promoción de los derechos y libertades de expresión e información de los mexicanos. Desde 2003 trabaja el tema de niños, primero en taller de recepción crítica y medios; y después a través del proyecto Radio Bola-TV, que creó con Olga Durón Viveros, gracias a la Fundación Cultural de la Ciudad de México. El trabajo con niños incluye tres líneas de acción: alfabetización audiovisual, rescate en radio y video de la memoria oral con niños de comunidades y ejercicios de la libertad de expresión. En 2009 su Manual de Educación para los Medios Apantallad@s gana el primer lugar del segundo premio UNICEF 2009 en la categoría Mejores Prácticas de las Organizaciones de la Sociedad Civil.





## MESA 4

### IDENTIDAD Y GLOBALIZACIÓN

El acceso de los niños y jóvenes de América Latina a las nuevas tecnologías presenta características que tienden a ser similares a las de los países desarrollados, pero no existen políticas de protección a la infancia ni de generación de contenidos específicos.

Por otro lado está el proceso cultural que viven por la hegemonía de los contenidos de primer mundo en los medios de comunicación y la distancia de estos con su cultura local. ¿Como están impactando en las culturas locales los procesos de Globalización?, ¿cómo los niños se están apropiando de las herramientas comunicativas? La accesibilidad es solo uno de los pasos a completar, es necesario desarrollar contenidos adecuados, formativos, y darles a los chicos herramientas de uso de los medios para lograr una verdadera inclusión digital y en el desarrollo paulatino de la Sociedad de la Información en América Latina.

Esta mesa busca compartir algunas de las experiencias en este sentido.

#### Moderador

Iván Gomezcesár

Coordinador de Enlace Comunitario, Universidad Autónoma de la Ciudad de México



**Turix: por los derechos de los niños y las niñas  
a los medios y a la comunicación<sup>1</sup>  
Ponente / Ana Rosa Duarte<sup>2</sup>**

**Introducción**

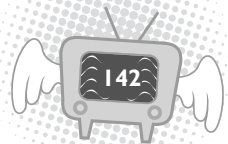
Esta ponencia se basa en el análisis de mi experiencia como fundadora e integrante del Colectivo *Turix* (Libélula en español), un proyecto independiente de la asociación civil no lucrativa *Yoochel Kaaj, Cine Video Cultura, AC*. *Turix* inició su vuelo en el año 2000 para tejer redes de comunicación entre las comunidades de la región maya en el sureste mexicano y, de esta manera, construir un espacio de libre expresión para los niños y niñas, jóvenes y adultos de estas comunidades.

A través de la realización de videocartas y videos experimentales, *Turix* también empezó a tejer redes entre creadores de las artes visuales, musicales y escénicas, así como activistas y académicos de diversas disciplinas.

Como resultado de un convenio entre *Yoochel Kaaj* y una institución del gobierno en el estado de Yucatán durante el año 2003, el Colectivo *Turix* editó seis videorevistas basadas en una selección de los videos realizados en las comunidades. Esta experiencia nos mostró que el formato de videorevista con secciones temáticas, si bien es atractivo para las instituciones, es demasiado restringido para la libre expresión comunitaria, especialmente cuando los niños y los jóvenes son los principales realizadores. Como resultado de esa experiencia

<sup>1</sup> Esta ponencia fue presentada en el Seminario Iberoamericano de Derechos de la Comunicación y Niños, en el foro "Identidad y globalización" en El Primer Festival de Niños y Medios de Comunicación, a celebrarse del 16 al 18 de julio de 2010, en la ciudad de México, DF.

<sup>2</sup> Miembro fundadora de *Yoochel Kaaj: Cine Video Cultura, A.C.* y Profesora Investigadora de la Unidad de Ciencias Sociales, Centro de Investigaciones Regionales, Universidad Autónoma de Yucatán. Actualmente encargada del desarrollo de la línea de investigación estudio de medios y cultura maya en la Península de Yucatán.



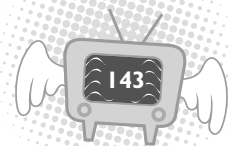
el Colectivo se distanció de las necesidades institucionales y, por lo tanto, de ciertos tipos de financiamiento institucional. A partir de entonces, el Colectivo Turix empezó a enfocarse más en los procesos de creación colectiva y comunitaria y evitar su pertenencia a un formato de producción específica.

Desde 2004, el Colectivo Turix ha realizado diversos talleres, videos, pequeños programas radiofónicos y páginas web. En 2006, el Colectivo empezó la edición de los vuelos Turix de diversos colores que están surcando las distancias, a través de programas por curaduría colectiva, del mismo Colectivo. Actualmente Turix ya se ha abierto a trabajos realizados con cámaras de fotografía digital, teléfonos celulares, y también cuenta con podcasts, páginas de internet, cursos para maestros y universitarios, exposiciones locales, nacionales e internacionales, cortometrajes y video-instalaciones.

En la primera parte de esta ponencia, abordo la relación entre la identidad maya y los medios en el contexto de globalización. En la segunda sección trato los derechos de los niños y de las niñas a los medios y a las tecnologías audiovisuales y sonoras. En la tercera parte abordo las diversas actividades Turix y su relación con los derechos de los niños y de las niñas. Finalizo con algunas reflexiones generales y propuestas.

### **I. Los niños y las niñas mayas de Yucatán y los medios en el contexto de globalización**

En la globalización entendida como el actual estado de las cosas y caracterizada por “políticas económicas y culturales, acompañadas de estrategias discursivas, orientadas a la consolidación de un modelo socio-económico neoliberal”, aún persiste el deseo de la sociedad yucateca por identificar a los mayas, como aquellos que llevan el apellido maya, los que viven en el medio rural, los que hablan la lengua maya, los que visten el hipil en el caso de las mujeres y los que viven



más lejos del que habla (Duarte, 2008). Esta situación no ha cambiado, a pesar de doscientos años de Independencia y cien años de Revolución en México, cuya primera chispa ocurrió el 1 de junio de 1910 en ciudad de Valladolid Yucatán.

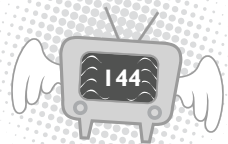
Y precisamente los medios masivos de comunicación han sido los principales aliados de las políticas neoliberales interesadas en construir el imaginario de que los mayas son cosa del pasado. Y que por lo tanto, su riqueza cultural sólo se puede admirar en los vestigios arqueológico como Chichén Itzá (Séptima maravilla del mundo, reconocimiento que se logró a través de una campaña de promoción por internet), Uxmal, Dzibilchaltún y Mayapán en Yucatán; Cobá y Tulum en Quintana Roo, Edzná y Kalakmul en Campeche, entre los sitios arqueológico más promovidos para el turismo.

La globalización ofertada por los medios masivos de comunicación como la oportunidad de disfrutar de los beneficios del desarrollo tecnológico, ha puesto en evidencia los modos de vida maya que no caben dentro del modelo consumista.

Por otra parte, la difusión sin precedentes de esas tecnologías ha permitido un dominio capitalista genuinamente planetario y la polarización de la sociedad en rico-globalizados y pobre-localizados. Donde por supuesto, los pobre-localizados son aquellos que viven esos modos de vida que no caben dentro del modelo consumista.

La “pobreza” en la globalización se ha institucionalizado como una de las características principales de la identidad de los mayas en Yucatán. Por consiguiente, su condición nativa milenaria y su modo de vida se han convertido en los principales indicadores de la pobreza. E incluso su condición nativa es la culpa de su inevitable caída en la extrema pobreza.

No es difícil suponer entonces que la pobreza es actualmente un





arma política y un recurso natural para las políticas públicas. Incluso algunos expertos como Lechner citado por Méndez, et al, afirmó desde la década de los noventa que “un tercio de la población latinoamericana estaba excluida del desarrollo y relegada a situación de pobreza” (Méndez, et. al: 2000: 68).

Y, a pesar de que en México ya se cumplieron 12 años del programa de gobierno Progres- Oportunidades, encaminado a combatir la pobreza y la marginación, más del 50% de la población está en pobreza (Zékely, 2003). Cabe destacar que en 2004 el Banco Mundial premió al programa Oportunidades, por considerarlo uno de los esquemas más exitosos para combatir la pobreza y la marginación en México<sup>3</sup>.

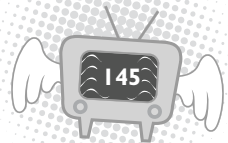
En términos de pobreza, Yucatán no es la excepción, pues a fines de 2009 más del 50% de su población, 950,000 personas vivían en pobreza, ya que no tenían los ingresos necesarios para la canasta básica<sup>4</sup>.

Pero los mayas no sólo son identificados como los pobres, por su escaso acceso a recursos económicos, sino por el uso de la lengua maya. Por ejemplo, Cortés publicó en el observatorio de la economía latinoamericana en 2006 que: Yucatán es el estado de la Península, y del país que más concentra población indígena y estos están concentrados sobre todo en la parte sur del Estado (Güémez, 2003). A ellos se les reconoce como los “mayeros” o macehuales y son campesinos predominantemente monolingües [maya], que habitan en las áreas maiceras alejadas de los centros urbanos.

El analfabetismo es otro de los atributos a la identidad maya, así como su difícil acceso a los servicios de salud. Y por ende, los niños y las niñas mayas de Yucatán están identificados como la población en más

<sup>3</sup> José Luis Ruiz, (2004) “Premia Banco Mundial programa Oportunidades”. El Universal, Guadalajara, Jalisco, Viernes 28 de mayo, El UNIVERSAL.com.mx

<sup>4</sup> Diario de Yucatán. “Vive en la pobreza el 50% de la población. Ingreso insuficiente para cubrir sus necesidades básicas”. Diario de Yucatán. Sección, Breves de economía del 11 de octubre de 2009. www.yucatan.com.mx/noticia



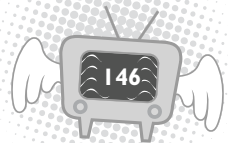
alto riesgo de desnutrición y analfabetismo. Y para combatir la desnutrición y el analfabetismo de los niños, las niñas y los adolescente y jóvenes, el programa Oportunidades les otorga un apoyo económico de \$145.00 para niños y niñas de tercero de primaria, \$ 540.00 para mujeres en tercero de secundaria y \$920 para tercero de educación media superior. Desde luego que son apoyados los educando a partir del tercer grado de primaria hasta el sexto, los tres grados de secundaria y los tres grados de educación media superior. La finalidad de este programa es preparar la mano obra para el futuro. Ahora veamos qué relación tienen estas características identitarias de los niños, las niñas, los adolescente y jóvenes con los derechos otorgados por las instituciones internacionales.

## **2. Los derechos de los niños y las niñas a los medios y a las tecnologías audiovisuales y sonoras**

De acuerdo a la Declaración de los Derechos del Niño en 1959, ratificada y ampliada en la Convención sobre los Derechos del Niño en 1989<sup>5</sup>, Turix trabaja por los derechos de los niños y de las niñas a la libre expresión. Por lo tanto, se propone utilizar creativamente las tecnologías audiovisuales y sonoras a su alcance para expresarse en el idioma que prefiera, ya sea en español, idioma oficial en México o en maya, mixe, zapoteco o tzeltal.

El derecho a expresarse, a una identidad y a la no discriminación es la filosofía de *Turix*, un animalito cuyas alas reflejan destellos multicolores a través de sus movimientos muy rápidos y nerviosos. Turix posee una visión muy poderosa y una capacidad de trazar líneas de breves aterrizajes en los diversos paisajes del mundo. Sus vuelos libres se pueden admirar como un danzar constante para vivir la vida a pesar de las adversidades. Son esos bichitos que vuelan libremente y que en

<sup>5</sup> Uno de los derechos de las niñas y niños de México es “a la libertad de expresión que incluye la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por ellos UNICEF: “Convención sobre los Derechos del Niño”. <http://www.unicef.org/spanish/crc/>

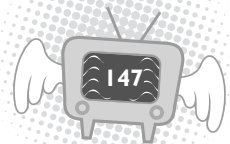


la cultura maya comunican alegría, pues cuando aterrizan en las casas anuncian visita y también la proximidad de las lluvias. Turix siempre está danzando y surcando los aires, pues en un momento está en el charco de agua, adentro de las casas, en las veredas, en los árboles, en las flores, de un pueblo a otro y de una calle a otra. Turix es conocido y reconocido en muchas partes del mundo, aunque hasta ahora no se sabe muy bien de sus rutas migratorias.

Es así como los Vuelos Turix son libres de instituciones, familiares, pueblos, sociedades, etc. y sospechosos de las instituciones. En Turix los niños y las niñas tienen el derecho de disfrutar y de que sea respetada su vida, sus prácticas culturales y religiosas.

Desde luego que Turix ha sorprendido a los propios niños y niñas que durante la realización de uno de los ejercicios encaminados a elaborar un guión colectivo, los descubrimos buscando las historias en los libros. Y sólo hasta que insistimos en que hablaran de sus propias memorias y la historias que sabían o de las situaciones que ocurrían cotidianamente en la comunidad, poquito a poquito se fueron relajando y participando.

Para Castellanos, esta actitud de los niños y niñas en la escuela tiene dos posibles explicaciones: 1) que en la escuela los niños y niñas han aprendido que sus propias ideas e historias no son importantes para establecer las futuras relaciones de trabajo fuera de sus comunidades, y 2) que requieren de un vocabulario más amplio en español para poder establecer esas futuras relaciones de trabajo fuera de sus comunidades (Castellanos, 2010). Pero, ¿cómo se relacionan los proyectos y actividades de Turix con los derechos de los niños y las niñas en la vida cotidiana?



### 3. Las actividades Turix y su relación con la vida cotidiana de los niños y las niñas en Yucatán

Turix inició sus vuelos en 2000 con talleres de video realizados en pequeñas comunidades para fomentar la expresión audiovisual. Para realizar el primer taller en una de las comunidades, Sony nos proporcionó ocho cámaras de video en calidad de préstamo. Después de la presentación de los resultados del taller realizados con las cámaras, al ver las imágenes el gerente comentó:

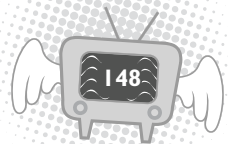
Creo que en lugar de darles cámaras de video para fotografiar a esas gentes, debemos darles comida<sup>6</sup>.

Hasta el momento se han realizado 23 talleres, 19 de los cuales se han realizado en Yucatán, 13 en comunidades rurales y 6 en la ciudad de Mérida. Uno de estos talleres se realizó en Tabasco y tres en Oaxaca. De estos talleres han resultado más de 100 obras producidas colectivamente, desde pequeñas obras hasta medio metrajes. También se han producido más de 15 programas que se han presentado en diversos foros y más de 90 obras para exposiciones individuales. Durante los talleres en las comunidades rurales han participado niños y niñas, adolescentes, jóvenes, adultos y abuelos, ya sea grabando, actuando, contando historias e incluso elaborando los alimentos para los talleristas.

Los primero Turixes fueron 6 videorevistas producidas a través del convenio con una institución del gobierno del estado de Yucatán y la Organización Civil no lucrativa, Yoochel Kaaj. Cine Video Cultura, AC, de la cual soy miembro fundador.

El formato de videorevista fue visualizado por la institución gubernamental como uno de los medios adecuados para utilizarlo como medio de difusión para sus programas.

<sup>6</sup> Sin comentarios.

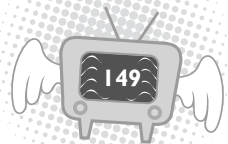


Pero este interés institucional no compagina con el Turix libre que surca los aires del mundo. Por lo tanto se alejó ante el riesgo de que limitaran su libertad y la posibilidad de que sea un medios de expresión para los niños y niñas. Para la libre expresión de los niños y las niñas, jóvenes y adultos de comunidades rurales y urbanas, contamos con seis vuelos Turix, programas producidos a través de procesos de curaduría colectiva del Colectivo, con una duración aproximada de 30 minutos cada uno.

Desde principios de 2000, Turix ha trabajado en video, cine, fotografía digital, música electro-acústica, instalación, software libre, internet y radio de baja potencia a través de talleres, proyecciones itinerantes, proyecciones al aire libre en comunidades rurales y ciudades, auto-publicación y otros procesos colectivos y de autor, desde diversas comunidades rurales y ciudades de la región. La mayoría de los trabajos de Turix se desarrollan en lengua maya yucateca, idioma natal de los integrantes más activos del Colectivo.

El Colectivo trabaja en video, en nuevos medios, en audio, en papel, en barro — en lo que sea —, pero sin seguir procesos lineales de reproducción — producción - postproducción, ni con el objetivo de crear obras-objetos para distribuir o coleccionar, sino que emplea las tecnologías digitales y análogas para establecer y actualizar conexiones y relaciones entre diferentes comunidades, personas, disciplinas, geografías, teorías, entre otros.

Ahora, cuando llegamos a las comunidades donde hemos estado trabajando, los niños y las niñas gritan en voz alta “Turixes”, mientras que los adultos que nos ven llegar también nos llaman Turixes o Turixo’ob en maya.

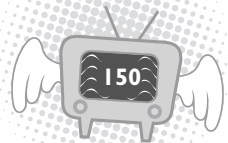


#### 4. Reflexiones generales y propuestas

Frente a la ineludible globalización del siglo XXI, Turix retoma el protagonismo de los niños y las niñas, adolescentes, jóvenes, hombres y mujeres de la base social, para trazar líneas y rutas de vuelos imaginarios. Ellas y ellos también hacen historia a través de su aceptación o rechazo de las fuerzas “globalizadoras” o “mundializadoras”, su apropiación o desecho de lo nuevo, o a través de la protagonización de nuevas fuerzas y nuevos movimientos que dejan su sello en nuestra época, ya sean de alta visibilidad, tal como el movimiento zapatista, o de lo más banal e invisible.

Los mayas que a lo largo de los siglos de conquista han recibido un trato de niños y niñas a los que hay que enseñarles sus derechos y sus obligaciones aún persista en la actual época de la globalización (Wam-mack, et. al: 2010). Este es un discurso que se viene repitiendo desde la colonia y que se sigue repitiendo a través de los medios masivos de comunicación, la educación escolar y la religión en todas sus versiones. Sólo desde esta perspectiva se puede entender la otredad de los llamados nativos, originarios, conquistados, rebeldes, alzados, analfabetos, campesinos y pobres a los que hay que civilizar y educar para que respeten a los que son diferentes a ellos.

Ante esta compleja situación, mi propuesta como miembro del Colectivo Turix es seguir surcando los cielos con los vuelos para disfrutar de los espacios de libertad, para expresar nuestras ideas y vivir nuestros modos de vida, pues en la medida que nos quedemos fijos en un espacio las instituciones nos atraparán e inmobilizarán.



### Bibliografía

Castellanos Chávez, Ma. Bianet (2010) “Género y migración: La globalización del campo rural y la invención de Cancún”. Ana Rosa Duarte y Byrt Wammack (editores). México: Plaza y Valdés, UADY y UNO.

Duarte Duarte, Ana Rosa (2010). “Políticas Públicas e institucionalización de la pobreza: un vistazo desde lo local”. Pobreza, desigualdad y exclusión. México: Universidad Autónoma de Campeche.

----- (2008). “Imaginando a los Mayas de hoy: auto-representación y política”, Estudios de Cultura Maya, volumen XXXII. Instituto de Investigaciones Filológicas, Centro de Estudios Mayas, México: UNAM, pp. 39-62.

Diario de Yucatán. “Vive en la pobreza el 50% de la población. Ingreso insuficiente para cubrir sus necesidades básicas”. Diario de Yucatán. Sección, Breves de economía del 11 de octubre de 2009. [www.yucatan.com.mx/noticia](http://www.yucatan.com.mx/noticia)

Lozano Cortés, M. (2006). “El sur de Yucatán, México. Pobreza extrema”.

Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 58, marzo 2006, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/index.htm>

Méndez, Ana Irene y Wilmer Morales M. (2000). “Globalización en América Latina: Ajustes, desajustes y perspectivas”. Cuestiones Políticas, No. 24, enero-junio. EPDP – Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas – Luz, pp. 60-76.

Székely, Miguel (2003). “Es posible un México con menor pobreza y desigualdad”, México: Crónicas de un País Posible”. José Antonio Aguilar (editor). Fondo de Cultura Económica. México.

UNICEF. “Convención sobre los Derechos del Niño”.

<http://www.unicef.org/spanish/crc/>

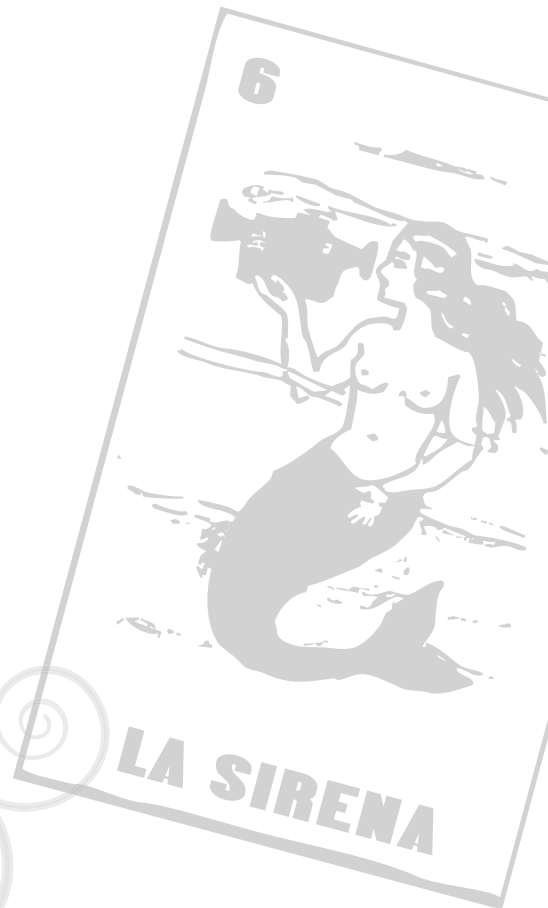
Ruiz, José Luis (2004) “Premia Banco Mundial programa Oportunidades”. El Universal, Guadalajara, Jalisco, Viernes 28 de mayo, El UNIVERSAL.com.mx

Wammack, Byrt y Ana Rosa Duarte (2010), “Género y globalización. Un panorama intercultural” en Género y Globalización, Miradas desde el mundo maya, Ana Rosa Duarte y Byrt Wammack (editores). México: Plaza y Valdés, UADY y UNO.



**CV****Ana Rosa Duarte Duarte. México.****Ana Rosa Duarte Duarte.**

México. Es antropóloga, hablante de maya yucateco y desde 1984 se desempeña como Profesora Investigadora en la Universidad Autónoma de Yucatán. Desde 1997 se ha encargado de desarrollar la Línea de Investigación en Medios, cultura y lengua maya en Yucatán. Es codirectora del Festival Regional: Geografías Suaves de 1999 a 2008, miembro fundador del colectivo TURIX y socia fundadora de Yoochel Kaaj: Cine Video Cultura, A.C. en 2000, que trabaja en medios audiovisuales entre las comunidades mayas y otros pueblos originarios del sur sureste mexicano. Como doctorada en ciencias antropológicas y nativa de la cultura que estudió, cuestiona la metodología del trabajo antropológico basado en la relación, investigador y construcción de la otredad.





## NIÑEZ, ADOLESCENCIA y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN BOLIVIA

*Tatiana Ovando De la Quintana*

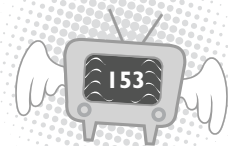
Bolivia es un país profundamente rico en diversidad cultural, en su territorio conviven más de 36 pueblos indígenas, entre andinos y amazónicos, el pueblo afroboliviano y las muchas subculturas urbanas que van surgiendo y reinventándose en el dinámico proceso de asumir identidades. Los 36 pueblos indígenas que habitan el territorio boliviano constituyen el 60% de la población total, entre los que se pueden mencionar a Aymaras, Quechuas, Cayubabas, Chácobos, Chimanés, Mosetenes, Moxeños, Sirionós, Tacanas, Uruchipayas, Yamparaes, entre otros. Tiene cerca de 9 millones de habitantes. Más del 50% de la población boliviana es bilingüe. Bolivia, en el corazón de Sudamérica, comprende diversas áreas geográficas: la Andina, los Valles, el Chaco y la Amazonia.

### Radio

- Es el medio de comunicación más importante del país, gracias a su importante incidencia en el sector rural.
- Registran 258 radioemisoras de las cuales 227 funcionan en las capitales de departamento.
- Existen pocos programas destinados a los NNAs.
- Se está implementando una Red de niñ@s reporteros con apoyo de Organizaciones Internacionales.

### Prensa

- Es el tercer medio de difusión masiva más importante, de alcance básicamente urbano. Tiene como públicos objetivos a sectores económicos altos y medios.
- 30 medios impresos circulan en el país
- Existen 6 suplementos infantiles en los periódicos de alcance nacional y uno independiente.



### Internet

- En todas las ciudades existen centenares de salas de internet con costo de hora igual a 25 centavos de dólar
- Mucha oferta sin ninguna regulación.
- Instalación de varios Telecentros en áreas rurales, apoyadas por Instituciones Internacionales y por el Estado.
- Muy poca producción de material con contenido nacional

### Televisión

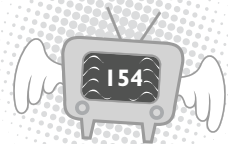
- 92 canales de televisión privados con alcance urbano.
- 1 canal del Estado
- 10 canales universitarios
- Los enlatados representan más del 75% de la programación, mientras que el 25% se concentra en noticieros, programas deportivos, revistas matinales, programas infantiles y juveniles.
- Las franjas infantiles repiten las propuestas de concursos, musicales insertando en medio enlatados extranjeros.

### Cine

- La producción cinematográfica del país es de un largometraje al año.
- No se ha realizado aún el primer largometraje para niños
- Existen 45 salas de cine en las ciudades de Bolivia.
- Existe monopolio de los exhibidores y distribuidores de películas.

### Video

- Se han registrado más de 50 productoras audiovisuales dedicadas a la producción independiente, con un número significativo de producciones del género documental.
- Diverso panorama de producción independiente para niños. Cerca de 50 producciones independientes premiadas en diferentes festivales internacionales.
- Existe un Catálogo de Video Infantil de Bolivia.



### Festivales del Audiovisual

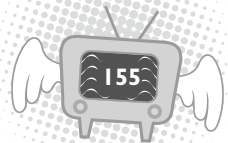
- Se acaba de crear el Festival Kolibrí para la promoción de producción audiovisual de calidad para niñ@s. Educación Audiovisual
- Pocos centros de formación audiovisual, de los 3 o 4 que existen en Bolivia todos son a nivel técnico.
- No contamos con una carrera de Cine en ninguna universidad boliviana que ofrezca un formación superior en estas especialidades, solamente las carreras de comunicación tratan de abarcar el gran espectro.

### Nuestro proyecto: Semillas Ambulantes

Una de las mayores riquezas de Bolivia es la diversidad cultural y la forma de sostenerla para el futuro será cuando l@s propi@s niñ@s y jóvenes seamos quienes la llevemos adelante con orgullo, convirtiéndonos en dignos representantes de nuestras culturas.

El proyecto *Semillas Ambulantes* y los *Talleres Ambulantes de Formación Audiovisual* recorren diferentes territorios, diversidad de pisos ecológicos, lugares sagrados, espacios naturales y urbanos. Conociendo los diversos colores y sonidos de nuestra tierra vamos encontrando miles de amig@s, otr@s niñ@s y jóvenes que somos cultura viva y que tenemos mucho que expresar y compartir.

El **cine** y el **video** son herramientas artísticas de transformación social donde reunimos todas las capacidades, conocimientos, tradiciones y saberes que l@s niñ@s y jóvenes artistas de Bolivia practicamos en nuestra vida cotidiana : la danza, la música, el tallado de máscaras e instrumentos, la poesía, la pintura, los textiles, todas las artes se fusionan a través del lente de la cámara para dar lugar a nuevas y creativas historias o para recrear mitos y cuentos narrados por nuestr@s abuel@s.



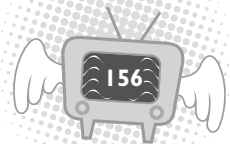
Adoptamos las nuevas tecnologías y usamos los medios de comunicación audiovisual para expresar nuestros sentimientos, nuestros valores, nuestras necesidades, nuestros derechos, nuestra cultura y nuestra relación con la naturaleza, para crear, construir, proponer, denunciar, resaltar, sorprender, valorar, en fin para reflejar nuestra realidad y nuestra creatividad en el desarrollo integral de nuestras capacidades.

Siendo nosotr@s l@s realizadores y protagonistas de nuestras propias creaciones audiovisuales, confirmamos la certeza de lo factible que es realizar nuestras propias películas, documentales, animaciones, reportajes, etc. y la importancia de que los medios audiovisuales sean tomados en cuenta para nuestra educación, analizando críticamente los mensajes de todo tipo que nos llegan a través de los medios de emisión masiva y proponiendo una educación integral desde lo cultural con el uso adecuado de nuevas tecnologías de información y comunicación.

El proceso de realización audiovisual se convierte entonces en juego, en magia e imaginación para crear, para aprender y para enseñar, de forma comprometida, lúdica, responsable y divertida tod@s ponemos en práctica los lazos de solidaridad y ayuda mutua al trabajar en equipo, en comunidad, como es la única manera de hacer cine y video. Borrando fronteras y dibujando sonrisas niñ@s y jóvenes, Semillas de Cultura, echamos raíces profundas en tierra fértil, somos tronco fuerte, flores multicolores y siempre estamos dando frutos.

### **¿Quiénes somos? Semillas Ambulantes**

Proyecto de Arte y Educación Audiovisual conformado por un Colectivo Multidisciplinario de jóvenes latinoamericanos dedicados a la enseñanza-aprendizaje del lenguaje de la imagen y el sonido.

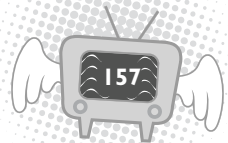


## TAFA - Taller Ambulante de Formación Audiovisual

El “TAFA”, como se lo conoce, es un proyecto autogestionado que trabaja capacitación audiovisual en áreas urbanas y rurales de manera itinerante contribuyendo a la formación de nuevos talentos que apoyados en la cámara y el sonido filman sus esperanzas e ilusiones.

El proyecto Semillas Ambulantes tiene como objetivos:

- Educar en el Lenguaje Audiovisual
- Reforzar los procesos de comunicación de Niñ@s y Jóvenes
- Asumir el cine y el video, el audiovisual como herramienta pedagógica
- Acercar a los niños, niñas y jóvenes de diversas áreas de Bolivia al uso de las nuevas tecnologías de información, de forma que sean ellos mismos los que generen sus propias producciones posibilitando nuevas formas de expresión y comunicación.
- Reforzar la identidad cultural de los niños, niñas y jóvenes a partir de la reflexión de contenidos, realización de sus propias producciones y difusión de los materiales realizados.
- Formar una conciencia crítica ante todo lo que ven a través de una pantalla: programas de televisión, telenovelas, noticieros, campañas políticas, películas de cualquier género.
- Crear una serie de productos audiovisuales a partir de los Talleres de Formación Audiovisual que se impartirán en diversas comunidades y poblaciones bolivianas, abarcando el proceso desde la concepción de la idea hasta la presentación de los trabajos terminados
- Potenciar la capacidad creativa de las niñas, niños y jóvenes
- Estimular la autoestima a partir de sus creaciones.
- Acercar los medios audiovisuales y la tecnología de vanguardia a lugares donde generalmente éstos no llegan.
- Difundir y proyectar diferentes películas, cortometrajes, documentales, etc. adecuados a su edad y generando un debate después de verlas.



**El desarrollo de la experiencia**  
**Productos Audiovisuales de los Talleres:**

**AFROBOLIVIANOS - Comunidad Tocaña, Nor Yungas, La Paz**

- Video Clip “Los Ricos”
- 5 Autoretratos Documentales :
  - “El coco de Jorge”. Dir. Jorge Ballivián
  - “Agustín de Tocaña”. Dir. Agustín Gemio
  - “Pregón al verde esperanza”. Dir. Marcelo Vásquez
  - “Decisiones”. Dir. Jacqueline Pérez
  - “MC Jesuco y el hip hop”. Dir. Jesús Zabala
- Documental colectivo comparando la Saya Antigua y la nueva (en proceso).

**AYMARAS - Comunidad Ch’alla, Isla del Sol, La Paz**

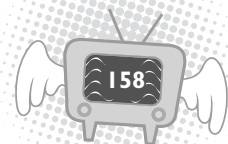
- Ficción-Animación “Qury Tunqu”
- Documental sobre la experiencia de recolección de botellas plásticas por parte de las niñas y niños de la comunidad.
- Spot sobre la misma campaña.
- Ficción “¡Bien Tirado!”

**MOSETENES - Comunidad Covendo, Alto Beni**

- Autorretrato documental “Apúrate Amanecer”
- Exploración audiovisual “Cruzando el Río”
- Ficción “Itziki Tshij - Tigre Fuego”

**YAMPARAES - Comunidad Candelaria, Chuquisaca**

- Autorretrato documental “Por aquí yo camino”
- Autorretrato documental “La historia del zorro chino”
- Ficción “Atuj cielopi puqyqunawan - El zorro y las semillas del cielo”



## Metodología de los Talleres

### I. Presentación

- Dinámica para conocernos un@s a otr@s.

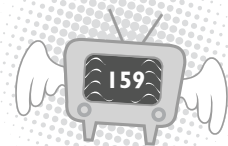
### II. Uso del audiovisual en el tema de interés de la comunidad

Guión: Documental / Ficción

- Mesa redonda sobre los temas de interés de l@s niñ@s y jóvenes en su contexto sociocultural (Debatir, analizar, reflexionar).
  - Elaborar una lista de Potencialidades y Necesidades.
  - Elegir cuáles temas se priorizan para la realización del Documental.
- Recopilación de cuentos, leyendas y mitos del lugar.
  - Utilizar una grabadora de voz o una cámara de video para documentar las historias narradas por l@s abuel@s, madres, padres, o alguna persona de la comunidad (Historia Oral).
  - Transcripción del texto y traducción (en el caso de lengua originaria).
  - Selección y elección consensuada de los mismos tomando en cuenta su factibilidad para adaptarlos al lenguaje audiovisual y para elaborar el guión de la Ficción.
- Reconocimiento de personajes y sus acciones en el tiempo-espacio.
  - Todos dibujan o moldean los personajes en plastilina para familiarizarse con ellos.
- Creación colectiva de una historia como alternativa para elaborar una Ficción.
- Escribir los guiones a realizarse o es su caso elaborar la “Historia Dibujada”

### III. Géneros Audiovisuales

- Diferencias entre películas para niños y para adultos.



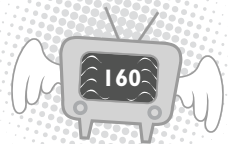
- Visionado y explicación de los diferentes Géneros Audiovisuales :
  - Ficción
  - Animación
  - Documental - Autorretrato - Reportaje - Videocarta
  - Videoclip
  - Definir cuáles de los géneros audiovisuales se adaptarían mejor a los temas elegidos.
- Posibles productos a realizarse en las tres semanas de duración del taller :
  - Un Documental
  - Una Ficción
  - Autorretratos
  - Otro género audiovisual

#### **IV. Visionado y Análisis Crítico - Propositivo**

Cada sesión se verá un material audiovisual diferente con el propósito de analizarlo críticamente en cuanto a forma y contenido, esto incluirá también hacer un análisis profundo de todo lo que se ve en la Televisión para justamente proponer nuevas creaciones desde nosotr@s mism@s.

#### **Roles del Equipo de Realización**

- Explicación de cada uno de los “roles” y su función, la Filmación se hace en equipo :
  - Director/a -- Productor/a -- Camarógrafo/a -- Sonidista -- Dibujante de la Historia -- Actores / Actrices -- Creadores de Vestuario y Escenografía
- Cada quién escoge su “rol” para la filmación de cada uno de los productos seleccionados.
- Intentamos que los roles sean rotativos para que cada quien experimente cada una de las áreas.





**Ejercicios:**

- Autorretratos: consisten en que cada quien plasme un fragmento de su vida a través de la cámara en pocos minutos de forma libre expresando la percepción que tiene de sí mism@.
- Ejercicios de cámara: se realizan en el aula y se trata de que tod@s puedan ejercitar con la cámara libremente y sobre la práctica se van explicando las partes, los comandos, los cuidados, algunos valores de planos, etc. La finalidad es perder el miedo de utilizar una videocámara.

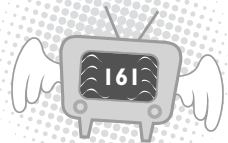
Queremos terminar esta presentación citando una declaración expuesta por los propios niñ@s indígenas :

**DECLARACION DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA  
INDIGENAS DE AMERICA LATINA A LA CUMBRE  
IBEROAMERICANA 2005**

Somos niños, niñas y adolescentes de los pueblos indígenas, somos creadores, portadores y reproductores de nuestras culturas cuyos aportes a la humanidad contribuyen a la convivencia, a la diversidad y a la paz. Sin embargo, vivimos en condiciones de exclusión, marginación, racismo y discriminación que nos impiden desarrollarnos como seres humanos y ciudadanos plenos con derechos específicos

**Exigimos:**

- Que nuestros mayores aseguren el acceso de todos los niños y niñas y adolescentes de los pueblos indígenas a una educación de calidad basada en las culturas de nuestros pueblos, con acceso a la tecnología y a una infraestructura adecuada



- Que garanticen nuestra protección contra el maltrato, el trabajo infantil, la explotación, los conflictos armados y el abuso de todo tipo.

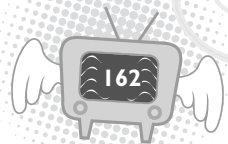
La comunicación es una herramienta fundamental en la construcción democrática y plural de nuestras sociedades, y en especial para el desarrollo integral de los Pueblos Indígenas.

Por tanto, el fortalecimiento de las identidades es condición esencial e intrínseca de toda propuesta y acción de comunicación que se dirija a su desarrollo.

(Declaración de Pueblos Indígenas de AL. Santa Cruz, Bolivia 2006)

**Los pueblos indígenas declaramos:**

***QUE CON LA COMUNICACIÓN FORTALECEMOS  
NUESTROS MODOS DE VIDA SOSTENIBLES.***



**CV**

## **Tatiana Ovando De la Quintana. Bolivia.**

### **Tatiana Ovando De la Quintana.**

Bolivia. Antropóloga y Educadora en Comunicación Audiovisual.

Asistente de Proyectos de la Productora Independiente NICOBIS.

Coordinadora del Proyecto Semillas Ambulantes - “Arte y Educación Audiovisual”, e integrante del Tafa - “Taller Ambulante de Formación Audiovisual”.

Coordinadora Regional del Proyecto Lumínica - NTICs del Ministerio de Educación de Bolivia. Ha realizado proyectos con comunidades de Bolivia y Perú y ha sido merecedora de premios en diversos festivales por utilizar novedosas formas comunicativas y estéticas para mostrar la realidad indígena.



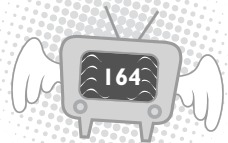
Et năxwinyët: Ja wyăntunët tyëtunët  
(Haciendo y deshaciendo el Mundo)  
Sócrates Vásquez García

Un sin número de posibilidades de resignificación, de reapropiación y fortalecimiento de identidad, de pertenencia, de arraigo y trascendencia de nuestras sociedades animan esta reflexión. La globalización como un proceso ideológico que se potencia con las industrias culturales<sup>1</sup> y que determinan escenarios para la construcción de identidades, en todos los sectores de la población pero especialmente en las niñas y los niños, siendo los más vulnerables, sugiere, todavía, insistir en un análisis más diversificado sobre ¿qué papel juegan los medios en el fortalecimiento o trastocamiento de identidades? Y si podemos hablar de una resignificación de la comunicación a partir de su propio concepto polisémico para pensarnos y proyectarnos como sujetos más protagónicos.

Se apela, en principio, a pensar la identidad dinámica, cambiante, pero ... insistiendo en romper los esencialismos culturales que condenan la apropiación de nuevas formas, estrategias y prácticas culturales, pues si hoy podemos hablar de los efectos diversificados de la globalización es gracias a la capacidad de encontrar aún en las lógicas de mercado nuevas formas de redefinición a partir de nombrar lo propio sin negar lo otro, - *límites no siempre precisos entre los unos y los otros*, pero condición indispensable para el reconocimiento de un otro diferente, es el re-conocimiento, en primera instancia, de uno mismo.

La globalización pensada también como proceso formativo, promueve a través de los medios un sistema de necesidades conveniente para el consumo, aún cuando los salarios de hambre y la falta de trabajo no

<sup>1</sup> El concepto comprende el disco, libro, cine, radios-televisión, prensa, fotografía, reproducciones artísticas, publicidad, los nuevos productos y servicios audiovisuales. Ver Armando Mattelart. La comunicación Mundo. 1996.



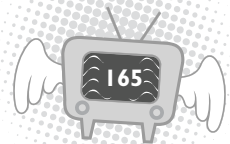
permite el acceso a los productos publicitados. La libre circulación de mano de obra esta prohibida y cada vez mas se refuerzan las fronteras en los países donde la riqueza ha sido acumulada en detrimento de los países pobres, es el caso de la frontera de Estados Unidos y países de la Unión Europea. En palabras de Galeano “La globalización es una galera, donde las fábricas desaparecen por arte de magia, fugadas a los países pobres; la tecnología, que reduce vertiginosamente el tiempo de trabajo necesario para la producción de cada cosa, empobrece y somete a los trabajadores, en lugar de liberarlos de la necesidad y de la servidumbre; y el trabajo ha dejado de ser imprescindible para que el dinero se reproduzca.” Las dinámicas son cada vez más graves para la población infantil que dadas las carencias económicas son empleados en las fábricas, en las minas, en los campos jornaleros y hasta en los burdeles<sup>2</sup>. “Mucha magia y mucha suerte tienen los niños que consiguen ser niños”.

En plena era de la globalización, los niños ya no pertenecen a ningún lugar, pero los que menos lugar tienen: ellos crecen sin raíces, despojados de identidad cultural, y sin más sentido social que la realidad es un peligro. ...educados en la realidad virtual, son deseducados en la realidad real que solo existe para ser temida o para ser comprada.

Desde este enfoque la comunicación globalizada en primera instancia tendría que ofrecer un mayor acceso a diferentes productos culturales susceptibles de ser consumidos según los intereses de las

<sup>2</sup> En América latina los niños y los adolescentes suman casi la mitad de la población total.

Trabajan en las faenas agrícolas o en los trajines urbanos...Son esclavitos o esclavitas de la economía familiar o del sector informal de la economía globalizada, donde ocupan el escalafón mas bajo de la población activa al servicio del mercado mundial: en los basurales de la ciudad de México, Manila o Lagos, juntan vidrios, latas y papeles, ...persiguen diamantes en las minas del Congo; son topos en las galerías de la misma del Perú; cosechan café en Colombia y en Tanzania, y se envenenan con los pesticidas; en las plantaciones de algodón de Guatemala y en las bananeras de Honduras; en Malasia recogen la leche de los árboles del caucho; tienen las vías del ferrocarril en Birmania; al norte de la India se derriten en los hornos de vidrio, y al sur en los hornos de ladrillos; en Bangladesh, desempeñan más de trescientos ocupaciones diferentes, con salarios que oscilan entre la nada y casi nada...“¿Es usted mi nuevo amo?” Por asombroso que parezca, se calcula que hay por lo menos cien mil prostitutas infantiles en los Estados Unidos, según el Informe de la UNICEF de 1997.

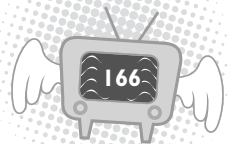


sociedades. Sin embargo, es una tendencia monocultural y monológica lo que caracteriza la comunicación de los principales medios masivos dirigidos a una sociedad que se quiere igualmente homogénea, dejando así limitados marcos de acción en lo referente al consumo cultural en todos los sectores de la población, en los que las niñas y los niños son los más afectados y más vulnerables<sup>3</sup>. Es la internet uno de los medios que permite conocer una mayor diversidad de productos culturales, sin embargo este “nuevo sistema global que se constituye a partir de redes de intercambio y flujos de comunicación es a la vez extremadamente incluyente y extremadamente excluyente. Incluyente de todo lo que tiene valor según los códigos dominantes en los flujos y excluyente de todo aquello que, según dichos códigos, no tiene valor o deja de tenerlo<sup>4</sup>.” En el caso de los pueblos indígenas de México, las historias de discriminación y racismo mantienen una tensión constante entre reproducir los patrones culturales propios de ser mixteco, zapoteco, trique o ayuuik, o bien asumir la cultura de los medios como el fin deseable, promoviendo así la idea que existe la cultura y no las culturas.

En muchos casos se ha señalado ya la crisis de identidad que de ello se desprende y, aunque se ha apelado a la identidad dinámica que se construye y reconstruye con las relaciones sociales, lo cierto es que las culturas se desdibujan o permanecen según el grado de apropiación de las industrias culturales, desde donde son despojadas de filosofías, lenguas, visiones de mundo, dejando para el mercado la características de folclor, tan apreciadas por la industria del turismo.

<sup>3</sup> “la maquinaria de la igualación compulsiva actúa contra la más linda energía del género, que se reconoce en sus diferencias y desde ellas se vincula. Lo mejor que el mundo tiene está en los muchos mundos que el mundo contiene, las distintas músicas de la vida, sus dolores y colores: las mil y una manera de vivir y decir, creer, y crear, comer, trabajar, bailar, jugar, amar, sufrir y celebrar, que hemos ido descubriendo a los largo de miles y miles de años.” Eduardo Galeano. Patas Arriba, la escuela del mundo al revés.

<sup>4</sup> Globalización, Identidad y Estado en América Latina, Manuel Castells. 1999.



Hoy los medios masivos de comunicación, excepto algunos canales de televisión de uso público e informativo, canal 11 o 22 en México, por ejemplo, están ligados más a la promoción de productos, a través de la publicidad que privilegia la lógica del mercado en lugar de los contenidos programáticos tendientes a formar una audiencia más sensible o más crítica<sup>5</sup>. Situación que se agudiza en países donde existe una concentración de los medios masivos de comunicación en monopolios con gran poder de negociación sobre sus privilegios e intereses es el caso de México donde solo dos empresas -Televisa y T.V Azteca controlan mas del 90% de la televisión abierta<sup>6</sup>. A pesar del avance de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, existe un control en el medio y en el mensaje que intenta borrar nuevamente la diversidad cultural, promoviendo espectadores más que productores y constructores de conocimiento de ahí que Eduardo Galeano señale que entre mas sofisticada es el medio de comunicación se esta generando una mayor incomunicación.

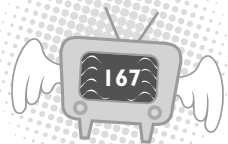
Para el caso de la población infantil la situación es más grave si consideramos que, de acuerdo a la lógica los niños son siempre incapaces de decidir, éstos se han visto más como potenciales consumidores, no solo de programas con altos contenidos de violencia, sino también de productos que perjudican su sano desarrollo y crecimiento. Las radiodifusoras o televisoras, por ejemplo, no han promovido los espacios para niños, los que existen son de cobertura limitada y centralizada.

En experiencias locales de apropiación de medios de comunicación, la globalización ha desatado nuevas formas y sentidos de comunicar en

---

<sup>5</sup> Ya no es necesario que los fines justifiquen los medios. Ahora los medios, los medios masivos de comunicación, justifican los fines de un sistema de poder que impone sus valores en escala planetaria. El Ministerio de Educación del gobierno mundial está en pocas manos. Nunca tantos habían sido incomunicados por tan pocos. Eduardo Galeano. Patas Arriba, la escuela del Mundo al Revés.

<sup>6</sup> Situación que ha generado gran controversia en términos de libertad de expresión y de información. Es el caso de la ley televisa permitía aún más la concentración de los medios.



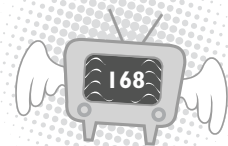
tanto se ha evidenciado la carencia de referentes identitarios en los mismos. El uso y manejo del medio radiofónico en contexto indígena, por mencionar un caso, tiene trascendencia en tanto que seguimos siendo pueblos esencialmente orales, característica que se ha potenciado a partir de la transmisión de conocimientos, historias, leyendas, anécdotas, cuentos, canciones, dichos que siguen reproduciéndose de boca en boca. En este sentido el uso del medio no solo es una herramienta de comunicación, sino un espacio de promoción, construcción y fortalecimiento de espacios culturales de la vida comunitaria que privilegia el uso de la lengua materna, que permite revitalizar imágenes mentales, escenarios y formas fortalecer la identidad sin encerrarse en sí mismos

El escucha no sólo se vuelve como ente pasivo, sino un ente que sugiere, participa, anima y recrea su propia visión de mundo a partir de una discusión y formas de entender el mundo. En este escenario de participación encontramos a las mujeres, el niño@, abuel@, hombre y autoridades, porque todos tienen algo que decir, comentar y comunicar.

Es así como los niños se han visto motivados en este espacio de la radio, para comunicar y posicionar sus intereses motivaciones de vivir en comunidad, la participación de ellos ha motivado la participación de otros en tanto que empiezan a ser un referente de identidad para los demás.

En este sentido los niños se han apropiado del medio como espacio de autoformación, son más protagónicos y menos consumidores pasivos, más sensibles a la diversidad, haciendo una comunicación dialógica que permite generar pertenencia a una comunidad que la determina.

El énfasis está en la visión de los niños como entes potenciales para la transformación de las formas de relacionarse y construcción de un



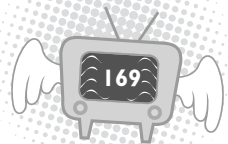


mundo diferente, el papel de los medios tienen un papel fundamental en la formación de nuevos ciudadanos. ...La comunicación, en efecto, se ha vuelto demasiado importante para el porvenir de las relaciones entre culturas, como para seguir retrasando su apropiación por parte de la ciudadanía<sup>7</sup>.

La globalización puede tener otra cara si en los niños pueden generar voces y miradas, en espacios donde los medios toman en cuenta la importancia de la identidad cultural, o sea formar una identidad con arraigo y sentido de comunidad, es necesario que la niña y el niño sea el protagonista del espacio, porque la radio es una comunidad de voces, mediante lo cual se fortalece la identidad de la comunidad, espacio de manifestación de necesidades y sus referentes comunitarios, el niño es un actor.

---

<sup>7</sup> Armando Mattelart. Op. Cit. 1996.



**CV**

## **Sócrates Vásquez García. México.**

### **Sócrates Vásquez García. México.**

Ingeniero agrónomo especialista en sociología rural. Fue coordinador en el área de vinculación y capacitación y posteriormente director de la Radio Comunitaria Jënpoj, en Santa María Tlahuitoltepec, Mixe. Oaxaca. Ha coordinado talleres para jóvenes rurales con el fin de elaborar proyectos comunitarios. Institución: Milpas de Oaxaca A. C. Es miembro de la Mesa Nacional de Trabajo de Asociación Mundial de Radios Comunitarias – México. Ha sido docente y coordinador de asesores en el Instituto Tecnológico de la Región Mixe, impartiendo la asignatura, Cultura y Vida Comunitaria. Ha publicado libros y artículos, entre los cuales destacan: “El ejercicio cotidiano de un derecho humano universal desde un espacio comunitario: La experiencia de la radio comunitaria Jënpoj”, “Autogestión indígena en Tlahuitoltepec Mixe, Oaxaca, México”, “La cosmovisión ayuujk en torno a la naturaleza” y “Autogestión Indígena en México, el caso de Tlahuitoltepec Mixe Oaxaca.” Es miembro de la Red Internacional de Becarios de la Fundación Ford y de la Red Latinoamérica de Apoyo a Pueblos Indígenas.



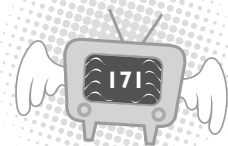
## “Mi experiencia en No Apto para Adultos (NAPA)”

**Ponente / Bernardo Cáceres Venegas**

Lo que expondré esta tarde es mi testimonio personal referido a mi pasada experiencia como creador y director del programa No Apto para Adultos (NAPA), desde su gestación en el primer trimestre del 2007 hasta el cese de mi participación como editor en jefe y director, en Octubre del 2009. Valga esto como aclaración de que no estoy en calidad de representante de lo que es el actual programa NAPA.

La circunstancia que dio origen a NAPA fue la llegada al Perú del proyecto Kids News Network de Free Voice, que eligió como co-participante peruana a la Asociación de Canales Locales de Televisión Red TV. Fue esta última organización la que me contrató para dirigir el proyecto de noticiero juvenil en el Perú. Es así como tuve la oportunidad de diseñar el programa de televisión de noticias para niños, niñas y adolescentes (NNAs), reclutar al personal que tendría bajo mi dirección en lo sucesivo, bautizar al programa No Apto para Adultos, mejor conocido por su acrónimo NAPA, y ser su editor en jefe desde sus primeros programas piloto en Internet (Junio 2007) hasta sus programas de televisión inter diarios de media hora de duración (desde Julio 2007 hasta Octubre 2009). Hoy, el programa sigue adelante a cargo de los remanentes del equipo fundacional y algunos nuevos integrantes.

Con NAPA quisimos brindar a la nueva generación una plataforma donde informarse, expresarse y tener protagonismo, para que lleguen preparados a ejercer la plena ciudadanía adulta, con derecho a votar en elecciones, a ser elegidos, etc. Buscamos contribuir a que la nueva generación llegue a esa ciudadanía mejor informada, con un pensamiento crítico y con hábitos de participación en democracia. Creemos



que la democracia no solo es votar cada cinco años, como muchos adultos y muchas generaciones pasadas parecen haberlo entendido, sino que es mucho más que eso: la democracia la inventamos todos los días con nuestras acciones.

Eso fue lo que tratamos de fomentar a través del programa No Apto para Adultos, un poco motivados por lo que evalué fue el lamentable resultado las elecciones presidenciales en el Perú en el año 2006, en las que terminamos en una segunda vuelta donde todos, creo, votamos muy incómodamente, y en las que el comentario generalizado fue “tuvimos que escoger entre una catástrofe u otra”. Creemos que eso pasó porque la gran mayoría del electorado, que en países como el nuestro son los adultos jóvenes, se incorpora en esta ciudadanía adulta sin hábitos de participación y sin conciencia del mundo que lo rodea, por la ausencia de contenidos de historia contemporánea en la educación pública, y por la inexistencia de contenidos de actualidad en los medios de comunicación que estén dirigidos a los adolescentes y jóvenes.

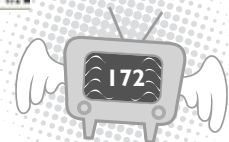
Un primer paso para evaluar la pertinencia de un programa de televisión de actualidad y noticias para NNAs fue contratar una encuesta a la firma peruana de investigación de mercados IMASEN, que permitió confirmar que la disposición a saber más acerca de la actualidad mundial, nacional y regional era grande en los grupos de edad de 12 a 15 años.

“SONDEO SOBRE PROGRAMA JUVENIL” de Junio del 2007, realizado por IMASEN S.A./ BRIGADIER PUMACAHUA 2601, LINCE, TELF.: 221-1541 221-1560, FAX: 221-0873 (429 entrevistas efectivas entre el 09 y el 15 de junio del 2007, las ciudades de Chicabuta, Arequipa, Huamanga, Cusco y Pucallpa.)

CUADRO N°18

¿A qué le gusta más, saber, poco o nada lo que ocurre en el país?

	TOTAL	SEXO		EDAD		NIVEL SOCIOECONÓMICO		CIUDAD				
		Hombres	Mujer	12-15	16-18	Bajo ingreso	High superior medio	Chicabuta	Arequipa	Huamanga	Cusco	Pucallpa
Mucho	34.1	33.3	35.0	22.4	41.3	32.1	37.1	34.2	42.4	29.1	33.9	44.0
Regular	41.0	47.2	42.8	46.5	41.5	44.8	41.1	41.4	32.3	43.0	40.0	28.2
Poco	17.9	18.3	18.4	19.6	16.1	20.5	14.8	22.8	18.8	22.9	18.8	17.8
Nada	1.2	1.8	.4	2.7	.5	1.5	1.7	2.3	8.2	4.7	1.5	1.2
No responde	.8	1.3	.8	.8	.2	.8	1.2		8.2	1.2	1.2	
TOTAL	100.0											
BASE: Puntaje de	(429)	(212)	(217)	(222)	(207)	(210)	(209)	(86)	(140)	(140)	(93)	(60)
BASE: Total de entrevistas	(429)	(212)	(217)	(224)	(202)	(210)	(208)	(86)	(141)	(140)	(93)	(60)
ponderación	100.0%							18.7%	32.4%	11.2%	16.4%	11.2%

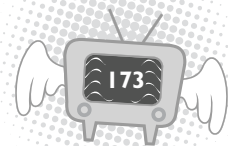


En la línea de acción mediática propuesta por el proyecto Kids News Network, NAPA se propuso dotar a la generación joven de una plataforma donde informarse, expresarse y tener protagonismo. A través de los canales locales de televisión de Red TV, y del video blog NAPA en Internet ([napa.com.pe](http://napa.com.pe)), se presentaría cada semana, desde Junio del 2007, un magazín de información y actualidad, dirigido a jóvenes entre 12 y 17 años y protagonizado por ellos, ya que el 90% de los entrevistados por los realizadores de NAPA son niños, niñas y adolescentes (NNAS) de esas edades.

Recluté al equipo con el que trabajaría en NAPA buscando en cada uno de ellos coincidencia con el espíritu invocado por el programa, el del adolescente, que es también creo el de nuestro país todavía, un no sentirse bien en la etapa que se deja atrás, pero tampoco en la que se nos quiere imponer para adelante.

En un entorno también poco frecuente en televisión, por la libertad que Free Voice y Red TV me otorgaron para escoger a mis colaboradores, y para diseñar e implementar el proyecto, pude discutir y tomar decisiones sobre el rango de edades al que dirigírnos, el formato y estilo del producto, el nombre, estética y rostros, la agenda temática, además de las sucesivas de la agenda semanal.

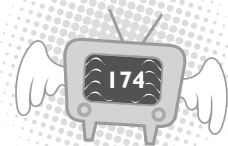
NAPA abordó desde entonces los principales temas de la actualidad nacional e internacional con un tratamiento que creemos pertinente al público adolescente, dándoles a ellos mismos la voz en el comentario de los eventos y en la sugerencia de alternativas. Buscamos entretener a la vez que informar, con atención prioritaria en promoción de los derechos de NNAs, de la participación ciudadana en democracia para todas las edades, del desarrollo sustentable basado en el cuidado del medio ambiente, y de los derechos humanos con respeto e inclusión de la diversidad humana.



Metodológicamente, nuestro trabajo se basó en la libertad de acción de los trabajadores del audiovisual. Frente a la televisión convencional es la que quienes tienen los cargos de dirección son gente que viene de lo que sería el mundo letrado, periodistas de la prensa escrita, abogados, etc., y en la que quien lidera el equipo que sale a grabar a la calle es un periodista, y el camarógrafo y el editor simplemente siguen las órdenes de este periodista, en NAPA le dimos el poder a los reales trabajadores del audiovisual, en este caso al grupo de jóvenes egresados de las Facultades de Ciencias de la Comunicación que recluté, que manejan toda la cámara, editan sus propias notas, y que interactúan directamente en la calle con los adolescentes.

Mucha gente nos ha preguntado, y seguramente aquí más tarde van a preguntar, pero si es no apto para adultos, ¿porque todos los que trabajan en el programa son adultos? En primer lugar, creemos que la adultez no es una cuestión cronológica. Para nosotros, la adultez es una cuestión espiritual. Confieso que cuando bauticé el programa, usé el término adulto en un sentido más bien peyorativo, para referirme a personas tan establecidas en sus costumbres, en sus comodidades, que se han convertido en gente conformista. Y, en fin, lo contraponemos con el espíritu adolescente o joven, que es uno que todavía cree en la posibilidad de cambiar el mundo, de transformarlo, una actitud más rebelde, una actitud de propuesta. En segundo lugar, respondemos que el trabajo en medios es un trabajo complicado, sobre todo el trabajo de audiovisual; es un trabajo que requiere una cierta formación, y sobre todo una gran dedicación. Nosotros trabajamos de 10 a 12 horas diarias, de lunes a viernes, cosa que no se podría pedir a niños y adolescentes que tienen que cumplir con una serie de normas sociales como ir al colegio, pedir permiso a su papá para salir, en fin, tantas cosas.

A nivel de contenido, incorporamos los códigos culturales de los NNAs: evidentemente en el habla, la jerga, la música y la estética general, en formas de expresión como el graffiti, el hip hop, etc.

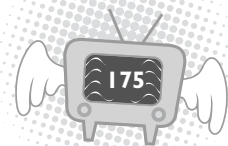
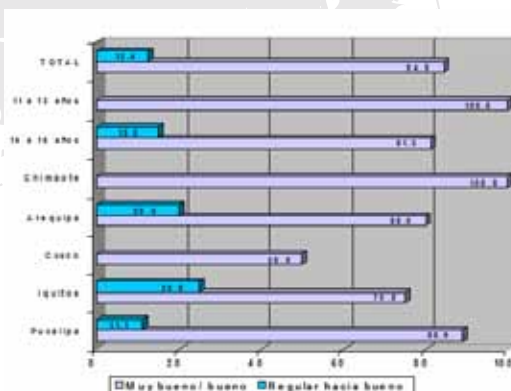


Buscamos también experiencias exitosas de niñas, niños y adolescentes, tanto como individuos y como organizaciones. Los niños, niñas y adolescentes consultados al inicio del proyecto nos pedían “ver historias de éxito”. Quizá sienten que la televisión privada no les ofrece una cultura de éxito o posibilidades de triunfo. De allí su reclamo, y nuestra orientación a buscar este tipo de experiencias todas las semanas.

La participación de los representados se garantizó y negoció permanente, en las interacciones con niños, niñas y adolescentes, tanto por parte de los realizadores en la calle, como a través del sitio Web del programa, donde recibimos centenares de comentarios al mes, y donde establecimos diálogos a través del Chat con nuestro público objetivo.

Al año y medio de existencia de NAPA, en enero del 2009, una nueva encuesta de IMASEN indicó que el programa era apreciado por niños y adolescentes entre 12 y 16 años de edad:

*“SONDEO SOBRE PROGRAMA JUVENIL” de Enero del 2009, realizado también por MASEN S.A./ BRIGADIER PUMACAHUA 2601, LINCE, TELF: 221-1541 221-1560, FAX: 221-0873 (2410 entrevistas efectivas, entre el 27 de diciembre del 2008 y el 04 de enero del 2009, en las ciudades de Chimbote, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huánuco, Huancayo, Trujillo, Chiclayo, Iquitos, Piura, Puno, Juliaca, Tarapoto y Pucallpa.)*



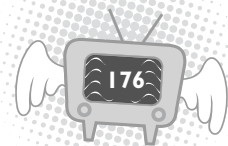
La participación de los representados en No Apto para Adultos es además reforzada por una red de corresponsales juveniles en varias localidades del Perú. Las corresponsalías de NNAs, dotadas de cámaras de video, producen y envían notas que enriquecen la Web y el programa de TV NAPA. La red de corresponsalías juveniles crece gracias a alianzas con otras organizaciones con presencia descentralizada en el país, como Plan Internacional y Terre des Hommes Netherlands.

Finalmente, en la conducción del programa en esos años fundacionales, contamos con la participación de adolescentes, principalmente de Layla Villavicencio, delegada nacional del Movimiento Nacional de Niños, Niñas y Adolescentes Trabajadores Organizados del Perú, el MNNATSOP.

El rico material producto de nuestra experiencia en los años fundacionales de NAPA, de más de 400 reportajes, registros y entrevistas, correos, comentarios, respuestas a encuestas, personajes y organizaciones, está disponible para los investigadores en la página Web de NAPA, y ya está siendo utilizado como material de análisis por estudiantes universitarios en sus trabajos y tesis.

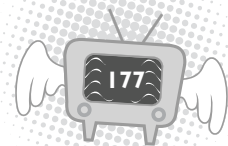
Sin embargo, pese a tratarse de una experiencia de éxito, con reconocimiento comprobado de parte de su público objetivo, y con importantes premios nacionales e internacionales, entre ellos el primer lugar a nivel de la región americana obtenido por NAPA en el Premio de UNICEF por el Día Internacional de Radio y Televisión en Favor de los Niños del 2008, el programa no se sostiene todavía comercialmente, por el escaso apoyo de los anunciantes y el poco interés del Estado y de los empresarios de televisión nacional, a quienes se ha ofrecido el producto.

Personalmente, creo que para poner más contenidos como NAPA





en televisión, hacen falta los medios públicos de los que carecemos en varios de nuestros países. La televisión sigue siendo el medio de comunicación audiovisual con más poder en el mundo, con un crecimiento sostenido paralelo al crecimiento de la Internet. Pese al pretendido ordenamiento de “libre mercado” que se sostiene y rige en la televisión peruana, y en otros países, las cuotas de participación en la pantalla chica vulneran los derechos de la población en general, perjudicando particularmente a algunos grupos de edad, étnicos, socioeconómicos y contra-culturales. Es por ello que mi conclusión general, fruto de la experiencia reseñada, es que es urgente un compromiso militante de la sociedad civil y sus instituciones para democratizar la televisión, especialmente en los tiempos que corren del inminente advenimiento de la TV digital.



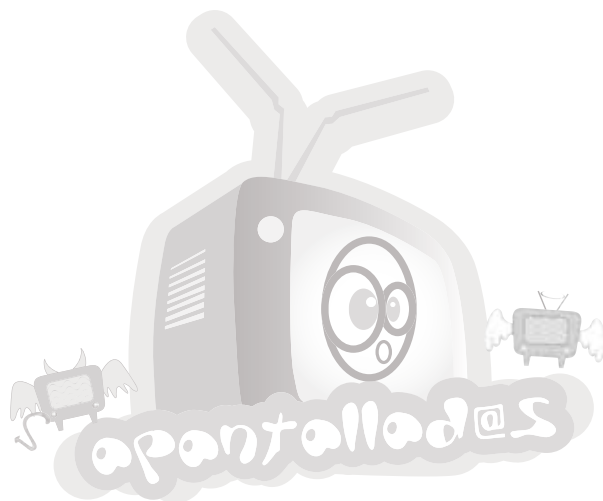
**CV**

## **Bernardo Cáceres Venegas. Perú.**

**Bernardo Cáceres Venegas.** Perú. Antropólogo, Maestría en realización de cine en San Francisco State University, siendo merecedor de una beca Fulbright. Ha trabajado como asistente de cámara, camarógrafo de prensa, editor periodístico, productor de programas de TV, algunos de ellos periodísticos. Es realizador independiente de videos institucionales y ha trabajado como consultor de comunicaciones en instituciones públicas y privadas y como productor de campo y de material de archivo para documentalistas extranjeros.

En 2007 fue contratado por la Asociación de Canales Locales de Televisión, Red TV, contraparte de Kids News Network en Perú, para diseñar y dirigir el programa de noticias para niños y adolescentes en el Perú. Diseñó el programa "No Apto para Adultos" (NAPA), actualmente es Coordinador de la red (Network Coordinator)





ENLACE COMUNITARIO UACM

**Iván Gomezcesar**

COORDINACIÓN

**Irma Avila Pietrasanta**

REVISIÓN DE TEXTOS

**Olga Durón Viveros**

EDICIÓN WEB

**Tlaoli.com**

**Ruben García**

SERVICIO SOCIAL

**Mayra Castelán**

**Sandra Flores**

**Estrella Mendez**

**Laura Romero**

**Gabriela Grifaldo**

**Alejandra Hernández**

Derechos reservados

Se autoriza la reproducción total o parcial citando la fuente.

México 2011

**Indesol**

Instituto Nacional de Desarrollo Social



**UACM**

Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México

*Nada humano me es ajeno*

