

DERECHOS DE LA COMUNICACIÓN Y NIÑOS: NOSOTROS LOS INFO - POBRES, caminando descalzos y a pie la carretera de la información

*El acceso a la información, y a través de ella al conocimiento,
condiciona hoy en mayor medida la división y la estratificación social.
De ahí que hoy hablemos, también, de infóricos
e infopobres como categorías sociológicas reales.
Artemio Baigorri¹*

Irma Ávila Pietrasanta 

En 1969, el cineasta francés François Truffaut realizó *El niño salvaje*, película basada en una historia real que trata de un niño que crece en los bosques franceses separado de la sociedad, de la cultura, sin acceso a información humanamente procesada y de sus dificultades para adquirir lenguaje, auto - cuidado y adaptarse a la sociedad.

La información ha sido desde siempre para los seres humanos, tan fundamental como el acceso a la alimentación, la salud o la vivienda y es herramienta fundamental para la vida en sociedad. La información nos permite tomar decisiones asertivas y ser parte de una cultura y de una comunidad, así como fortalecer el tejido social.

Es tan importante, que el desarrollo de las tecnologías de la comunicación en nuestros días ha dado como consecuencia el surgimiento de un *nuevo sistema tecnológico, económico y social. Una economía en la que el incremento de productividad no depende del incremento cuantitativo de los factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales), sino de la aplicación de conocimientos e información a la gestión, producción y distribución, tanto en los procesos como en los productos.*²

Si bien, estos cambios tecnológicos han impactado de manera fundamental los procesos económicos, también podrían generar la *adquisición, almacenamiento, procesamiento, evaluación, transmisión, distribución y diseminación de la información con vistas a la creación de conocimiento y a la satisfacción de las necesidades de las personas y en la definición de la calidad de vida y las prácticas culturales de los ciudadanos.*³

El mundo, según muchos especialistas, se divide cada vez más entre *info - ricos e info - pobres*. Vivimos en un tiempo en el que, en el ámbito individual, tener o no la

ji Comunicadora Social y realizadora de video. Ha trabajado en la televisión pública y privada, en México y el extranjero. Ganadora de numerosos reconocimientos nacionales e internacionales. Ha desarrollado proyectos educativos y es autora de libros como *No más Medios a Medias* con Aleida Calleja y Beatriz Solís, y *Apantallad@s, Manual de Educación para los Medios y Derechos Informativos para niños*. Profesora invitada de la *Universidad Internacional de la Mujer*, Hamburgo, en el 2000 y actualmente Profesora para la *Coordinación de Enlace Comunitario* de la *Universidad Autónoma de la Ciudad de México*.

¹ <http://www.unex.es/eweb/sociolog/BAIGORRI/papers/inforicos.pdf>

² Manuel Castells. *La era de la Información*. 1998.

³ Como lo plantea el *Libro Verde sobre la Sociedad de la Información* en Portugal (1997).

información necesaria puede marcar toda la diferencia en la toma de decisiones y cambiar vidas. En lo social el saberse un ciudadano con derechos puede hacer la gran diferencia en la participación ciudadana en asuntos públicos, en la construcción de ciudadanía y, como ya lo señaló la *Corte Interamericana de los Derechos Humanos*, su importancia radica en que la libertad de expresión es piedra angular de la existencia misma de la sociedad democrática.⁴

Hablando específicamente de la infancia, en los medios de comunicación masivos, la carencia de una cultura de los Derechos Humanos en general y de los derechos informativos en particular, sumadas a las prácticas de consumo audiovisual de los pequeños y a la realidad educativa que viven, conforman terreno fértil para que los niños se configuren no como los ciudadanos que son, sino como simples consumidores, y que sus derechos a recibir información veraz, a la cultura y a la educación sean obviados limitando su acceso a la información útil y necesaria para su desarrollo, convirtiéndolos en info-pobres.

Cuando se cumplen 20 años de la *Convención sobre los Derechos del Niño* que planteó de manera contundente los derechos a la comunicación de éstos y a pesar de que la tecnología de la comunicación hoy permite acceder a información importante y vasta como nunca antes, el acceso a la misma se encuentra restringido, bien por falta de equipo, conectividad, contenidos relevantes o de códigos y grado de educación necesarios para interpretarlos y convertir esa información en una herramienta útil.

La *Convención sobre los Derechos del Niño*, en su artículo 13, señala:

El niño tendrá derecho a la libertad de expresión, ese derecho incluirá 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 el niño.

82

Sin embargo, hacer realidad este precepto implicaría cambiar de manera radical los medios de comunicación con los que contamos. La libertad de expresión incluye el derecho a buscar, recibir y difundir información, esto es los procesos no sólo de emisión, sino de recepción de mensajes.

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, sólo 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.

Gran parte del consumo cultural de los niños mexicanos está centrado en la televisión, en la televisión abierta para ser más específicos, particularmente en los sectores populares, marginados o de alta marginalidad, dado su supuesto carácter “gratuito”.

*México ocupa el segundo lugar, después de Croacia, en horas - niño frente al televisor con un total de 300 minutos diarios por infante. Además, las primarias públicas, a las que asiste más del 80 por ciento de esta población, establecen un horario de trabajo de ocho de la mañana a las 12:30 del día. Es decir, a la una de la tarde, la mayoría de los niños ya están en sus hogares con el televisor encendido.*⁵

Según el *Tercer informe de Calidad de los contenidos de los Medios*,⁶ los niños mexicanos (de 4 a 12 años) ven en promedio la televisión entre 4.04 y 4.12 horas diarias, según su edad y este promedio se eleva 45 minutos para las clases sociales menos favorecidas. Este consumo suele, además, ser inapropiado para la edad de

⁴ Opinión consultiva OC - 5/85. CIDH. 1985.

⁵ Carmen García Bermejo, en: *El Financiero*. Sección Cultural. 3 de octubre de 2006.

⁶ http://www.afavordelomejor.org/descargas/inf_calidad08screen.pdf.

los niños ya que sólo el 7.6% de la programación es producida para el público infantil por lo que los niños ven mucho material dirigido a adultos ante la falta de material dirigido a ellos. Sólo el 29% de los mexicanos tiene acceso a televisión de paga y en los sectores de bajos ingresos este promedio baja a 17%.

Esto es, el universo al que los niños mexicanos pueden acceder en busca de la información a que tienen derecho es bien limitado. *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, aunque existe la programación de Once TV, Canal 22 y Televisión Mexiquense, caricaturas y algunos programas culturales, pero juntas sólo representan menos del diez por ciento de la audiencia. En ese horario apto para toda la familia (clasificación A), los niños acceden a la barra de caricaturas, pero también a los talk y reality show,*⁷ por no mencionar las telenovelas. Su derecho a saber información que afecta sus vidas y a buscarla, está en serio entredicho.

Y aun no hemos hablado de la parte fundamental del artículo, la libertad de expresión. El derecho a difundir información, en una sociedad como la nuestra, en donde la palabra de los niños muchas veces no encuentra espacios ni siquiera en la familia o la escuela, mucho menos en los medios de comunicación resulta un problema a resolver. De nada sirve tener el derecho si no se cuenta con las herramientas para ejercerlo.

El artículo 17 de la *Convención* señala que:

Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental.

Sin embargo, hacer realidad este artículo implicaría una observación cercana de los medios y sus contenidos, además de la posibilidad de incidir en ellos. No sólo de sugerir sino, a través de la ley, anteponer los intereses mayores de los niños a los intereses comerciales. Implicaría también el uso de los medios para el ejercicio de los derechos educativos de los niños. Pero lo que sucede en realidad en nuestro país es otra cosa. Según la organización “*Poder del Consumidor*”, los niños mexicanos, exponiéndose sólo dos horas diarias al televisor – la mitad del tiempo real promedio - ven 12 mil 400 anuncios de comida chatarra al año,⁸ lo cual resulta inadecuado no sólo desde el punto de vista del consumo mediático sino también de la salud. Así, mientras los niños mexicanos ven 39 anuncios por hora en el canal 5 durante la transmisión de caricaturas, en EU ven 24, en Francia 16, en Holanda 5 y en Noruega ninguno,⁹ esto se debe - entre otras cosas - a la carencia en México de leyes regulatorias en la materia. Esto hace que el tiempo pantalla de los niños mexicanos sea probablemente el más alto del mundo en lo que se refiere a mensajes comerciales.

Por otro lado, la investigadora Lourdes Roca,¹⁰ luego de analizar los programas más vistos por los niños tanto en la barra infantil como de adultos, concluye que los contenidos son totalmente inadecuados para la infancia y ni siquiera cumplen con los pocos requisitos de ley. La Dra. Roca encontró que se promueven entre otras conductas:

- Discriminación en las diferentes facetas.
- Consumo exacerbado.

⁷ García Bermejo. *Op., cit.*

⁸ El poder del Consumidor A.C. *Impactos de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a la infancia, una visión multidisciplinaria.* Junio. 2009. <http://www.elpoderdelconsumidor.org/expedientes.html>.

⁹ *A Spoonful of Sugar - Television Food Advertising Aimed at Children: An International Comparative Survey, Consumers International.* 1996. Los datos mexicanos recopilados por El Poder del Consumidor A.C. <http://www.consumersinternational.org> y <http://www.slideshare.net/NaTaLiA1407/publicidad-nios-presentation>.

¹⁰ *Por Otras Opciones de Convivencia con la Televisión.*, en: *Razón y palabra.* No. 49. ITESM. México, marzo - abril 2006. <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antecedentes/n49/broca.html>.

- Violencia.
- Bienestar material como ideal y valor.
- Ideas conservadoras, familias tradicionalistas, intromisión en vidas privadas.

Las empresas televisivas, por su parte, en la búsqueda del mínimo común denominador, se permiten bajar la calidad y los costos de los programas y transmisiones al grado de negar al público posibilidades de desarrollo y educación con tal de congregarse el mayor número de cerebros frente a sus anunciantes, olvidando el hecho de que la televisión no es sólo un negocio sino, antes que nada, debe ser un servicio. Se ha permitido que la autocomplacencia, la mediocridad y la perversidad, en muchos de los casos, gobierne las transmisiones mediáticas. *El Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión* tiene una línea de “sugerencias” como única alternativa frente a esta problemática.

Mientras tanto, la política del Estado Mexicano en torno a los medios de comunicación y su relación con los niños ha estado orientada a garantizar el negocio al capital, el negocio de retransmisión de enlatados y el negocio de la venta de tiempo de publicidad.

Mientras gran parte de la televisión que los niños pueden ver en México es violenta, sexista, clasista, racista y consumista, la educación a través de los medios, en general - salvo honrosas excepciones - no ha sido parte de las preocupaciones centrales del Estado ni de las instancias gubernamentales que deberían estar involucradas como: Educación, Cultura, Salud, Desarrollo Social, Ciencia y Medios Públicos, entre otras.

Existen pocos espacios de producción y transmisión de programas dirigidos a niños desde la televisión pública y se les limitan considerablemente los recursos. *50% de la producción nacional de televisión para niños lo realiza Once TV con un presupuesto equivalente a 60 centavos anuales por niño mexicano.*¹¹ Mientras en Latinoamérica y el mundo la Televisión de Calidad es tema, en México, el evento que organizara Canal 11 en el 2002, la *Muestra Internacional de Televisión de Calidad para Niños*, no se transformó en acciones concretas para la resolución de la problemática. Los pocos y valiosísimos esfuerzos realizados hasta ahora resultan a todas luces insuficientes.

En el mejor de los casos, el Estado se ha preocupado más por garantizar el acceso tecnológico que el acceso a contenidos de calidad. En años recientes, se realizó un gran esfuerzo por parte del Estado, apoyado por donaciones ciudadanas, para darle acceso a todos los niños mexicanos a computadoras e Internet a través de un programa en las escuelas públicas de todo el país, sin embargo poco se hace por que los niños accedan a contenidos adecuados en la web.

Hoy saben operar las computadoras para entrar a las páginas de espectáculos y chismes, llenas de concursos orientados al consumo, o de información de dudosa calidad y hasta peligrosa en algunos casos. No hay una política de Estado para desarrollar alternativas múltiples ni en radio, ni en televisión ni en Internet para las inquietas mentes en desarrollo.

Por último, el artículo 29 señala que:

Los Estados Partes convienen en que la educación del niño deberá estar encaminada a... Inculcar al niño el respeto de los Derechos Humanos y las libertades fundamentales y de los principios consagrados en la Carta de las Naciones Unidas; a inculcar al niño el respeto de sus padres, de su propia identidad cultural, de su idioma y sus valores, de los valores nacionales del país en que vive, del país de que sea originario y de las civilizaciones distintas de la suya.

Sin embargo, la realidad mediática a que son expuestos nuestros niños, contradice este artículo. Hacerlo realidad implicaría una cuota obligatoria de producción de materiales locales dirigidos a los niños para las televisoras y radiodifusoras

¹¹ García Bermejo. *Op., cit.*

y la promoción de contenidos que ayuden a generar una cultura de Derechos Humanos y respeto a la interculturalidad.

La propuesta de *Declaración de los Derechos de los Pueblos Indígenas incluye la comunicación libre y abierta, y la posibilidad de participar en los debates nacionales e internacionales, como un elemento, importante si se desea incrementar el poder de los niños y niñas indígenas y evitar su marginación y discriminación*. Los pueblos indígenas y originarios rara vez son mostrados en los medios, y cuando se hace son objeto de burla, discriminación o motivo de curiosidad.

En México, los pueblos son mostrados sin su gente, se llega a vestir a modelos con ropa indígena, prácticamente no aparecen en la publicidad y esto afecta la autoestima de los niños indígenas. La Ley vigente no incluye propuestas en este sentido y las múltiples propuestas legislativas de *Leyes de Medios* tampoco.

Por otra parte está la educación, no se puede obviar la influencia que ejercen los medios de comunicación sobre los niños. Hay grupos que han señalado como el siguiente reto de la humanidad, el de la alfabetización audiovisual.

*La Educación para los Medios, EPM, es la propuesta de estudiosos e investigadores de los medios de comunicación masiva, preocupados no sólo por los aspectos manipuladores de estos sino por encontrar alternativas que canalicen el potencial de las nuevas generaciones y formen a los individuos para una recepción crítica.*¹²

Esta propuesta ha ido propagándose en varios países de América Latina. . Su perspectiva trasciende el clásico punto de vista de muchos profesores de “usar” los medios en el aula como apoyo didáctico, o actualizar a los niños en el “uso” de nuevas tecnologías”. En México la materia de comunicación no es parte de la currícula como en *Australia, Escocia, Gales o en la ciudad de Toronto, Canadá. En España es materia optativa. En otros países como Chile, Brasil, Estados Unidos, Argentina o Alemania, la EPM está vinculada a la educación popular y se imparte con carácter informal u optativo en la educación primaria y secundaria.*¹³

En Madrid en 2005 se reunieron representantes de entidades, instituciones y organizaciones sociales, profesores, expertos en el ámbito de la comunicación y de la educación con el fin de discutir asuntos de niños y medios. El resultado fue la *Declaración de Madrid sobre Educación y Medios de Comunicación*. Algunos de los puntos planteados fueron:

- *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 los últimos años se ha producido una profunda involución en el desarrollo de la educación mediática (alfabetización mediática) a pesar de la enorme importancia que los medios de comunicación tienen en la adquisición de conocimientos y valores, en la adquisición de hábitos y comportamientos y, en definitiva, en su potencial capacidad para contribuir a la formación de personas más activas, más críticas, comunicativamente más competentes y, por consiguiente, más libres.*

- *La infancia debe ser el grupo participante y destinatario prioritario en una educación para la comunicación. Padres y educadores en general, deberán contar con los*

¹² Irene Martínez Zarandona. *Tres pilares de la educación para los medios*. ILCE. 1997. <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teorias-del-aprendizaje-y-comunicacion-educativa/artirene.htm>.

¹³ Roberto Aparici. *La enseñanza de los medios en el contexto internacional*. Antología *Educación para los medios de comunicación*. SEP. 1994.

apoyos didácticos necesarios que les suministren herramientas para la educación de la infancia. Estas ayudas harán posible la propia formación crítica de la ciudadanía.

Algunas de las soluciones fueron:

- *El diseño de un plan de educación global en comunicación que asegure la formación en el uso de los medios y la tecnología de la información, así como en la elaboración y análisis de los mensajes. Esta educación en comunicación deberá promover la creatividad, así como fomentar la capacidad de análisis crítico y de autocrítica.*
- *La inclusión y el reconocimiento de la educación en comunicación y de la enseñanza de los medios y de las tecnologías de la información en los programas escolares. El análisis de los mensajes audiovisuales y multimedia y la producción de mensajes por parte de las personas más jóvenes para que puedan hacer llegar su voz, contribuirán a reforzar su maduración como ciudadanas y ciudadanos responsables.*

El tema de los derechos de comunicación de los niños, y su relación con la alfabetización audiovisual, la sociedad de la información y los medios de calidad, aun no ha sido discutido de manera amplia en nuestro país y sería urgente abrirse a la discusión pública del tema y ponerlo en la agenda de los asuntos prioritarios para la niñez y sus derechos.

Algunas de las propuestas internacionales pueden ser aplicadas en nuestro país, las de *alfabetización audiovisual* de Australia, Canadá, España, EU por ejemplo, los *programas de medios de calidad* de EU, Colombia y Chile, *la protección de los derechos de la comunicación desde la legislación* como en Argentina, los ejemplos de *participación ciudadana* como en los casos de España o Chile.

En México, aunque el panorama no es fácil, cada vez son más las personas que se niegan a vernos a nosotros y a nuestros niños como víctimas y ya existen algunas experiencias alentadoras de promoción de los derechos informativos. Es urgente, si somos una generación responsable, cambiar la relación que todos tenemos con los medios, aunque cueste ir contra demasiadas inercias e intereses, para 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 las cuales participen activamente los legisladores, educadores, instituciones de gobierno, medios de comunicación, organizaciones sociales y padres de familia, pero sobre todo los niños para que sean parte de la solución y no del problema.

Si queremos aprovechar las posibilidades que ofrecen a nuestros niños las tecnologías de la comunicación, hay que darles las herramientas para transitar seguros en la carretera de la información, hay que desarrollar múltiples talleres, en diversos espacios que den a los niños herramientas para el efectivo ejercicio de sus derechos informativos y para el desarrollo de su sentido crítico frente a los medios, en busca de una cultura de los Derechos Humanos y del trabajo para la construcción de ciudadanía. Hay que trabajar con los medios de comunicación, solicitarles un mayor esfuerzo en la construcción de una programación adecuada para nuestros niños y códigos de ética en relación con los niños y medios, que permitan a la sociedad conocer la línea de cada canal en torno a esta problemática, hay que buscar que los legisladores incluyan el tema en las propuestas de leyes de medios, hay que trabajar por la creación de un órgano ciudadano que vigile y pueda incidir en las programaciones.

Por otro lado en el sector educativo hay que buscar que en los programas de educación básica, la comunicación sea parte de la currícula y el trabajo coordinado con otras instancias gubernamentales para generar contenidos educativos para radio, televisión e Internet. Los productores, concesionarios y permisionarios podrían abrir convocatorias con fondos concursables para la producción de programas de calidad para niños pero sobre todo, hay que crear múltiples espacios en medios públicos, comunitarios, privados, proyectos, espacios abiertos, en donde la palabra de los niños pueda estar presente.